myHotel

Benchmark captación de correos América Latina 2019

El correo como canal de comunicación





Índice

- ✓ Introducción
- ✓ Tipos de canales de comunicación con el huésped
- ✓ El correo como canal
- Captación de correos América Latina
- ✓ Tendencia por países
- Tendencia por cantidad de habitaciones
- ✓ Tendencia por tipo de hotel
- Ranking por países
- ✓ Mejores Hoteles de los 3 mejores países
- Consejos para aumentar la captación de correos
- Conclusiones

Introducción



En la industria hotelera, es fundamental establecer un buen canal de comunicación con el huésped para el desarrollo de la fidelización. Al mantener un contacto directo con el huésped, podemos conocer su perfil, recibir feedback de una forma más directa, ofrecer servicios más personalizados y atender quejas instantáneamente.

Por otro lado, podemos crear campañas e informarles acerca de promociones, lo que nos permite crear reservas directas y no depender tanto de las OTA's

En este reporte encontrarás información relevante acerca del correo electrónico, un canal de comunicación que te entrega un gran beneficio y es útil para entablar un vínculo con el huésped.

Metodología utilizada

Para este estudio, se recopiló información de más de 1000 hoteles, clientes de myHotel, en 10 países a lo largo de América Latina. Con ello, obtuvimos como resultado indicadores de desempeño basados en cifras reales.

El análisis de la captación de correos y las tendencias por países fueron realizados de acuerdo a la cantidad de habitaciones de los hoteles y a los distintos tipos de hoteles (independientes, cadenas locales y cadenas internacionales).







MyHotel es una empresa de tecnología hotelera de América Latina para el mundo. Buscamos revolucionar la hotelería utilizando al huésped como principal pilar para mejorar la experiencia de viaje, mediante encuestas de satisfacción durante y post estadía, recolección de reseñas y monitoreo de OTAs, a través de plataformas web sencillas y amigables.

Tipos de canales de comunicación con el huésped

Existen múltiples canales de comunicación entre el hotel y el huésped, entre ellos podemos encontrar:



Códigos QR: Código de barra bidimensional, permite contener información codificada, como textos, imágenes, videos, mapas y enlaces a páginas web. Muy buena herramienta para campañas de Marketing, los costos son bajos, pero para poder lograr una relación no es el ideal, a no ser que derive a un chat en línea con un funcionario del hotel.

Chatbots: Este programa simula mantener una conversación con la persona a través de respuestas automatizadas. Es muy útil para la recopilación de información, ofrece atención 24/7, eficaz en periodos de alta demanda. Sin embargo este canal funciona mejor para otro tipo de objetivos, no para establecer una relación directa con el huésped.





Encuestas: Este canal es conveniente para monitorear la calidad del servicio y de los procedimientos del hotel. Logra identificar con mayor facilidad en qué áreas se necesita mejorar para así asignar más recursos en el.

Tipos de canales de **comunicación con el huésped**



Teléfono: Uno de los medios de comunicación más directos. Puede llegar a ser un poco invasivo si no hay aviso previo, por lo que es fundamental la disposición del cliente para proveer y recibir información. No obstante el 45.5% de los huéspedes declara que preferiría comunicarse vía telefónica antes de su llegada, ya que las llamadas son más personales e inmediatas, para diferentes dudas que tengan.

Whatsapp: Aplicación de mensajería para Smartphones, es beneficioso para el traspaso de información, como por ejemplo campañas publicitarias u ofertas, este es un canal de comunicación más privada por lo cual recibir este tipo de información suele ser poco receptiva. Por otro lado, existe WhatsApp Business que se puede utilizar antes de la estadía para resolver dudas; durante la estadía, por consultas de horarios o servicios; y después de la estadía, para enviar encuestas o realizar una nueva reserva.





Mail: El correo electrónico es eficiente para el intercambio de información y para mantener un vínculo con el huésped, pues es lo suficientemente directo y personal como para hacerle llegar cualquier tipo de información, y da espacio y tiempo para contestar sin tipo de compromiso alguno.

El correo electrónico como canal

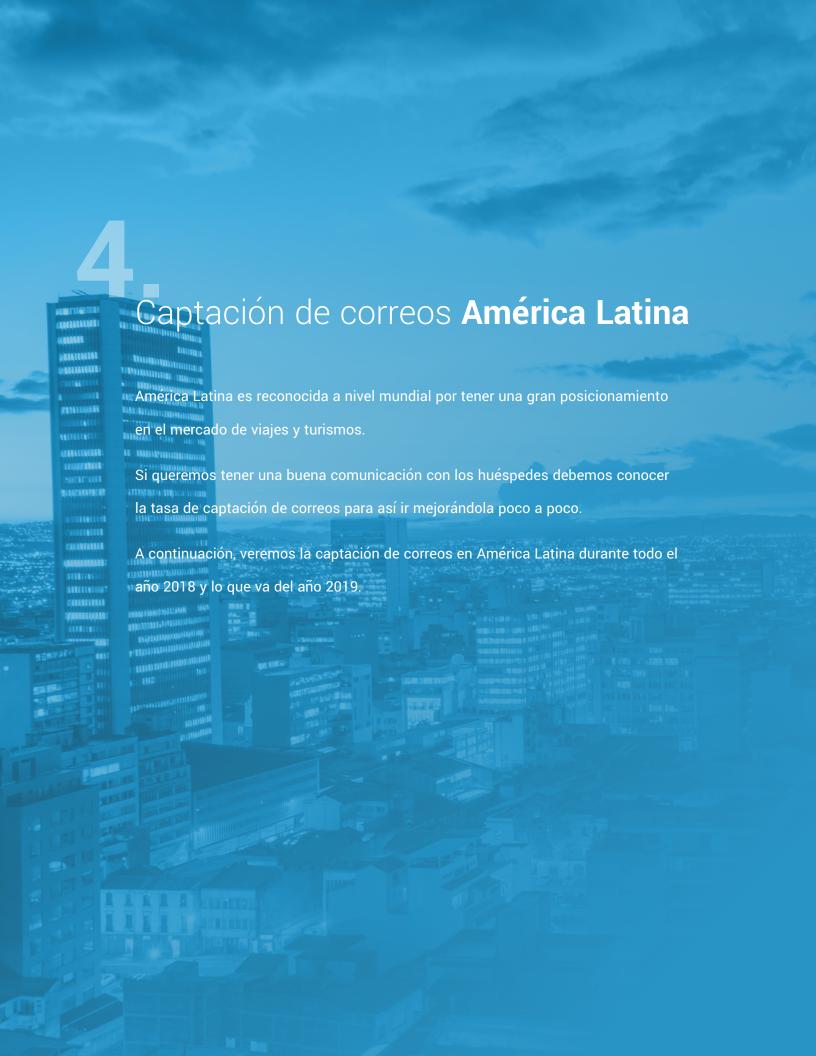
El correo electrónico es de los canales de comunicación virtuales más antiguos que se mantienen en vigencia hasta el día de hoy, debido a su gran eficiencia y funcionalidad.

Nos permite mantener contacto directo con el huésped, ya que logramos conocer sus gustos, obtenemos su opinión y de esta forma es más fácil fidelizarlo para que vuelva a nuestro Hotel de forma directa.

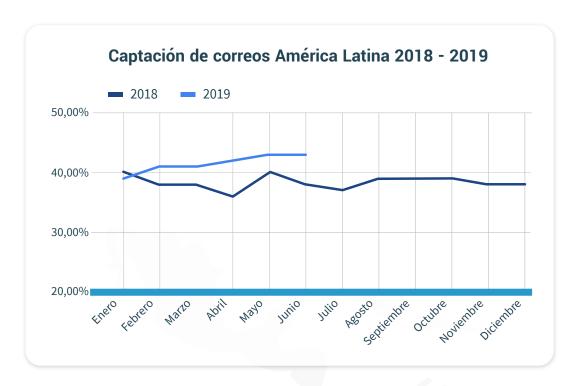
Hoy en día es común escuchar que este medio de comunicación cada día pasa a ser más obsoleto, pero según los estudios, el 73% de los latinoamericanos revisan su mail todos los días.

Tal como mencionamos anteriormente, este canal tiene múltiples ventajas, debido a que es un medio directo y personal, ideal para hacer llegar cualquier tipo de información al cliente, ya sea encuestas, campañas, promociones, etc.

Debido a su funcionalidad, no obliga al huésped a responder de forma inmediata, por lo que se puede tomar la libertad de responder cuando estime conveniente y con el tiempo que necesite.



Captación de correos **América Latina**



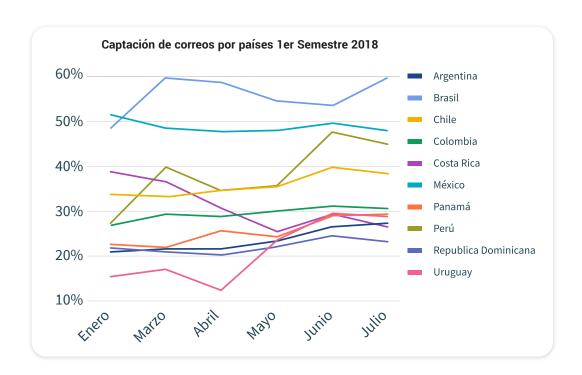
	2018	2019
Enero	40%	39%
Febrero	38%	41%
Marzo	38%	41%
Abril	36%	42%
Mayo	40%	43%
Junio	38%	43%

Al observar el gráfico podemos ver una mejora significativa en el año 2019 en comparación con el 2018. Por lo que es posible estimar una mejora progresiva en lo que resta del 2019.

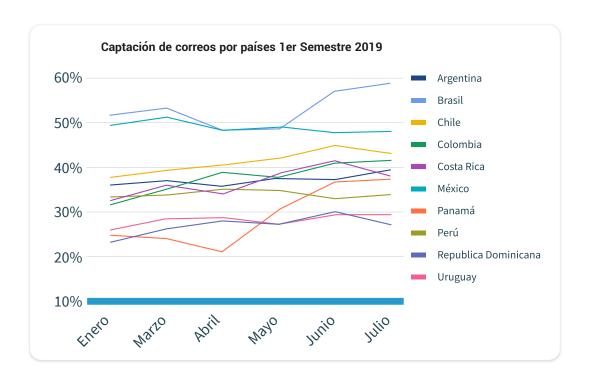
Tendencia por **países**



Aquí podemos observar detalladamente la tasa de captación de correos de los países estudiados durante el primer semestre de los años 2018 y 2019.



Tendencia por **países**

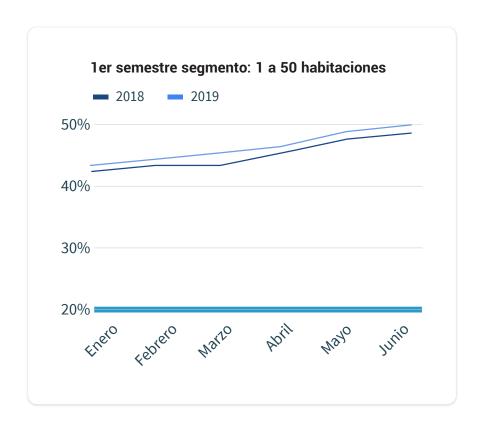


Al conocer los resultados podemos percibir que hubo un alza significativa en los porcentajes de captación entre un año y otro. Todos los países mejoraron, especialmente Uruguay.

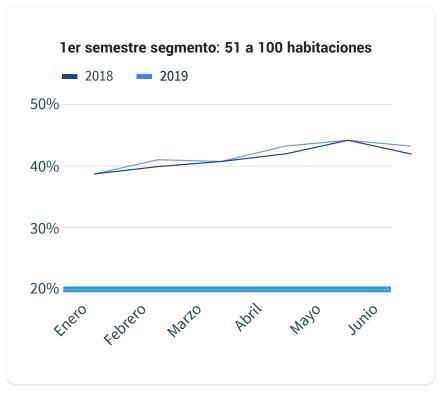
Tendencia por **cantidad de habitaciones**

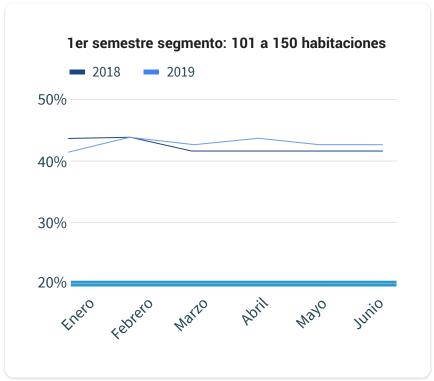


A continuación vemos la captación de correos en cuatro segmentos distintos dependiendo de la cantidad de habitaciones con las que cuente el hotel, comparando los segmentos con las distintas tasas de captación del año 2018 y 2019.

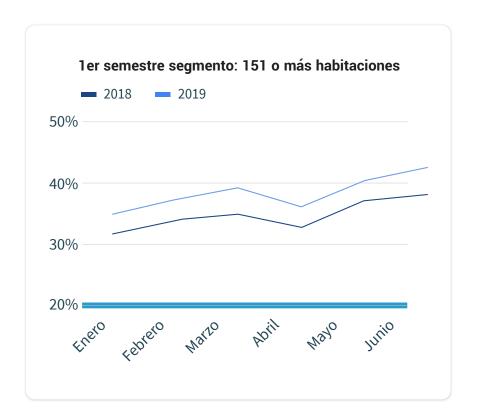


Tendencia por cantidad de habitaciones





Tendencia por cantidad de habitaciones





El segmento con mejor captación de correos es el de 101 a 150 habitaciones, manteniéndose siempre sobre el 40%.

El segmento con mayor diferencia entre los años 2018 y 2019 es el de 151 o más habitaciones. Asímismo, ha tenido un mayor aumento, creciendo 7 puntos porcentuales durante este año. En segundo lugar, está el segmento de 1 a 50 habitaciones, aumentando 6 puntos porcentuales.

2018

7

6

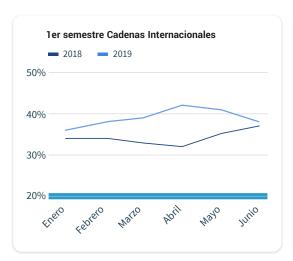
1 a 50
habitaciones

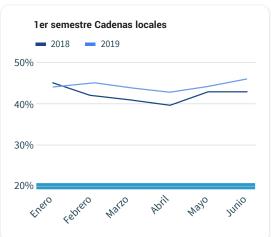
151 o más
habitaciones

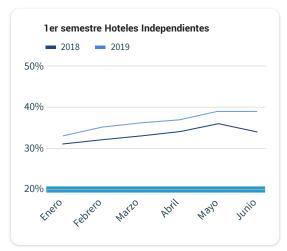
Tendencia **por tipo de hotel**



Clasificamos a los hoteles en 3 tipos: cadenas internacionales, cadenas locales y hoteles independientes.







Tendencia por **tipo de hotel**



Como se puede observar en los gráficos, las cadenas locales son las que tienen la captación de correo más alta, con un promedio durante el 2019 de 44%, sin embargo es la que menor variación tiene de un año a otro.

Los hoteles independientes lograron aumentar en 3 puntos porcentuales de un año a otro, teniendo un crecimiento sostenido a lo largo del semestre.



42%

Las cadenas internacionales fueron las que más diferencia alcanzaron, aumentando en 10 puntos porcentuales durante el mes de abril alcanzando una tasa de 42% ese mes.



Ranking **por países**



Aquí vemos el ranking de los 10 países analizados durante el año 2019.

Ranking	País	Tasa correos 2019
1	Brasil	54%
2	México	49%
3	Chile	41%
4	Colombia	38%
5	Argentina	37%
6	Costa Rica	37%
7	Perú	34%
8	Panamá	29%
9	Uruguay	28%
10	República Dominicana	27%

Captamos dos grandes grupos, los países con una captación sobre el 40%: Brasil, México y Chile; y los que tienen una captación de correos bajo el 40%: Colombia, Argentina, Costa Rica, Perú, Panamá, Uruguay y República Dominicana.

¿Cuáles son **los mejores hoteles** dentro de los 3 mejores países?

3↑

Identificamos a los mejores hoteles de los tres mejores países de acuerdo a su segmento de habitaciones:

Brasil:

Segmento	Hotel	Tasa Correos 2019
1 a 50 habitaciones	HTL Tubarao	74%
51 a 100 habitaciones	Ilha Branca	44%
151 o más habitaciones	Astron Hotel Bauru	47%

México:

Segmento	Hotel	Tasa Correos 2019
1 a 50 habitaciones	City Express Suites Anzures	66%
51 a 100 habitaciones	Desire Riviera Maya Pearl Resort	80%
101 a 150 habitaciones	Krystal Grand Suites Insurgentes	81%
151 o más habitaciones	Krystal Beach Acapulco	86%

Chile:

Segmento	Hotel	Tasa Correos 2019
1 a 50 habitaciones	Hotel Noi Blend Colchagua	65%
51 a 100 habitaciones	Holiday In Express Temuco	64%
101 a 150 habitaciones	Holiday Inn Express Iquique	64%
151 o más habitaciones	Holiday Inn Express Santiago Las Condes	60%

Consejos para aumentar la captación de correos

Obtener el correo electrónico de tu huésped ya es un deber en estos tiempos. Este es el camino para mantenerte en contacto con él, conocerlo, obtener su opinión y poder fidelizarlo para que vuelva a tu hotel y de forma directa. A continuación te dejamos algunos consejos para captar los correos de tus huéspedes.

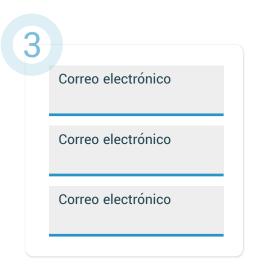


Ficha de Check-In

Al momento de hacer el check-in de tus huéspedes, recuerda solicitar sólo los datos estrictamente necesarios. Entre más campos pidas menos probabilidades tienes de que llenen la ficha en su totalidad.



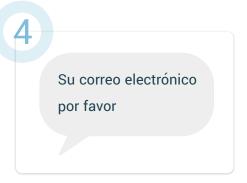
Ubica el campo correo electrónico dentro de los primeros datos solicitados.



Añade múltiples campos de correo para que se apunten todos los huéspedes de la habitación.



Dispón el campo "correo" de forma que sea fácil para el recepcionista leer y/o escribir la dirección electrónica del huésped. Separar en letra imprenta es una buena medida.



Si el campo de correo no fue llenado en la ficha, que el recepcionista lo solicite de manera verbal.

Tu **equipo**

Es importante que todos los miembros de tu equipo estén alineados con **un mismo objetivo**:

Captar correos válidos de los huéspedes, por eso es primordial la comunicación interna del equipo.





La Reserva: Es el primer contacto con tu huésped, ¡no lo desaproveches! Asegúrate de que siempre que se haga una reserva telefónica se solicite el mail como un requisito obligatorio.



Comunicale a tus huéspedes cuál es el fin de solicitar su correo: mejorar la calidad de la atención.



Explícale a tu equipo: es importante que sepan cuál es el fin de captar los correos para que se motiven a hacerlo.



Incentivos: Considera entregar incentivos a tu equipo, recuerda que no necesariamente tienen que ser monetarios.



Tus huéspedes

Es muy útil ofrecer algún **beneficio a cambio** del correo electrónico, algo que motive al huésped a dejar su información.



Ofrécele enviar la **factura electrónica** a su correo



Brinda la opción de enviar **información turística** del lugar donde se encuentra tu
hotel a su casilla electrónica



Crea un **concurso** donde se sorteen descuentos o beneficios a cambio del correo

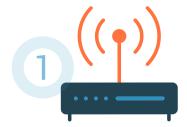


Regala una bebida de cortesía a cambio de email.



Terceros

Existen **otros factores** externos que te pueden ayudar a captar los correos de tus huéspedes, ino los desperdicies!



WIFI: Una buena medida para captar el correo y mejorar la calidad del internet es contar con un portal cautivo donde, cuando el huésped quiera ingresar a la red del hotel, deba ingresar su correo electrónico y número de habitación o apellido; luego puedes pedirle al proveedor del portal que te entregue esos datos.





Agencias de viajes: Mantener una buena relación con las agencias de viajes tiene múltiples beneficios, comunícate con ellas y solicita el correo electrónico de tus huéspedes.



Conclusiones

No hay una fórmula perfecta para captación de correos sino que es un proceso que requiere de constante monitoreo para encontrar la mejor manera que se adapte a tu realidad. Lo importante es nunca perder el foco de lo indispensable que es este tema y buscar siempre mejorar.

myHotel



¿Quieres conocer tu captación de correos?

Nuestros productos Fidelity OnSite y Fidelity FollowUp te permiten conocer la captación de correos de tus huéspedes mediante una integración con tu PMS (Property Management System).

Al integrarnos a tu PMS para realizar el envío de encuestas automáticas, podemos calcular cuántos correos de tus huéspedes son válidos y así sacar el porcentaje de captación de correos.

Somos la empresa que aglomera la mayor cantidad de feedback de huéspedes en Latinoamérica. Trabajamos día a día de la mano de nuestros clientes para ubicar al huésped en el centro de su estrategia para que nuestros hoteles puedan realmente impactar positivamente la experiencia ofrecida.

Somos la única empresa de la región que provee indicadores de desempeño de calidad de servicio basados en cifras reales, permitiendo que nuestros hoteles comparen su desempeño con los principales referentes de la región.

¡Conoce más sobre myHotel y entérate de cómo podemos ayudar a tu hotel!

Solicita tu demo