

Güelcom: ¿Cómo se comunican los alojamientos con sus clientes?

A la hora de disfrutar de un destino, los viajeros atraviesan diferentes fases: antes, durante y después de la estancia. En cada una de estas etapas, la comunicación se establece como parte esencial y de vital importancia

La empresa de chatbots para hoteles y alojamientos turísticos, Güelcom ha realizado un estudio de la mano de hoteles y hostels que abarca diferentes cuestiones sobre las formas en las que los huéspedes se relacionan con los alojamientos.

El viajero después de elegir la ciudad en la que alojarse paso a decidir dónde se alojará. A la hora de llevar a cabo dicha elección, los turistas se exponen a diferentes opciones que comparan a través de las opiniones de otros viajeros para realizar la posterior reserva.

¿A través de qué canales se reserva más?

Una vez que se ha elegido la mejor opción comienza el proceso de la reserva. Todos los alojamientos encuestados afirman que se apoyan en las OTA's (Online Travel Agency) para ofertarse, dado el gran valor que tienen para el cliente final. La mayoría de reservas que reciben son a través de las mismas, entre las que destaca el portal Booking, mientras que el porcentaje de reserva directa a través de las webs se reduce al 10 - 12% con variaciones según las temporadas. No obstante, los alojamientos están trabajando en incentivar la venta directa. Gracias a ésta pueden tener mayor control, obtener datos completos y reales de los clientes sin pagar una comisión a las OTA's, a través de las cuales no les es posible obtener información directa de los huéspedes hasta que no comienzan su estancia, por lo que la comunicación resulta menos fluida y eficaz. En este contexto, los chatbots se presentan como un canal alternativo y complementario de ventas que permite aumentar este porcentaje y disminuir el tráfico de clientes a las OTA's.

¿Qué demandan los turistas en destino?

Cuando el cliente ha realizado la reserva se hace necesaria la comunicación con el cliente, tanto antes de su llegada. Actualmente esta comunicación viene dada por correo electrónico, teléfono o a través de los diferentes métodos de contacto indirecto ofrecidos por las OTA's. El 37,5% de los hoteles urbanos independientes y con una media de entre 30 y 200 habitaciones, cuenta con solo una persona en recepción, mientras que un 25% atiende a sus clientes en recepción con el apoyo de dos personas del staff. Otro 25% cuenta con cinco personas que se encargan de estas gestiones. Uno de los hoteles que ha formado parte del estudio presta especial atención a la relación personal con el cliente, cuenta con 12 personas que se dedican a atender al huésped 24 horas. Estos empleados invierten su tiempo en responder dudas frecuentes sobre las características de los alojamientos, las condiciones o las reservas, disminuyendo el esfuerzo dedicado a tareas que requieren más atención y dedicación y en las que podrían ayudarse de complementos para la comunicación como los chatbots.

En la etapa en la que el viajero llega al destino, estos demandan información turística sobre lugares que visitar, bares, restaurantes o medios de transporte de la ciudad. Es aquí donde, debido a la distinta

procedencia internacional de los turistas, la comunicación puede verse dificultada. Por esta razón, el uso de un chatbot multi-idioma permite resolver este problema y es un punto diferenciador para el alojamiento que puede atender múltiples peticiones en diferentes idiomas e inmediatamente.

Además, las redes sociales se establecen como un canal básico de información siendo Facebook la más usada, por un 87,5% de los participantes del estudio realizado, seguido de Twitter. A través de las redes sociales se hace posible no solo establecer relación antes y durante el viaje sino también mantenerla, haciéndoles llegar a los huéspedes la actualización de sus ofertas e informaciones y permitiendo a los mismos realizar comentarios sobre su estancia. En las redes sociales también es posible la instalación de un chatbot para automatizar preguntas frecuentes y optimizar el tiempo del personal de la atención al cliente

La comunicación para viajeros y alojamientos es un elemento esencial en cada una de las etapas de un viaje y permite el intercambio directo de información y opinión. Es importante tener en cuenta los intereses de los huéspedes para poder adaptarse a su forma de relacionarse. Hay que conocer los canales preferidos de comunicación de cada perfil de cliente para proporcionarles la información que demandan de manera clara y eficaz. Esto solo es posible si la comunicación se lleva a cabo de manera instantánea, inmediata, cercana y adaptada con el cliente como punto central. Güelcom chatbots ayuda a estar muy cerca de tus huéspedes.

Datos de contacto:

Comunicación Güelcom

Nota de prensa publicada en: [Sevilla](#)

Categorías: [Viaje Comunicación Turismo E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>