

WhatsApp y Hoteles HQ, la super App para hoteles. Reservas, ventas y atención a clientes

En un negocio tan intermediado como el hotelero, la comunicación directa con el cliente busca espacios para aumentar venta directa, adquisición de audiencias, y mejorar experiencia de servicio. La forma de comunicar mensajes cambia en el contenido, en los formatos, y también en los canales. El móvil lo ha condicionado todo; es la voz, el email se ha adaptado perfectamente, pero las aplicaciones de mensajería están marcando el paso de cómo relacionarnos, uno a uno, con el cliente

Hay que aceptar que hay que llegar al cliente en las aplicaciones con las que normalmente se comunica. Atrás quedaron los intentos de aplicaciones del hotel en donde se disponía de todos los servicios y formas de comunicación; pero la descarga y el uso de una interface no habitual para el usuario, dió al traste con esa vía. Otra vez, la usabilidad se impuso.

Las llamadas “Super Apps”: Whatsapp, Facebook Messenger, Wechat,..., se abren a que las empresas utilicen sus plataformas para llegar al cliente. Pero, sus funcionalidades y mercados de influencia son distintos. ¿Cuáles son los más convenientes en el mix de clientes?

Y ¿qué pasa con los canales más tradicionales: email, sms? Aseguran la llegada del mensaje, independientemente del servicio de telefonía. ¿Cómo combinar seguridad en la entrega del mensaje, relevancia y momento adecuado?

Al igual que la oferta se adapta a las necesidades de los clientes con precios dinámicos, sistemas de pago, políticas de cancelación; la relación con el cliente está en ese mismo proceso. Sobre esto se va a profundizar en el próximo webinar en donde estarán con expertos en distintos canales que reflexionarán y aportarán su visión sobre las ventajas de cada alternativa y cómo poder combinarlas en la estrategia de comunicación directa.

La evolución de la web a las Apps a las SuperApps

Hacer una reserva, poder comprar o contratar y recibir una atención personalizada. Si bien hace años el modelo era web + email, se evolucionó a un modelo de Apps o WebApps para adaptarse al mundo móvil y ahora se está 100% metido en el concepto de las Super Apps. Las marcas ya no pueden competir por la atención del cliente en un mercado de Apps muy fragmentado. Deben ser capaces de cerrar sus operaciones dentro de las Apps dónde los usuarios pasan la mayor parte de su tiempo.

Esta evolución está totalmente alineada con dos tipos de público muy polarizados pero que a su vez comparten un esquema de trabajo común y que está muy alejado del entorno “ordenador”. El usuario

joven y el usuario adulto (se puede pensar por debajo de 30 y por encima de 50 años) cada vez se alejan más del entorno ordenador y su día a día básicamente se resuelve en el móvil.

En esta evolución Hoteles HQ ofrece un esquema de trabajo dónde el usuario siempre en el centro de trabajo, dispone de una gestión de su experiencia hotelera 100% en un entorno omnicanal incluyendo WhatsApp.

La solución líder para hoteles

Hoteles HQ ya es la solución líder para el sector hotelero en email, teléfono y campañas. Ahora añadiendo WhatsApp al esquema de trabajo del hotel, el cliente dispone de una mejor relación con su hotel en el canal preferido de comunicación. Así como la oferta se adapta a las necesidades de los clientes con precios dinámicos, sistemas de pago, políticas de cancelación, la digitalización de la interacción con el cliente debe adaptarse a los canales más cercanos en su día a día.

Se ha pasado de poder llamar o escribir por email o directamente usar la mensajería como canal de comunicación más directo, sencillo y claro.

Muchos negocios han visto en WhatsApp el aliado perfecto para mantenerse en contacto con sus clientes. Se han hecho vídeos, promociones, grupos y cualquier otro tipo de actividad para mantener el contacto con los clientes durante este periodo de tal forma que ahora retomar el contacto sea más sencillo.

Cualquier sector se ha beneficiado del uso de WhatsApp, pero en el sector del turismo tiene todas las condiciones que hacen que el uso de la mensajería sea el canal más adecuado.

1. El canal más cómodo y próximo para el cliente. Dispón de agente/s en línea para responder consultas, y enviar información de interés sobre el servicio, el destino o de upsell o crosssell.
2. Es una venta a distancia desde el minuto 1. Vender una estancia en un hotel, unas vacaciones es siempre una venta a distancia y por tanto facilitar al máximo al cliente el proceso de compra y resolver las dudas, comentarios, sugerencias en un chat en WhatsApp es probablemente la mejor opción para acelerar las ventas.
3. WhatsApp es un sistema de chat que permite en la misma conversación poder enviar fotos, vídeos, planos y otros elementos que ayuden a resolver las dudas que los clientes puedan tener sobre las instalaciones o oferta turística.

WhatsApp es el mejor aliado que en el hotel, hoteles boutique, pueda tener a la hora de acelerar las ventas para esta campaña. Otra ventaja que ofrece WhatsApp es la retención del cliente. Una vez que el cliente entra en WhatsApp ya se tiene su contacto y datos personales. De esta forma, si no se consigue cerrar la venta en ese momento, hacer seguimiento será muy fácil para los agentes de ventas.

HQ (hotels-quality.com), una plataforma para la programación y automatización de comunicaciones directas ofrece a todos sus clientes una integración muy sencilla en su conjunto de herramientas. Dentro de la oferta de herramientas para gestionar clientes, ahora se puede dar soporte al cliente desde WhatsApp, de esta forma el agente comercial puede interactuar en tiempo real.

Acelerar los procesos de compra, las ofertas, capturar a los clientes en caliente se sabe que es una prioridad para todas las empresas y con esta nueva funcionalidad disponible en exclusiva para los clientes de HQ ayudar a acelerar los procesos de venta.

En estas páginas se puede ver una demostración de cómo funcionan estos formularios. Entre otras capacidades se ofrece la posibilidad de asignar idiomas por agente, horarios específicos de atención, formularios y si es necesario se pueden añadir pagos dentro de la conversación. De esta forma los agentes de venta podrán acelerar al máximo la conversión de visitas a conversaciones y de conversaciones a ventas.

Apuntarse al webinar el próximo día 10 de Mayo

Para apuntarse al próximo webinar que se va a realizar donde explicarán en detalle cómo se realiza la venta, entrar en esta página y rellenar el formulario que ofrecen. Su objetivo es que durante esta campaña 2022 puedan ayudar al máximo en la conversión de las visitas a ventas.

https://client.hotels-quality.com/index.php?m=campanias&accion=ver_campania&camp_id=132&idi_id=1&est_id=0&

Datos de contacto:

cesar martin
627524218

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

Categorías: [Marketing Turismo E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>