

Cómo Gestionar la Base de Datos de tu Hotel

Muchos hoteles cuentan con procedimientos para recoger datos de sus clientes. ¿Cómo se debe gestionar posteriormente toda esa información? La siguiente infografía establece una serie de tareas básicas y explica los beneficios más importantes de una correcta gestión de esta información.



La gestión de las bases de datos en un hotel consiste en la recogida y análisis exhaustivo de los datos relevantes de los huéspedes, con un claro objetivo: mejorar el diseño de las acciones de marketing, venta y relación con el cliente.

En primer lugar, cabe decidir cuál es la información más relevante que podemos obtener de nuestros clientes. Toda la información demográfica, psicográfica y referida a su estancia en el hotel es la primera que debemos recopilar. Para la obtención de estos datos existen varias herramientas: nuestro PMS, nuestro CRS (central de reservas), nuestro sitio web, los programas de fidelización, newsletters, contacto por teléfono o correo electrónico...

Esta recogida es una misión de la plantilla del hotel en su conjunto y no de un único responsable: empleados en contacto con los clientes, responsables de herramientas, de marketing, de ventas y de servicio al cliente deben estar implicados en este proceso.

Una vez realizada esta recogida, es fundamental archivar, cualificar y actualizar la información.

El objetivo del posterior análisis debe ser el «empaquetado» del conocimiento adquirido para realizar nuevas campañas de marketing segmentadas correctamente, diseñar acciones de venta, desarrollar nuevos productos.

Beneficios para el hotelero

Entre los beneficios de todo este proceso para el hotelero, destacan: la disminución del costo de reserva, el aumento de las ventas de servicios adicionales, de las cifras de conversión de canales directos o el aumento del customer lifetime value y de la prescripción de los clientes (el 81% de los viajeros considera las reviews importantes, el 49% no realiza una reserva sin consultar antes las reviews y el 63% de los que leen reviews ha decidido al menos una vez cambiar de hotel basándose en un comentario).

Fuente: Tecnohotelnews