



Profitroom On Tour

Puerto de Santa Maria, Cádiz



Profitroom 



Profitroom On Tour

Puerto de Santa Maria, Cádiz



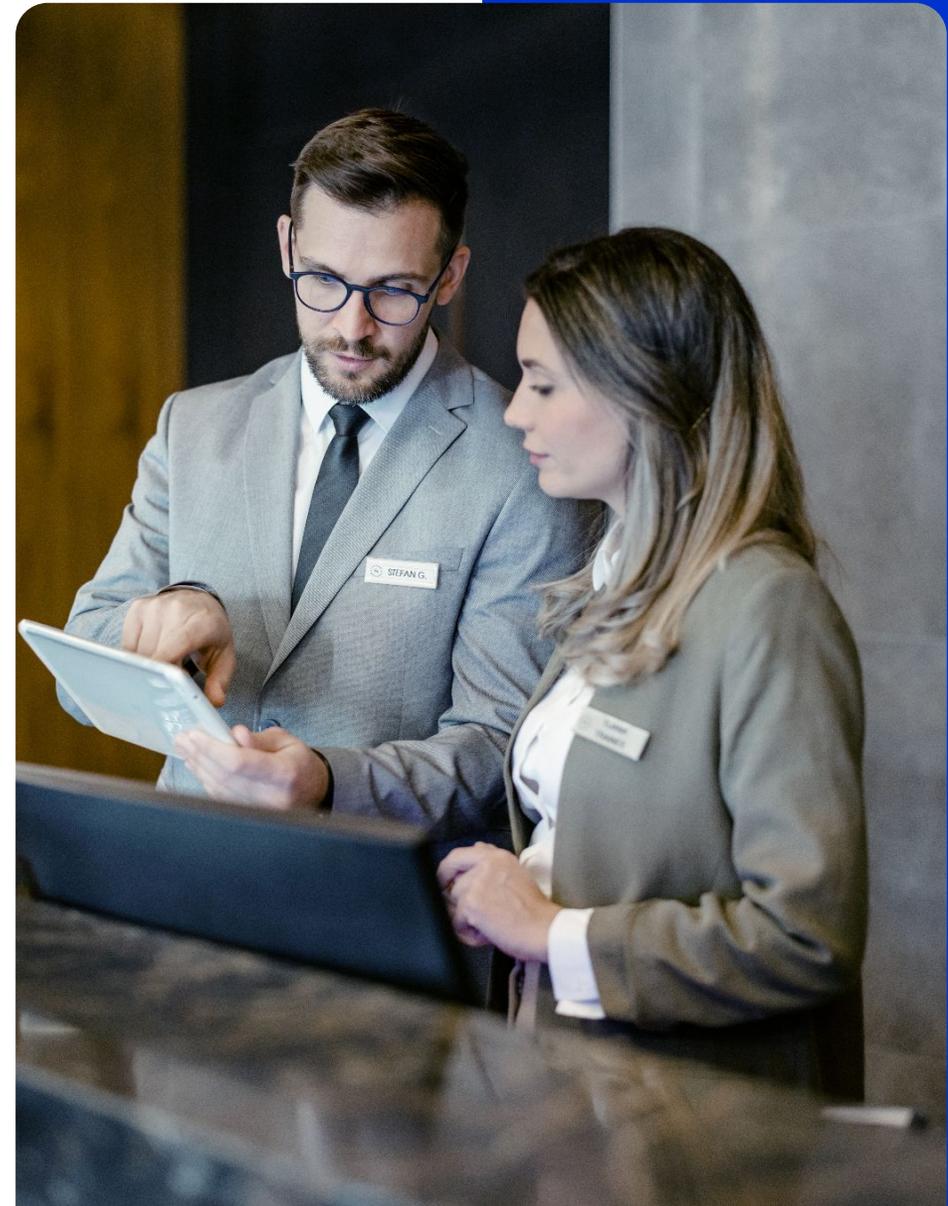
Profitroom[®] 



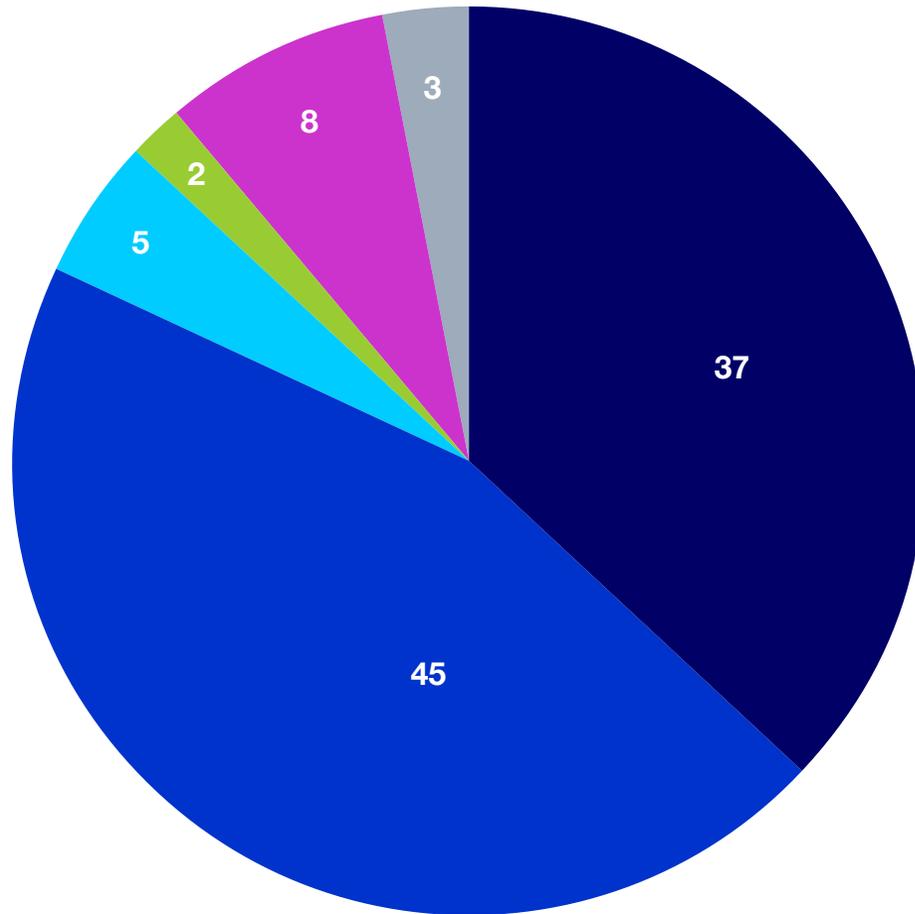
¡Cómo automatizar tareas repetitivas, sin morir en el intento!

Las variables analizadas

- ◆ Tiempos y tipos de respuesta.
- ◆ Modalidades en el envío de ofertas.
- ◆ Cross & Up-selling de servicios.
- ◆ Seguimiento de la oferta enviada.
- ◆ Forma de pago/cobro.
- ◆ Comunicación a través de las redes sociales.
- ◆ Tiempos de respuesta a través de las redes sociales.
- ◆ Canales de comunicación utilizados.

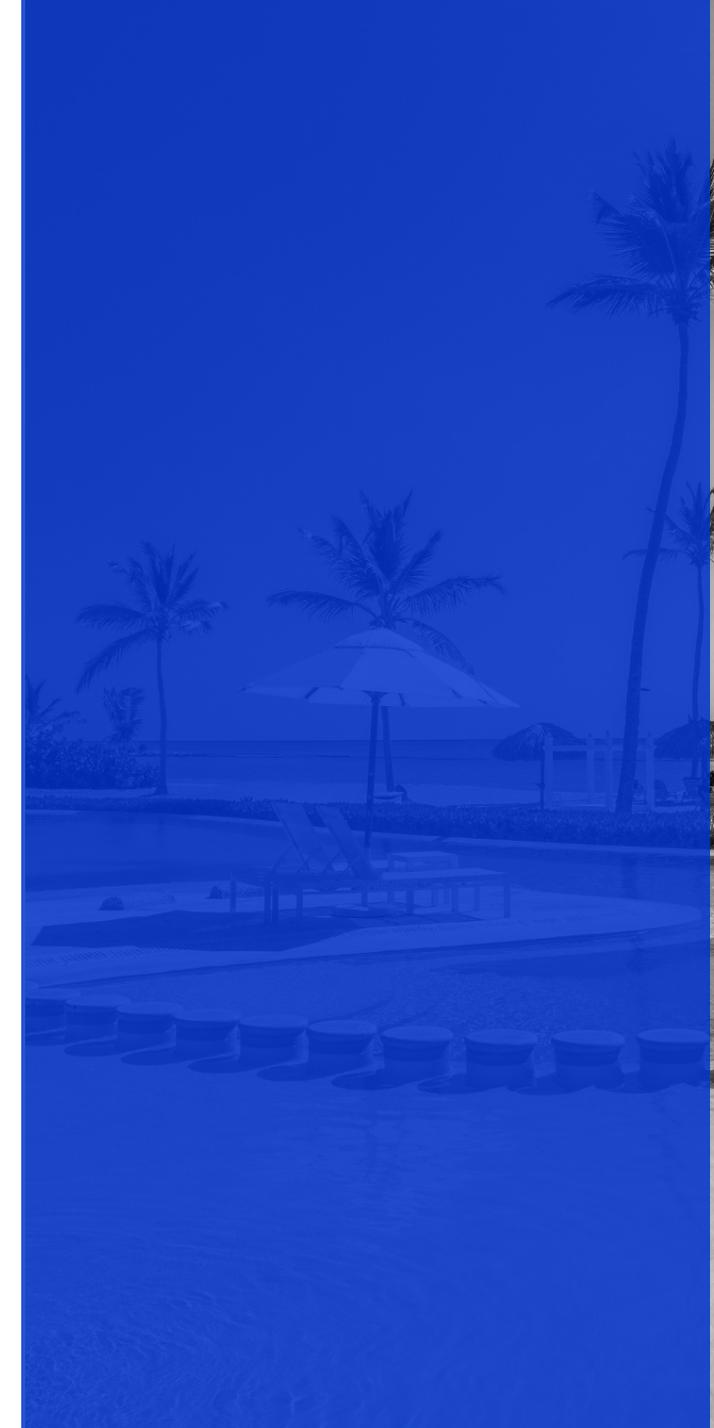


Establecimientos analizados



Hoteles analizados

-  Hoteles de 5*
-  Hoteles de 4*
-  Hoteles de 3*
-  Hoteles de 2*
-  Hoteles de 1*
-  Apartamentos



La Solicitud de Información

01

Hola, ¿tiene alguna habitación doble disponible entre el 17-19 de mayo (cama doble con desayuno)?

02

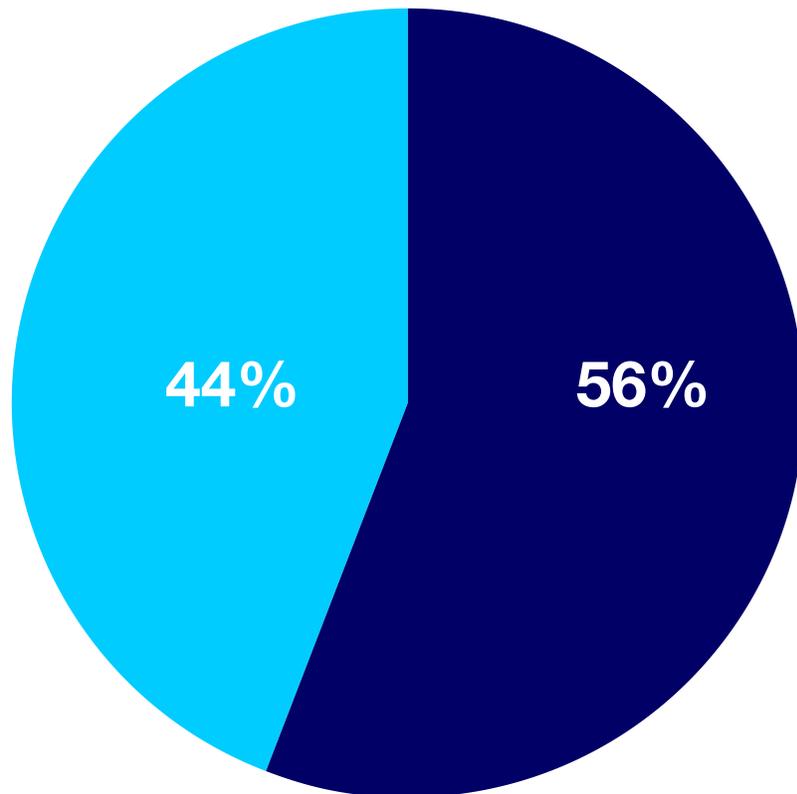
Quería conocer las opciones adicionales como experiencias, se trata de una sorpresa para mi pareja.

03

¿Podría enviarme la oferta a mi correo para revisar con tranquilidad?



Llamada telefónica



RESPUESTAS AL TELÉFONO

RESPONDEN

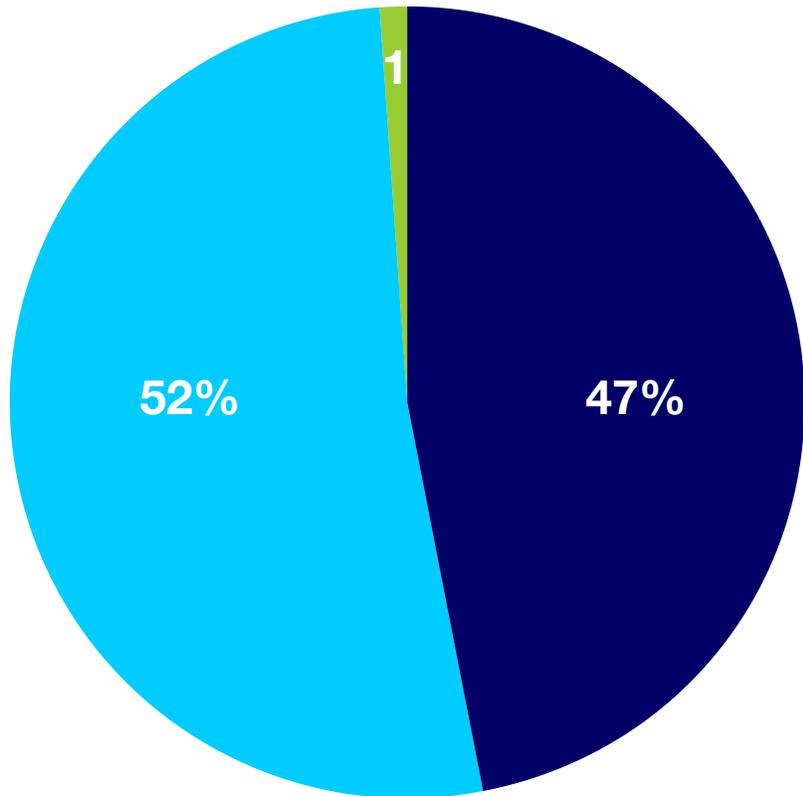
Algo más de los hoteleros contactados responden

SIN RESPUESTA

Entendemos que de estos, gran parte están cerrados por temporada o la línea está ocupada

“ Si no me atienden al teléfono, ¿será que están cerrados?

Teléfono



REMITE A LA WEB

Proponen consultar y reservar a través de la web. La mayoría son 4* y 5*

LLAMAR DE NUEVO PARA RESERVAR

Proponen que llames si te interesa hacer la reserva

AUTOMATIZACIÓN MOTOR

Te envían un email automatizado con la petición y enlace directo al motor

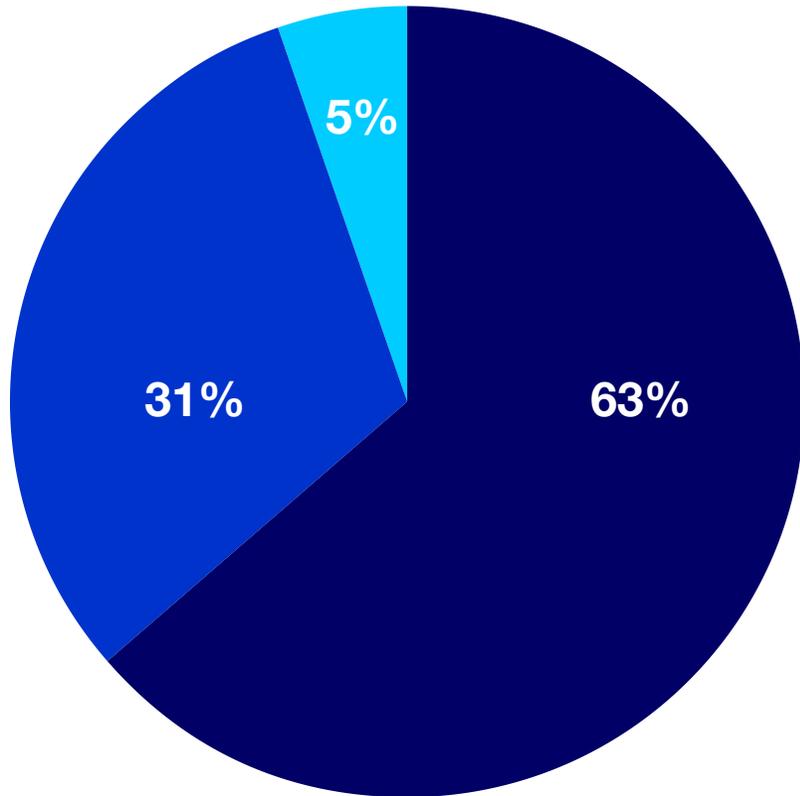
OTAs

No nos hemos encontrado ningún caso en el que nos propongan que reservemos a través de una OTA

“ Acabo de empezar en el trabajo / estoy muy ocupad@... / Usted puede...”

Modalidades

Envío de Ofertas



QUE RESPONDIERON



MANDAN EMAIL

Envían un email con los detalles de la petición



NO ENVÍAN DETALLES

No envían información sobre la cotización



RESPUESTA A TU EMAIL

Te piden que les pases un email con lo que necesitas y te responden sobre ese email a las respuestas



Cross-selling & Up-selling

CROSS-SELLING/ UP-SELLING

36%

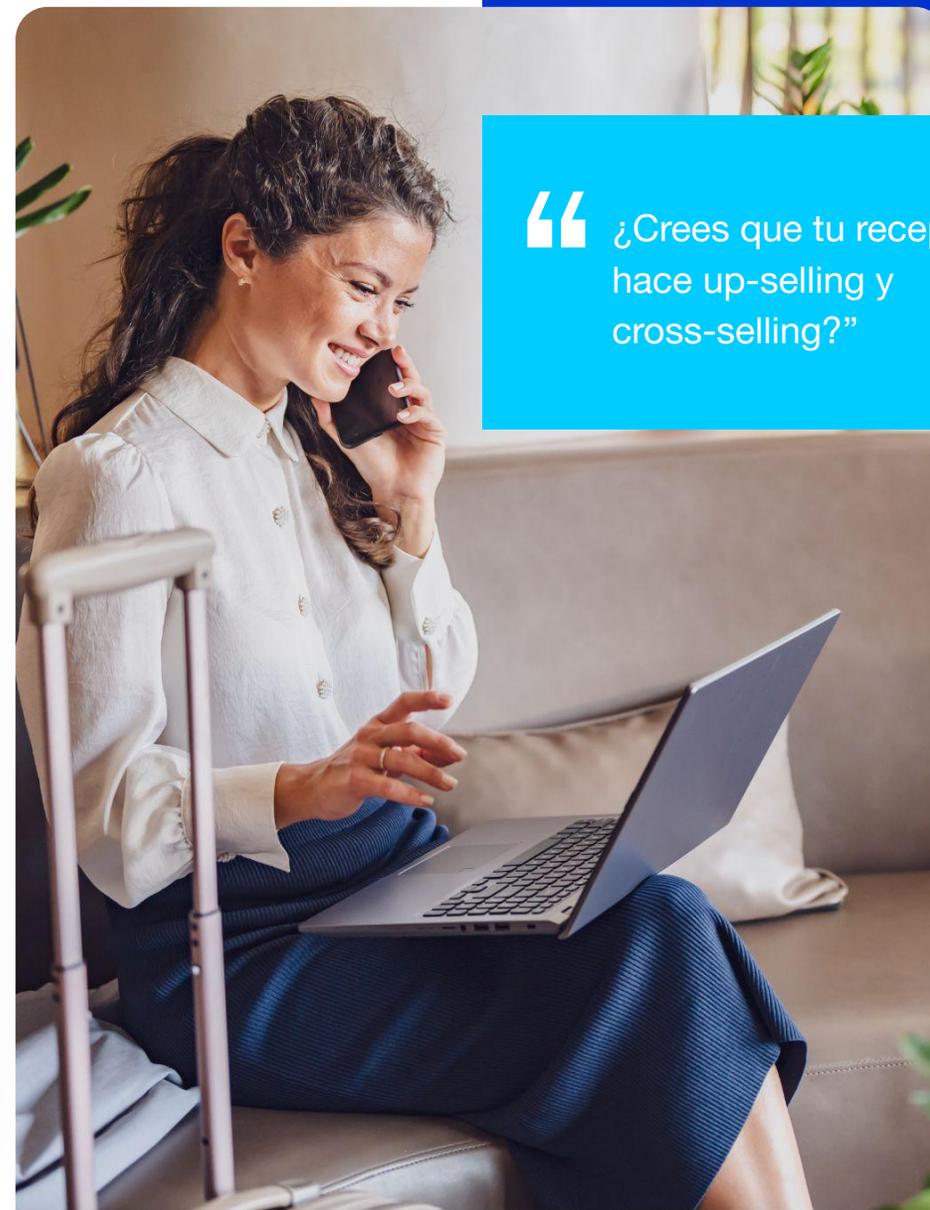
UP-SELLING

Solo 36% nos ofrecen otras opciones de habitaciones

5%

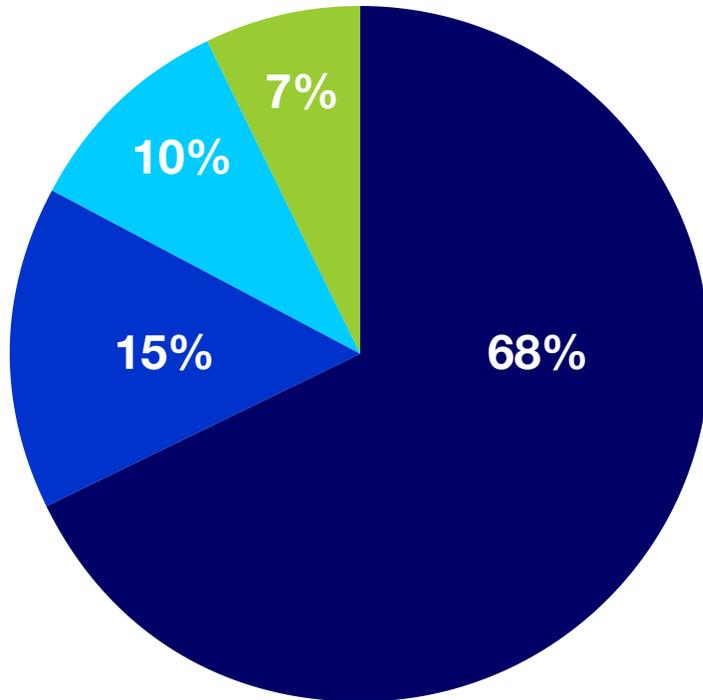
CROSS-SELLING

Solo un 5% de los establecimientos analizados nos han ofrecido un extra adicional a la reserva



“¿Crees que tu recepción hace up-selling y cross-selling?”

Forma de pago



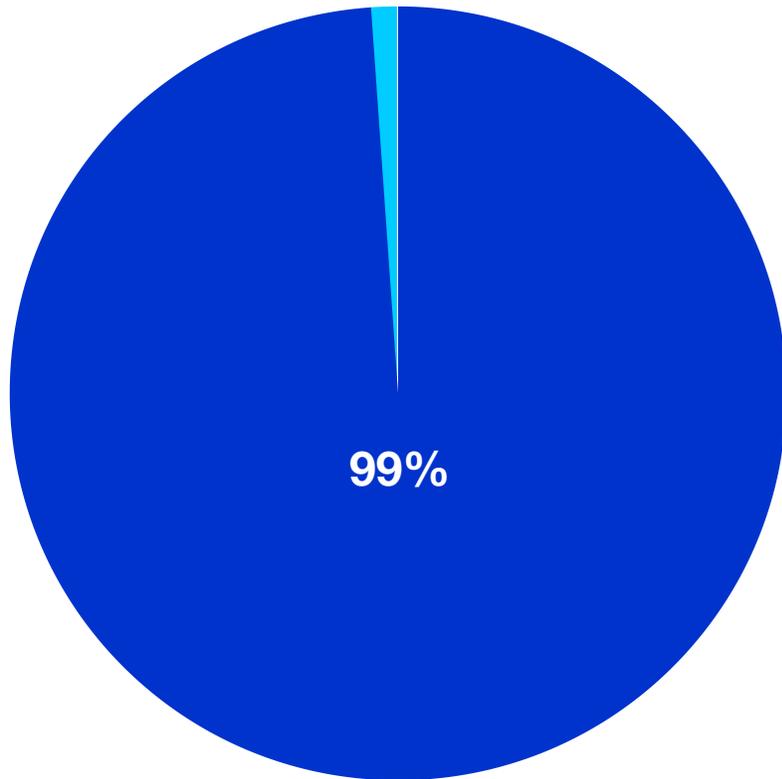
FORMA DE PAGO

- PAGO DIRECTO EN EL HOTEL**
El pago se realiza a la llegada del hotel, pero te solicitan los detalles de la tarjeta como garantía
- LINK PAGO SEGURO/ PAGO ONLINE**
Envían un link para acceder de forma segura al pago de la reserva
- DETALLE DE LA TARJETA**
Solicitan los detalles de la tarjeta para un pago inmediato por teléfono
- TRANSFERENCIA BANCARIA**
Realizar el pago de la reserva a través de una transferencia bancaria

“ ¿Cuál es la forma de pago más común en los establecimientos gaditanos?”



Follow-up peticiones telefónicas



FOLLOW-UP PETICIONES POR TELÉFONO



HACEN FOLLOW-UP

Solamente un hotel de los contactados no han hecho seguimiento de nuestra petición realizada por teléfono



NO HACEN FOLLOW-UP

La mayoría de los hoteles contactados no han hecho seguimiento de nuestra petición realizada por teléfono



¿Se hace seguimiento de las peticiones recibidas por los diferentes canales?”

Algunas curiosidades

- "Solo un hotel indicó que el mejor precio estaba disponible a través de contacto telefónico directo o en su sitio web."
- "Una gran mayoría mencionó que, aunque los clientes suelen gastar más dinero en ocasiones especiales como sorpresas, solo se ofrecían precios estándar de habitación, con o sin desayuno."
- "La inmensa mayoría afirmó que para realizar una reserva se requería una tarjeta de crédito como garantía, y el pago se efectuaba directamente en el hotel."
- "Hoteles con servicios adicionales como spa y restaurante, que podrían ofrecer paquetes de alojamiento con cena romántica o circuito de spa, señalaron que no podían gestionar dichas ofertas directamente y remitían al cliente a contactar al spa."
- "Aunque la mayoría de los hoteles enviaron correos electrónicos con la oferta de precios solicitada por teléfono, muchos prefirieron que el cliente enviara un correo primero, y algunos indicaron que no enviaban precios por correo electrónico."
- "De los 100 hoteles contactados, sólo uno realizó un seguimiento de la propuesta enviada."





**¡Reserve su próxima
cita conmigo hoy!**

Elena Flores

Business Development Manager, España



elena.flores-ruiz@profitroom.com



www.profitroom.com/es



**¡Reserve su próxima
cita conmigo hoy!**

Marta Anego

Business Development Manager, España



Business Development Manager, España



www.profitroom.com/es