



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



hosteltur

Aplicaciones que permiten personalizar la experiencia del cliente

El rol del móvil en la personalización y planificación del check-in hotelero

A través del móvil se pueden aplicar también estrategias de fidelización y upselling

1

Ofrecer una experiencia de móvil realmente personalizada se ha convertido en el santo grial de la industria turística hoy en día, y más concretamente del sector hotelero. El canal móvil, cada vez más utilizado, presenta además grandes oportunidades para comercializar productos auxiliares, los **ancillary services** de las compañías aéreas, con el fin de incrementar los ingresos del establecimiento. Pero sobre todo es una vía ineludible para **personalizar la experiencia del cliente y aumentar su satisfacción**.

En un reciente webinar de **EyeforTravel** sobre cómo ofrecer una gran experiencia móvil al cliente, uno de los participantes, el director de comercio electrónico y producto de **NH Hoteles**, **Eloy Mariaud**, explicó que la cadena está desarrollando una gran variedad de soluciones para móviles, como el **check-in móvil y el servicio de conserjería**, para mejorar la experiencia del cliente antes, durante y después de su estancia.

Con respecto a la estrategia móvil, Mariaud aconseja **desarrollar en la propia compañía soluciones para el core business**, como reservas y programas de fidelización, y para el resto, como servicios específicos de conserjería, utilizar **aplicaciones de marca blanca**.

¹ Fuente: https://www.hosteltur.com/126070_rol-movil-personalizacion-planificacion-check-in-hotelero.html

Una de ellas es [CheckMate](#), que compró el metabuscador hotelero [Room 77](#) el pasado abril, según publicó [HOSTELTUR noticias de turismo](#), y que recientemente ha lanzado la versión beta de esta solución móvil para realizar el check-in.



El uso de aplicaciones móviles para personalizar la experiencia del cliente al realizar su check-in tiene un impacto positivo en su satisfacción.

Es ser líder de tu vida

Según el cofundador de la compañía, **Anthony Maggio**, esta firma tecnológica de marca blanca facilita a hoteles y distribuidores ofrecer **más servicios móviles y online** a sus clientes, con los que alcanzar un **nuevo nivel de personalización**. Como ha destacado, los hoteles que ya están utilizando esta tecnología se están beneficiando de la oportunidad que les ofrece para hacer **upselling**.

En este sentido **Mike Blake**, CIO (Chief Information Officer) de **Commune Hotels**, confirma que han **mejorado los resultados financieros** en sus establecimientos tras aplicar este producto de check-in móvil. Según sus propias palabras, “los huéspedes se muestran abrumadoramente a favor de las comunicaciones móviles, así como de la nueva experiencia de check-in”.

Cómo funciona: el día anterior a su llegada el cliente recibe un email con la marca del hotel, operativo en todas las plataformas, en el que se le ofrece la posibilidad de realizar

el check-in seleccionando sus preferencias de habitación, comunicando la hora de su entrada, introduciendo el número de miembro del programa de fidelización y aceptando recibir las alertas para comunicarle el status de su habitación.

Para **Aaron Anavim**, director de Operaciones de Front Office de **Estancia La Jolla**, “el uso de **CheckMate** tiene un **impacto positivo en la experiencia del cliente** previa a su llegada, en el sentido de que le ofrece plazos realistas de cuándo estará lista su habitación, lo que le permite planificar mejor su día”.

Si el huésped no es miembro del **programa de fidelización** también existe la posibilidad de que el hotel utilice el programa para ofrecerle información de cómo puede beneficiarle formar parte de él. Y lo más importante desde la perspectiva de generar ingresos: a los clientes se les ofrece la posibilidad de hacer un **upgrade**.

Perfil detallado del cliente

CheckMate también permite a los hoteles elaborar un **perfil más detallado del cliente** en función de todos sus datos públicos disponibles, aparte del nombre y su dirección de mail. Así, como apunta Maggio, “si conoces cómo es, y él ya ha realizado su check-in y sabes a qué hora va a llegar, puedes presentarte con la llave de su habitación en el momento que entra por la puerta”.

Para algunos huéspedes, sin embargo, esta posibilidad puede suponer ir **demasiado lejos**, llegando incluso a asustar un poco, pero da una idea de cómo puedes **personalizar su experiencia**. En este sentido ya debatimos hace unas semanas sobre las [redes sociales vs. privacidad: dónde están los límites](#).

El reportaje completo se encuentra disponible en [EyeForTravel](#).