



Hotel Marte

Caso de Éxito

think!N
THE COMPANY FOR TOURISM

Marca

Hotel Marte

Sector

Hotelero

Dirección

C/ Doctor Ingram, 20
38400 Puerto de la Cruz
Santa Cruz de Tenerife
Islas Canarias

Web

www.hotel-marte.com

Para poder maximizar los beneficios se hizo necesario buscar una estrategia que impulsara las ventas en el canal directo, disminuyendo costes de intermediación y aumentando los ingresos del hotel.

Introducción

La mejor forma de medir el éxito en una empresa no está únicamente en los beneficios económicos obtenidos, sino también y primordialmente en el nivel de satisfacción de sus clientes.

Es por ello que cada vez más establecimientos alojativos y de restauración se hacen conscientes de la necesidad de renovar sus estrategias.

En **thinkIN** se reconoce la importancia del **Revenue Management** como clave para recuperar el control de precios, reducir la dependencia de intermediarios, maximizar beneficios para los establecimientos y obtener el reconocimiento de sus clientes.

Una prueba de ello es **Hotel Marte**, que con solo unos pocos meses de haber implementado esta técnica, ya revela resultados exitosos.

El establecimiento

Hotel de 3 estrellas ubicado en el centro del Puerto de la Cruz, al norte de Tenerife, Islas Canarias.

Está situado cerca del puerto pesquero de la zona, de la estación de autobuses, zona de shopping, de ocio y también de uno de los parques temáticos más visitados de la isla, con reconocimiento mundial.

El edificio cuenta con habitaciones bien equipadas, amplias e informales, con balcones, terrazas y vistas al Teide o a la playa, según sea la preferencia.

Entre sus instalaciones cuenta con un restaurante, bar cafetería, piscina exterior con vistas a la montaña, gimnasio, solárium y sauna. Ofrece además servicio de masajes y tratamientos fisioterapéuticos para sus huéspedes más exigentes, mesa de billar y wifi gratuito en zonas comunes.

El clima característico de la zona hace de este hotel un lugar ideal para disfrutar de la calidez del sol, hermosas vistas, cómodas instalaciones y excelente atención a un precio muy asequible.

Necesidades y objetivos

Aunque en **Hotel Marte** las ventas se venían manteniendo bastante bien con el apoyo de intermediarios, los representantes del establecimiento querían encontrar la manera de aumentar su independencia y los gastos implícitos en esos canales.

Para poder maximizar los beneficios se hizo necesario buscar una estrategia que impulsara las ventas en el canal directo, disminuyendo costes de intermediación y aumentando los ingresos del hotel.

Procedimientos

A finales de julio de 2016, **thinkIN** implementa y gestiona en **Hotel Marte** la técnica de **Revenue Management**.

Ofrecer el producto adecuado, en el momento preciso y al precio correcto es la fórmula idónea para incrementar el número de reservas y optimizar ingresos, a la vez que se satisfacen las necesidades de los clientes, quienes reciben justamente lo que necesitan y a un precio que pueden pagar.

*Con la gestión del **Revenue Management**, del total anual establecido actualmente, se ha aumentado la venta en un 13%. Dentro de la producción conseguida, la web representa el 16% de las ventas.*

Resultados

Con la gestión del **Revenue Management**, del total anual establecido actualmente, se ha aumentado la venta en un 13%. Dentro de la producción conseguida, la web representa el 16% de las ventas.

Teniendo en cuenta el muy corto tiempo desde su implementación, esto representa una buena cifra y todo apunta a que, de seguir trabajando en esta línea, para el próximo año los resultados serán mucho mejores.