Hotel Marino Tenerife

Caso de Éxito | Distribución Online

think!N
THE COMPANY FOR TOURISM

MARINO TENERIFE
★★★★

Marca
Marino Tenerife Aparthotel

Sector
Hotelero

Dirección
Calle Minerva, 2, 38630 Costa del Silencio, Santa Cruz de Tenerife

Web
marinotenerifehotel.com

Cabe destacar que solo en lo que va de 2017 ya el hotel tiene alcanzada la misma cantidad en ventas que los canales directos online en el curso 2016.

Haciendo resumen de la evolución de las ventas desde la apertura de nuevos canales hasta la actualidad, se puede concluir el aumento de las ventas en un 400% del total.

Introducción

La Distribución Online es una de esas estrategias clave que tiene como objetivo prioritario aumentar la independencia de los establecimientos hoteleros e incrementar la rentabilidad en los canales de distribución directa.
A su vez incorpora los canales indirectos como las OTA's, turoperadoras y otras que son igualmente importantes.

Justamente de eso se encarga la Online Distribution, que juega entre canales directos e indirectos para distribuir la venta y los precios, según sean los intereses del momento.

En Hotel Marino Tenerife se valoran la especialización, las sinergias dentro del equipo de trabajo y todas las iniciativas que sirvan para mejorar cualquier gestión dentro del establecimiento.

Necesidades del Hotel

El sector turístico evoluciona en cuanto a procesos especializados, buscando cada vez más y mejores oportunidades para que los establecimientos alojativos obtengan rentabilidad.

Hotel Marino Tenerife no contaba en 2015 con Distribución Online. Una de sus necesidades era abrir nuevos canales directos y aumentar sus ventas.
En 2015 las ventas totales rondaban una muy buena cifra, pero si se podía mejorar abriendo los canales directos, había que hacerlo sin dudar. Y así se hizo.

Soluciones y procedimientos

La nueva manera de pensar se basa en dar forma a todos los servicios integrales que impulsen esa rentabilidad y las soluciones se soportan en tecnologías y estrategias de vanguardia.

En Hotel Marino Tenerife se implementó la Online Distribution, abriendo varios canales directos.

Entre los canales directos está el Contact Center y la Web con motor de reservas.
Se integró el Channel Manager para dar mayor visibilidad al hotel, centralizar y gestionar las intermediaciones y optimizar procesos administrativos y comerciales.

Resultados, conclusión y expectativas

En el transcurso de 2016, con la implementación de la Distribución Online y la apertura de canales de venta directa, se ha visto una mejora en la ocupación, llegando a alcanzar un 86% de ocupación anual, frente a un 34% que se venía haciendo en 2015, año en el cual no contaban con esta estrategia.

Cabe destacar que solo en lo que va de 2017 ya el hotel tiene alcanzada la misma cantidad en ventas que los canales directos online en el curso 2016.
Por ello las expectativas para 2017 son muy positivas, pues el hotel ya cuenta con un 33% de sus ventas actuales, solo en canales online.

Haciendo resumen de la evolución de las ventas desde la apertura de nuevos canales hasta la actualidad, se puede concluir el aumento de las ventas en un 400% del total.