



Hotel Marte

Caso de Éxito | Marketing Online

think!N
THE COMPANY FOR TOURISM

Marca

Hotel Marte ****

Sector

Hotelero

Dirección

C/ Dr. Ingram 20, Puerto de
La Cruz – Tenerife

Web

hotel-marte.com

Para potenciar las ventas directas del hotel desde la web se llevaron a cabo tres pasos fundamentales: Se implementó un motor de reservas; se optimizó la página de tal manera que se mejoró el posicionamiento orgánico y se comenzaron a hacer campañas SEM.

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS EN HOTEL MARTE

El mercado del alojamiento turístico está viviendo un momento en el que la visibilidad online de un hotel es prácticamente definitiva para generar reservas, sobre todo si se habla de ventas directas.

El Marketing Online se presenta como la mejor opción a la hora de implementar los cambios necesarios para amoldarse a las exigencias de los nuevos tiempos, pues no se trata únicamente de estar por estar en Internet, sino de tener una web bien gestionada y optimizada.

Ejemplo de esto es la evolución que ha tenido Hotel Marte desde que sus directivos decidieran implementar esta estrategia entre sus procesos, mostrando resultados positivos y satisfactorios, tanto para el establecimiento, como para sus clientes.

A continuación un breve resumen del cambio que ha supuesto el Marketing Online en este hotel, comparando el antes, durante y después de su implementación.

NECESIDADES

La situación de Hotel Marte ameritaba un cambio en sus estrategias para adaptar sus procesos a las demandas particulares de los clientes, quienes cada vez más son partícipes de usar Internet como canal de información y de compra.

OBJETIVOS

Implementar una estrategia que le permitiera al hotel aprovechar las bondades del mercado online para abrir nuevos canales y aumentar sus ventas directas, crear presencia en Internet, mejorar su reputación online y en general maximizar sus beneficios.

PROCEDIMIENTOS

Se implementó el Marketing Online como estrategia en los procesos y gestiones del Hotel Marte, tanto en lo comercial como en lo administrativo.

En la web oficial del hotel se renovó el diseño proporcionando mayor calidad, mejorando la experiencia del usuario y la conversión a reserva.

Para potenciar las ventas directas del hotel desde la web se llevaron a cabo tres pasos fundamentales: Se implementó un motor de reservas; se optimizó la página de tal manera que se mejoró el posicionamiento orgánico y se comenzaron a hacer campañas SEM.

Además se integró un programa de analítica web para estudiar el comportamiento de los usuarios en la página, detectar errores y también generar y aprovechar nuevas oportunidades de venta directa.

Se dispuso de un Contact Center como nuevo canal de atención al usuario y ventas de forma directa, mucho más eficaz y eficiente.

La presencia en Internet, la optimización en la web, implementación del motor de reservas, apertura del Contact Center y en general el seguimiento profesional que se ha hecho tras implementar el Marketing Online han proporcionado al hotel un cambio importante.

RESULTADOS

La presencia en Internet, la optimización en la web, implementación del motor de reservas, apertura del Contact Center y en general el seguimiento profesional que se ha hecho tras implementar el Marketing Online han proporcionado al hotel un cambio importante.

Los objetivos fueron alcanzados. Los clientes están contentos y bien atendidos, las reservas directas han aumentado, la web oficial y el Contact Center proporcionan resultados satisfactorios, se ha impulsado la reputación online del hotel y al tener mayor visibilidad se están atrayendo nuevos prospectos que acaban convirtiéndose en clientes fidelizados.

CONCLUSIÓN

La evolución que ha experimentado Hotel Marte tras haber implementado el Marketing Online ha sido positiva. Se han optimizado procesos y recursos, además de ver rentabilizadas las gestiones y maximizados los beneficios comerciales y administrativos.