

# COME MIGLIORARE L'ESPERIENZA DEGLI OSPITI NEL TUO HOTEL

IDEE PERSONALIZZABILI DA METTERE IN PRATICA

# INTRODUZIONE

L'esperienza degli ospiti è stata un punto focale negli ultimi anni a causa delle mutevoli aspettative dei viaggiatori a causa della pandemia.

Un nostro sondaggio su larga scala ha rilevato che il viaggiatore di oggi è meno interessato alle sistemazioni tradizionali, ponendo una maggiore enfasi sulle esperienze orientate al valore percepito durante il soggiorno!

# Quindi, cosa significa questo per te albergatore?

Tu albergatore devi prenderti il tempo necessario per comprendere veramente i dati demografici del tuo target e capire come creare esperienze che soddisfino le esigenze sociali, ambientali ed economiche dei tuoi clienti.

Ogni ospite ha particolari caratteristiche e va inserito in un gruppo di suoi simili.

Devi utilizzare ciò che sai sulle diverse tipologie di ospiti per creare **punti di contatto personalizzati** durante il loro viaggio per offrire un'esperienza unica e di grande impatto.

In questa presentazione troverai idee per migliorare l'esperienza dei tuoi ospiti e far sì che tornino più e più volte nel tuo Hotel

Scegli le idee che hanno più senso in ogni fase del viaggio dell'ospite in base alle sue caratteristiche e alle peculiarità del tuo hotel.

Scoprirai inoltre come segmentare i tuoi clienti ancora prima che arrivino da te in hotel, così da sapere esattamente che tipo di cliente avrai di fronte al suo arrivo.

# Fase di Ricerca: SCOPERTA ONLINE!

La fase di scoperta è cruciale non solo per stabilire le aspettative degli ospiti, ma anche per la differenziazione.

Qui devi infondere fiducia, **comunicare il tuo valore e convincere** i viaggiatori a prenotare da te.

# Costruisci un sito web facile da navigare

Il primo impatto è quello che conta!

Un sito web ben progettato e ottimizzato per l'usabilità è fondamentale per comunicare la proposta di valore del tuo hotel ai potenziali ospiti.

Utilizza immagini, video e un linguaggio chiaro e semplice per mostrare ciò che ti rende unico. (che si tratti dei tuoi sforzi per la sostenibilità, dei programmi per il benessere, del territorio e delle attività circostanti).

**Rendi unica la tua proposta e fai in modo che essa sia chiara sin da subito.**

Fai in modo che il tuo sito web sia facile da navigare ed evita informazioni ridondanti che spostano l'attenzione del cliente, rischiando così di farlo uscire dal sito web, senza aver compiuto un'azione per te importante da monitorare.

# Integra il Booking Engine nel tuo sito web

Non c'è niente di più frustrante di quando si cerca di prenotare un soggiorno e il motore di prenotazione non è presente o ben integrato nel sito web.

Hai poche chance a disposizione e devi sfruttarle nel modo più efficace possibile.

Per migliorare l'esperienza del cliente, semplifica il processo di prenotazione con un motore di prenotazione integrato e lascia che l'utente abbia informazioni in tempo reale sulla disponibilità delle camere in un determinato periodo.

Permettere ai potenziali ospiti di acquistare il proprio soggiorno direttamente dal tuo sito web è fondamentale per la tua impresa!

# Velocizza i processi di valutazione

I viaggiatori passano delle ore avanti e indietro tra il sito web dell'hotel, le agenzie di viaggio online (OTA) e i metamotori alla ricerca dell'offerta migliore.

Per semplificare questo processo e migliorare la soddisfazione, prendi in considerazione l'aggiunta di un comparatore di tariffe sul tuo sito web, consentendo ai viaggiatori di confrontare rapidamente le tariffe su tutte le piattaforme.

Questo non solo migliora l'esperienza di prenotazione, ma li mantiene anche sul tuo sito, riducendo significativamente la probabilità che completino una prenotazione altrove.



# Offri ai viaggiatori vari canali per porre domande e mettersi in contatto

I viaggiatori hanno molto da pensare quando prenotano una camera d'albergo e le richieste apparentemente piccole se soddisfatte possono fare la differenza in meglio per il tuo hotel.

Investire in strumenti di coinvolgimento degli ospiti per comunicare con loro tramite Whatsapp, Chatbot, Messenger, Telegram o SMS può aiutare a mitigare rapidamente qualsiasi preoccupazione che un viaggiatore possa avere, con conseguente tranquillità (e una prenotazione diretta).

# Avere una sezione FAQ sul tuo sito web

Molti viaggiatori preferiscono trovare da soli la risposta alle cose e, se possibile, evitare di entrare in contatto con la struttura.

Aiutali lungo il viaggio con alcune FAQ comuni.

# Garantire la coerenza tra i canali di distribuzione

Nel settore dell'ospitalità, le informazioni di un hotel sono generalmente diffuse su più canali di vendita, tra cui OTA, metamotori, profili di social media, un profilo aziendale di Google e il proprio sito web ufficiale.

Garantisci la coerenza tra questi profili per quanto riguarda le informazioni aggiornate sulla proprietà, le immagini, le descrizioni e i servizi: non solo si tratta di una best practice per la SEO, ma un profilo coerente aiuta a rassicurare gli ospiti su ciò che stanno prenotando.

# Ottimizza per dispositivi mobili

Secondo una statistica di Booking.com entro il 2024 due prenotazioni di viaggio su quattro avverranno su mobile, rendendo l'usabilità mobile un elemento cruciale per un'esperienza positiva per gli ospiti.

Gli hotel devono assicurarsi che il proprio **sito web sia ottimizzato per i dispositivi mobili** e che il proprio motore di prenotazione sia facile da utilizzare.

# Prima dell'arrivo

La fase prima dell'arrivo è quella in cui tu albergatore devi essere proattivo e connetterti con gli ospiti in anticipo.

Qui è importante **raccogliere le preferenze degli ospiti durante la fase di prenotazione e utilizzarle poi durante il soggiorno.**

# Crea profili degli ospiti (da aggiornare di volta in volta)

Prima di raccogliere qualsiasi informazione sugli ospiti, assicurati di disporre dei sistemi per mantenere i loro profili aggiornati.

Il tuo sistema di gestione della proprietà (PMS) dovrebbe poter tenere traccia degli anniversari e dei compleanni e il tuo strumento di messaggistica per gli ospiti dovrebbe essere in grado di raccogliere le loro informazioni e inviare messaggi personalizzati.

# Offri un marketplace integrato per prenotare in anticipo

I servizi accessori o gli upsell (ancillary revenue) rappresentano una preziosa opportunità per aumentare la soddisfazione e la fidelizzazione degli ospiti.

Quanto meglio conosci i tuoi segmenti, tanto più personalizzati possono essere i tuoi upsell. **(Aumentare lo scontrino medio di ogni singolo viaggiatore è il segreto del tuo successo, senza la disperata ricerca di nuovi clienti, ottieni il massimo dagli ospiti utilizzando la logica per farlo).**

Offri agli ospiti la possibilità di prenotare in anticipo eventuali trattamenti termali, tour o lezioni utilizzando un marketplace integrato, in modo che non debbano preoccuparsene all'arrivo.

Invia un collegamento rapido con tutte le tue opzioni qualche giorno prima dell'arrivo in modo che gli ospiti possano prenotare facilmente.

**Questo non solo aiuta gli ospiti a pianificare, risparmiando loro tempo e stress all'arrivo, ma fornisce agli hotel un mezzo per aumentare la redditività.**

# Raccogli informazioni per un soggiorno personalizzato

Avere una comprensione delle preferenze specifiche di ogni ospite può rendere fantastico il suo soggiorno.

Prima dell'arrivo, invia una scheda di registrazione digitale che raccoglie informazioni che possono essere utilizzate per personalizzare il suo soggiorno, il tipo di cuscino, la bevanda preferita e così via.

Questi piccoli dettagli mostrano la qualità del tuo servizio e sono fondamentali per l'esperienza dell'ospite.



# Invia un'e-mail di conferma

A volte le azioni più semplici possono essere le più efficaci.

Un'e-mail di conferma inviata alla casella di posta di un ospite subito dopo la prenotazione può alleviare il “rimorso” degli acquirenti ed entusiasmare i viaggiatori per il loro soggiorno.

Un'ulteriore occasione per personalizzare la sua esperienza.

Conferma i dettagli del loro soggiorno in hotel come rassicurazione e approfittane per ottenere nuove o maggiori informazioni sul tuo cliente.

# Fornire info su cosa vedere e fare...

Di solito, una delle priorità sulle quali un viaggiatore si concentra, quando prenota una vacanza, è assicurarsi delle possibilità che offre il territorio.

Fai il possibile e invia agli ospiti una guida digitale con consigli su dove mangiare, cosa vedere, come spostarsi e quali attività svolgere nei dintorni.

Inviando questa guida dopo la prenotazione, puoi ridurre lo stress della pianificazione del viaggio offrendo una prospettiva locale sulla zona.

Una volta arrivati, possono consultare la guida sui loro smartphone mentre visitano la città.

# Rendi gli ospiti entusiasti della loro visita

I giorni che precedono un viaggio possono essere i più stressanti ed emozionanti.

Invia un breve messaggio agli ospiti qualche giorno prima dell'arrivo per confermare (di nuovo) la loro prenotazione e far sapere loro quanto sei entusiasta di accoglierli.

Puoi chiedere se hanno domande o richieste speciali all'arrivo: questo semplificherà il processo di check-in e contribuirà a creare una connessione con te.

# Offri servizi gratuiti aggiuntivi per semplificare l'arrivo in hotel

Considera l'idea di offrire un servizio gratuito aggiuntivo come il check-in online o il transfer dall'aeroporto per alleviare lo stress.

Semplici servizi gratuiti aggiuntivi come questi possono differenziare il tuo hotel da altri e migliorare l'esperienza del tuo cliente anche nella fase pre-stay.

# Definisci (e fai rispettare) gli standard di manutenzione e pulizia del tuo hotel

Adotta un approccio proattivo alle operazioni del tuo hotel.

Se non l'hai già fatto, stabilisci procedure operative standard (SOP) per i tuoi reparti di pulizia e manutenzione per garantire che tutto funzioni senza intoppi durante il soggiorno di un ospite, ma anche prima ovviamente.

Anche il più piccolo errore di manutenzione o pulizia può avere un impatto negativo sul soggiorno di un ospite: i migliori hotel dispongono di processi step by step (check-list) per mitigare problemi grandi e piccoli.

# Crea e promuovi la cultura dell'esperienza dell'ospite nel tuo hotel

Il tuo staff deve conoscere il ruolo che l'esperienza degli ospiti gioca nella tua struttura e sul tuo revenue.

Assicurati che il tuo team sia completamente formato sulla tua mission e vision e comprenda quali azioni ti aspetti da loro.

Crea una cultura in cui gli ospiti hanno la priorità: **prevedi e condividi un elenco di azioni accettabili e inaccettabili** per offrire un'esperienza che soddisfi i valori e le aspettative verso il tuo hotel.

# Preparati per l'arrivo degli ospiti in anticipo

Il tuo sistema di gestione della proprietà dovrebbe fornire un elenco di arrivi giornalieri che il tuo team può studiare prima del check-in.

Qui puoi rivedere le informazioni raccolte sulle preferenze e le richieste degli ospiti in modo che tutto sia organizzato per l'arrivo degli ospiti.

## Pertanto all'ARRIVO:

All'arrivo, l'obiettivo numero del tuo staff è quello di fornire un'esperienza di **check-in rapida, personalizzata**, volta a soddisfare le preferenze e le esigenze uniche di ciascun ospite (stabilite prima dell'arrivo).



# Saluta gli ospiti per nome (e continua a farlo durante il loro soggiorno)

Chiamare l'ospite per nome è un modo semplice, ma molto efficace per migliorare l'esperienza dell'ospite.

Questo piccolo atto può aiutarti a distinguerti nel settore alberghiero, dove molta personalizzazione è andata ormai perduta.

# Illustra il tuo hotel e i tuoi servizi

Anche se fornisci agli ospiti una mappa o una panoramica verbale della tua “Casa” può essere utile, un'idea per migliorare ulteriormente l'esperienza degli ospiti e guidarli alla scoperta del tuo hotel e dei tuoi servizi.

Il tuo staff può comunicare ciò che rende unica la tua struttura e indicare tutti gli spazi comuni aperti agli ospiti e i loro orari.

Questo tour è estremamente prezioso per gli ospiti, facendoli sentire immediatamente i benvenuti e familiari con l'ambiente circostante.

# Scrivi una lettera di benvenuto

Una lettera di benvenuto può essere un ottimo modo per augurare agli ospiti un piacevole soggiorno e far sapere loro che ci sei per tutto ciò di cui hanno bisogno.

Assicurati di aggiungere un po' di personalizzazione e che il tono della lettera si adatti al tuo stile.

Il potere della segmentazione e quindi di aver compreso sin da subito la tipologia di cliente che si sta ospitando, ti permetterà di scrivere una lettera ad hoc.

Lascia pure la lettera di benvenuto in camera sul comodino o sul letto.

# Stupisci con una sorpresa unica all'arrivo

Non c'è nulla di meglio di offrire qualcosa a tema con il tuo hotel.

Considera quale sorpresa di benvenuto puoi offrire per migliorare l'esperienza dell'ospite, chiaramente in linea con le modalità in cui si presenta il tuo brand.

La tua sorpresa potrebbe essere una bevanda speciale o un'offerta simbolica, ma dovrebbe avere senso visto la tua posizione del tuo hotel.

Lavora di ingegno e fantasia e basati sui dati del cliente che hai raccolto precedentemente.

# Avere un concierge digitale a portata di mano

La maggior parte delle proprietà indipendenti non ha il budget per un assistente degli ospiti dell'hotel a tempo pieno, ma desidera fornire loro un servizio di livello elevato.

Un concierge digitale può essere un modo fantastico per fornire agli ospiti consigli locali e informazioni utili in modo self-service.

Questo tipo di software per hotel rende possibile avere un concierge con risorse contenute.

# Aggiungi un tocco personale all'esperienza di benvenuto

Sulla base delle informazioni raccolte prima dell'arrivo, considera cosa puoi offrire agli ospiti nella loro camera al momento del check-in.

Se sai che una famiglia viaggia insieme con i propri figli, crea un simpatico asciugamano a forma di animale con un messaggio dove li si invita a godersi la piscina.(è un esempio)

Se si tratta invece di una coppia in arrivo per la luna di miele, lascia una serie di petali di rosa sul letto.

Questi piccoli gesti fanno molto per migliorare l'esperienza degli ospiti dell'hotel e rendono sin da subito la loro permanenza unica.

Ricorda queste parole chiave: “Segmentazione & Unicità”

# Durante il soggiorno

Una volta che gli ospiti sono in “Casa”, lo staff deve garantire che la loro permanenza ed esperienza sia sempre eccellente.

**Lasciare i clienti a loro stessi non è un'idea vincente!**

Ancora una volta ti ricordo che l'ospite è alla ricerca di un soggiorno di valore e tu devi fare in modo che sia così!

# Offri la tecnologia in camera

Fai sentire gli ospiti meglio che a casa loro, con comfort come l'integrazione dei servizi di streaming per guardare i programmi e i loro film preferiti o controlli intelligenti di illuminazione e temperatura per adattare la stanza alle loro esigenze.

Studia i tuoi ospiti per identificare quali soluzioni tecnologiche in camera hanno più senso e avranno un impatto maggiore sulla soddisfazione degli ospiti.

Per farlo potresti inviare loro un sondaggio, un quiz ottenendo così informazioni di tipo qualitativo!



# Forma il tuo personale sull'arte del ripristino del servizio

Non tutti i soggiorni possono essere perfetti, per svariate ragioni e non importa quanto ci provi perché ci sarà comunque qualcosa che non va.

Detto questo, ecco perché è essenziale formare il personale sull'arte del ripristino del servizio.

Aiutali a identificare le possibili problematiche e consenti al tuo team di risolvere rapidamente i problemi utilizzando questi sei passaggi:

*Ascoltare, chiarire, entrare in empatia, scusarsi, risolvere e dare seguito.*

Per identificare i problemi prima che si intensifichino, prendi in considerazione l'invio di un breve messaggio poche ore dopo l'arrivo per assicurarti che la realtà soddisfi le aspettative.

Un cuscino troppo alto o troppo basso può essere la ragione di una recensione pessima!

*Prevenire dunque è meglio che curare.*

# Festeggia le occasioni speciali

È un onore per gli ospiti scegliere di trascorrere le loro occasioni speciali con te.

Che si tratti di un compleanno, di un anniversario, prenditi il tempo per festeggiare gli ospiti in un modo unico.

Assicurati di chiedere in anticipo se c'è un motivo speciale per la loro visita e se puoi aiutare con la celebrazione in qualche modo.

Indipendentemente da ciò, predisponi processi per riconoscere le diverse occasioni.

Questi gesti non devono essere grandi: per i compleanni, potresti lasciare un biglietto scritto a mano e un palloncino e, per gli anniversari, offrire una bottiglia di bollicine e così via.

# Collaborare con i fornitori locali

Fai in modo che gli ospiti non si chiedano mai cosa fare mentre sono in città collaborando con i attività locali per fornire esperienze nei dintorni.

Scopri quali offerte uniche hanno senso per i tuoi clienti e se gli imprenditori locali sono disposti a collaborare con te.

**Crea delle Partnership!**

I viaggiatori desiderano vacanze uniche che coinvolgano, sorprendano e delizino.

# Offri opzioni per il check-out posticipato

In un mondo ideale, i tuoi ospiti saranno così soddisfatti del loro soggiorno che non vorranno andarsene.

Per migliorare il soggiorno dell'ospite, prendi in considerazione l'idea di offrire il check-out posticipato gratuito come sorpresa finale.

Naturalmente, questo tipo di idea dipenderà dall'occupazione e da altri fattori, ma se non è possibile, fai sapere agli ospiti che sono comunque invitati a godere dei servizi della struttura e il deposito bagagli fino a quando non saranno pronti per partire.

Quest'ultima dimostrazione di ospitalità assicurerà agli ospiti di partire con una nota positiva e aumenterà la probabilità di un passaparola positivo (e forse di un soggiorno ripetuto).

# Post-soggiorno

Le opportunità per migliorare l'esperienza degli ospiti non finiscono quando un ospite lascia la proprietà.

Trova dei modi per rimanere in contatto con gli ospiti e personalizzare ogni interazione utilizzando i dati a tua disposizione.

La Fidelizzazione al tuo hotel ti permetterà di aumentare il revenue e diminuire drasticamente per gli anni a venire i costi di acquisizione.

Questo accade anche se investi in attività di advertising con un approccio data-driven.

Affidati sempre a chi utilizza i dati per decidere e mai a web agency che agiscono basandosi su opinioni.

# Interagisci con le recensioni online

Supponendo che tu abbia implementato alcune delle idee di cui sopra, è probabile che inizierai a vedere un flusso di recensioni più positive.

Indipendentemente dal fatto che siano positive o negative, rendi parte della tua routine rispondere alle recensioni.

Questo è solo un altro modo per entrare in contatto con gli ospiti, esprimere la tua gratitudine e accoglierli di nuovo.

Per le recensioni negative, mostra lo stesso rispetto e comunica cosa puoi fare per mitigare la situazione. Suggestisci loro di inviarti un'e-mail in modo che possiate trovare una soluzione insieme.

# Invia un messaggio post-soggiorno personalizzato

Invia una mail agli ospiti dopo il check-out per ringraziarli del loro soggiorno.

Per mostrare il tuo apprezzamento, includi un'offerta speciale personalizzata per quel “segmento” di ospite.

Ad esempio, le famiglie potrebbero ricevere un'offerta che prevede una scontistica particolare per i propri figli in un soggiorno futuro.

# Premia gli ospiti abituali

Se non ne hai già uno, valuta la possibilità di lanciare un programma fedeltà per premiare gli ospiti abituali.

Il tuo programma fedeltà non deve essere complicato.

Può essere semplice come offrire una tariffa "solo membri" supportata da una strategia di comunicazione coerente con offerte e sconti a tempo limitato.



# Mantieni un'esperienza straordinaria per gli ospiti

Un'esperienza di qualità per gli ospiti porta molti vantaggi, come recensioni online positive, minori costi di acquisizione degli ospiti e minori investimenti per te albergatore.

Per mantenere un'esperienza straordinaria nel tempo, segui queste best practice:

# Best Practice

Misura la soddisfazione degli ospiti in modo coerente e confronta le prestazioni per assicurarti di andare nella giusta direzione nel tempo.

Richiedi feedback al tuo staff per raccogliere idee per migliorare l'esperienza degli ospiti sulla base di interazioni dirette con gli ospiti.

Investi nella formazione del personale affinché gestisca al meglio i reclami degli ospiti, nelle migliori pratiche del servizio clienti e nelle procedure operative standard.

Revisiona i processi con continuità e apporta miglioramenti in base ai feedback degli ospiti e del tuo personale.

# Migliora l'efficienza del tuo staff con la tecnologia

Il settore dell'ospitalità attualmente deve affrontare molte sfide, la carenza di personale, una tecnologia obsoleta... che rendono difficile offrire agli ospiti esperienze eccezionali.

Per soddisfare e superare le aspettative degli ospiti, puoi dotare il tuo team di collaboratori della tecnologia adeguata con i tempi.

Raccogliendo dati, automatizzando i processi e implementando i flussi di lavoro, il personale non solo può avere accesso a informazioni più personalizzate, ma può avere maggiore tempo per studiare le preferenze e interagire con gli ospiti durante il loro soggiorno.

# Conclusione

Ricorda: la chiave per il successo nel settore alberghiero è far vivere un'esperienza indimenticabile all'ospite e ciò richiede tutta la tua attenzione!

Affidati a professionisti del marketing alberghiero!

In questo modo puoi dedicare più tempo e risorse alla creazione di esperienze uniche per i tuoi ospiti.

Se questa risorsa gratuita ti è stata di ispirazione e pensi potrà esserti di aiuto allora è arrivato il momento di valutare **DIGITALIANLAB!**

**SCOPRI IN QUESTO VIDEO COME POSSIAMO AUMENTARE LE TUE VENDITE DIRETTE E DIMINUIRE LE INTERMEDIAZIONI DALLE OTA.**