

Reporte Gratuito WOW 

47 IDEAS PARA TRANSFORMAR SU ALOJAMIENTO EN UNA EXPERIENCIA WOW!

Estrategias probadas para
aumentar las reservas directas y
reducir la dependencia en plataformas

WOWGuests | Marketing para huéspedes cinco estrellas





CAPÍTULO 1:

EL PODER DE LA PRIMERA IMPRESIÓN

ESTRATEGIAS PRE-LLEGADA

1.1 | La Oportunidad Perdida Más Grande del Turismo

El 90% de los alojamientos pequeños comete el mismo error: **una vez confirmada la reserva, el huésped queda en “radio silencio” hasta el día de llegada.**

Este vacío comunicacional representa una oportunidad perdida de oro para:

- › **Reducir cancelaciones:** ya que las reservas con comunicación pre-llegada tienen 40% menos cancelaciones
- › **Aumentar ventas adicionales:** ofreciendo servicios extras, upgrades, experiencias locales
- › **Crear una expectativa positiva:** que predispone al huésped a una experiencia superior y sin sorpresas
- › **Recopilar información valiosa:** sobre preferencias y necesidades específicas para personalizar su estadía

1.3 | El Video de Bienvenida: Su Arma Secreta

Crear un video de bienvenida personalizado puede costar muy poco tiempo y dinero, pero seguro generará un impacto exponencial. Elementos clave:

Duración:

- entre 2 y 3 minutos máximo

Contenido:

- Saludo personal del propietario o manager (30 segundos)
- Tour rápido de las instalaciones principales (60 segundos)
- Destacados de la zona y recomendaciones locales (60 segundos)
- Mensaje de despedida con expectativa de recibirlos (30 segundos)

1.2 | El Sistema de Comunicación Pre-Llegada WOW

SEMANA DE LA RESERVA:

Enviar un email de bienvenida personalizado que incluya:

- Agradecimiento específico por elegir tu propiedad
- Breve historia de su alojamiento (humaniza la experiencia)
- Información práctica básica (dirección, teléfono, horarios)
- Enlace a un video corto de bienvenida del propietario/manager

5-7 DÍAS ANTES:

Email con título: “Preparando tu experiencia única en [Nombre del Alojamiento]”

- Pronóstico del clima para las fechas de estadía
- Recomendaciones personalizadas según tipo de huésped (familia, pareja, business)
- Opciones de servicios adicionales disponibles
- Formulario simple de preferencias (tipo de almohadas, temperatura de la habitación, restricción y alergias de alimentos, etc.)

48 HORAS ANTES:

WhatsApp o SMS con:

- Recordatorio amigable de la reserva
- Instrucciones específicas de llegada
- Número directo para emergencias o consultas

PRO-TIP: Grabar versiones estacionales para mantener el contenido actualizado y relevante.



CAPÍTULO 2:

CREANDO MOMENTOS MÁGICOS DURANTE LA ESTADÍA

2.1 | El Ritual de Check-In que Marca la Diferencia

El check-in es su única oportunidad de causar una primera impresión física.

El 70% de la percepción de calidad del servicio se forma en los primeros 15 minutos.

EL PROTOCOLO WOW DE CHECK-IN:

Antes que Lleguen:

- Habitación lista 2 horas antes de la hora oficial de check-in
- Kit de Bienvenida personalizado en la habitación
- Temperatura ambiente ajustada según preferencias pre-comunicadas
- Aromatizante de ambiente ajustado según preferencias pre-comunicadas
- Música suave de fondo (playlist local)

Al Llegar:

- Saludo por nombre (usar información de la reserva)
- Ofrecer trago de bienvenida (puede ser agua saborizada casera, jugos naturales locales)
- Check-in eficiente (máximo 5 minutos)
- Mini-tour personalizado enfocado en lo que más les pueda interesar

2.2 | Los Detalles que No Cuestan Pero Valen Millones

En la Habitación:

- Nota manuscrita de bienvenida del staff
- Información local curada (no brochures genéricos)
- Snacks regionales (alfajores, facturas, mate cocido)
- Botella de agua reutilizable con el logo del alojamiento
- Mapa personalizado con recomendaciones marcadas

Experiencias Locales Únicas:

- Desayuno con productos de productos locales (Mendoza: vinos y aceites; Salta: quesos de cabra; Bariloche: chocolates artesanales)
- Actividades estacionales (vendimia en Mendoza, avistaje de ballenas en Península Valdés, Carnaval en Salta/Jujuy, etc.)
- Conexiones con artesanos locales para workshops únicos

2.3 | Monitoreo de Satisfacción en Tiempo Real

DÍA 1: Mensaje de WhatsApp: "¿Todo perfecto con el check-in? la habitación esta como lo deseaba? Cualquier cosa que necesite, estoy disponible."

DÍA 2: Visita discreta del staff para verificar que todo esté bien y ofrecer asistencia.

ÚLTIMO DÍA: Check-out personalizado con pequeño regalo de despedida (puede ser una postal local, unos saquitos de té de hierbas regionales, o un pequeño souvenir).



CAPÍTULO 3:

EL ARTE DEL SEGUIMIENTO POST-CHECKOUT

3.1 | Las Primeras 24 Horas: La Ventana de Oro

El seguimiento inmediato post-salida es crucial.

Los huéspedes están en su “momento emocional más alto” respecto a su experiencia, y es cuando están más dispuestos a:

- Dejar reseñas positivas
- Recomendar a familiares y amigos
- Planificar una próxima visita

EMAIL DE SEGUIMIENTO INMEDIATO (dentro de las 4 horas):

- Asunto: “¡Gracias por permitirnos ser parte de su viaje!”
- Agradecimiento genuino y específico
- Pedido directo pero amigable de reseña en Google y TripAdvisor
- Enlaces directos a las plataformas de reseñas
- Oferta exclusiva para próxima visita (15% descuento por reserva directa)

3.2 | La Secuencia de Nutrición de 12 Meses

A 2 SEMANAS: Email con fotos de su estadía (si autorizaron) y recordatorio de reseña

AL MES: Newsletter con novedades del alojamiento y ofertas especiales

TRIMESTRAL: Actualizaciones sobre eventos locales que puedan interesarles

CUMPLEAÑOS: Saludo personalizado con oferta especial

ANIVERSARIO DE SU VISITA: Recordatorio emocional con invitación a regresar

3.3 | Convertir Huéspedes en Embajadores

PROGRAMA DE REFERIDOS:

Por cada referido que traigan, ambos reciben:

- 20% descuento en la próxima reserva directa
- Upgrade gratuito de habitación (sujeto a disponibilidad)
- Kit de Bienvenida Premium



CAPÍTULO 4:

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE FEEDBACK Y RESEÑAS

4.1 | El Sistema de Recolección Proactiva

No espere a que los problemas escalen. Implemente un sistema de feedback continuo:

DURANTE LA ESTADÍA:

- Check informal diario (puede ser el personal de limpieza preguntando si necesitan algo)
- Código QR en la habitación que lleve a formulario rápido de satisfacción
- WhatsApp disponible 24/7 para consultas inmediatas

POST-ESTADÍA:

- Encuesta de satisfacción detallada enviada a las 48 horas
- Seguimiento telefónico para estancias de más de 3 noches
- Invitación a grupos privados de Facebook/WhatsApp para huéspedes VIP

4.3 | Optimización de Reseñas Online

PARA GOOGLE MY BUSINESS:

- Responda TODAS las reseñas dentro de 24 horas
- Use el nombre de la persona que escribió el comentario en la respuesta
- Para reseñas positivas: se agradece y se invita a regresar
- Para reseñas negativas: se piden disculpas públicas + invitación a contacto privado

PARA TRIPADVISOR:

- Mantener el perfil actualizado con fotos recientes
- Responder preguntas de viajeros proactivamente
- Usar el "Management Response" como herramienta de marketing para futuros huéspedes

4.2 | Manejo de Crisis: Convertir Problemas en Oportunidades

EL PROTOCOLO DE RECUPERACIÓN DEL SERVICIO:

PASO 1 - ESCUCHA ACTIVA:

- Nunca justifique o se defienda inicialmente
- Permita que el huésped exprese completamente su frustración
- Tome notas específicas de cada punto mencionado

PASO 2 - RESPONSABILIDAD:

- Pida disculpas sinceras por la experiencia
- Tome responsabilidad sin culpar a terceros
- Explique qué pasos tomará para resolver dichos inconvenientes

PASO 3 - ACCIÓN INMEDIATA:

- Solucione el problema dentro de las 2 horas si es posible
- Si requiere más tiempo, comunique en que momento estará resuelto el problema
- Ofrezca compensación apropiada (descuento, upgrade, servicios adicionales)

PASO 4 - SEGUIMIENTO:

- Verifique que la solución fue satisfactoria
- Convierta la experiencia negativa en una historia de excelente servicio al cliente



CAPÍTULO 5:

ATRACCIÓN DE NUEVOS HUÉSPEDES SIN DEPENDER DE OTAS

5.1 | El Poder del Marketing Directo Local

ALIANZAS ESTRATÉGICAS REGIONALES:

- Restaurantes locales: intercambio de recomendaciones
- Agencias de turismo aventura: packages combinados
- Productores locales: experiencias gastronómicas únicas
- Centros de eventos: alojamiento para invitados de bodas/conferencias

EJEMPLO PRÁCTICO - MENDOZA:

Alianza con bodega familiar local:

- Huéspedes del hotel reciben 20% descuento en tours de la bodega
- Visitantes de la bodega reciben 15% descuento en el hotel
- Package conjunto: 2 noches + tour con cata + cena maridaje = experiencia premium única

5.2 | Marketing de Contenido que Genera Reservas

BLOG ESTRATÉGICO: Contenido mensual enfocado en:

- "Guía completa para visitar [su región] en [temporada]"
- "Los 5 secretos mejor guardados de [su ciudad]"
- "Experiencias únicas que solo puedes vivir en [tu zona]"
- Historias de huéspedes y sus aventuras locales

SEO LOCAL:

- Optimización para búsquedas como "hotel boutique [su ciudad]", "cabañas con desayuno [su ciudad]"
- Google My Business completamente optimizado
- Presencia en directorios turísticos locales y provinciales

5.3 | La Estrategia de Temporada Baja

PAQUETES CREATIVOS:

- "Escapada de invierno": spa day + comfort food + noches de juegos
- "Mes del libro": biblioteca curada + rincones de lectura + mate ilimitado
- "Digital detox": habitaciones sin TV + actividades offline + meditación



CAPÍTULO 6:

DISEÑO DIGNO DE INSTAGRAM SIN GRAN INVERSIÓN

6.1 | Los 5 Elementos Visuales Que Generan Shares

1. PUNTOS FOTOGRÁFICOS ESTRATÉGICOS:

- Esquina de lectura con iluminación natural perfecta
- Pared de plantas o mural local como fondo
- Armado de desayuno que invite a fotografiar
- Vista panorámica accesible con marco natural

2. PROPIEDADES FOTOGÉNICAS:

- Textiles locales coloridos (mantas y tejidos regionales)
- Plantas nativas que requieren poco mantenimiento
- Iluminación cálida con guirnaldas o velas LED
- Elementos de madera natural o piedra local

3. EXPERIENCIAS "SHAREABLE":

- Desayunos servidos en bandejas de madera con flores locales
- Setup para mate/té con vista panorámica
- Rincón de instrumentos musicales locales
- Biblioteca curada con libros de autores regionales

6.2 | Creando Tu Guía de Estilo Visual

PALETA DE COLORES:

Base en los colores naturales de su región:

- Mendoza: tierra, verde viña, dorado
- Patagonia: azul glaciar, gris piedra, verde bosque
- Salta: terracota, amarillo maíz, verde quebracho
- Costa Atlántica: azul mar, blanco arena, celeste cielo

ELEMENTOS GRÁFICOS CONSISTENTES:

- Logo simple y memorable
- Tipografía legible en devices móviles
- Iconografía que refleje la cultura local
- Marcos y filtros con identidad propia



CAPÍTULO 7:

MARKETING BOCA A BOCA – SISTEMATIZADO –

7.1 | Crear Historias Dignas de Contar

Los huéspedes no comparten experiencias normales.

Comparten experiencias extraordinarias.

Elementos que generan viralización de boca en boca (orgánico):

SORPRESAS GENUINAS:

- Aparición del dueño con guitarra para cumpleaños de huésped
- Desayuno sorpresa en el jardín cuando el clima lo permite
- Conexión con artesano local para clase privada de cerámica
- Tour nocturno personalizado a lugares que solo los locales conocen

EXPERIENCIAS ÚNICAS NO REPLICABLES:

- Acceso a eventos locales exclusivos
- Conexiones familiares (cena en casa de familia local)
- Experiencias estacionales únicas (cosecha de olivas, esquila de ovejas)

7.2 | El Sistema de Referidos Gamificado

NIVELES DE EMBAJADOR:

- **Bronce** (1 referido): 10% descuento próxima reserva
- **Plata** (3 referidos): Upgrade gratuito + welcome kit premium
- **Oro** (5 referidos): Noche gratuita + experiencia VIP local
- **Platino** (10+ referidos): Estadía completa gratuita de fin de semana

SEGUIMIENTO Y RECONOCIMIENTO:

- Certificado físico de "Embajador [Nombre del Alojamiento]"
- Reconocimiento en redes sociales
- Invitación a eventos especiales del alojamiento
- Acceso prioritario a nuevas experiencias o renovaciones



CAPÍTULO 8:

PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL HUÉSPED

8.1 | El Sistema de Inteligencia del Huésped

RECOPIACIÓN DE DATOS:

- Formulario pre-llegada discreto y útil
- Observación durante la estadía (preferencias de horario, comidas, actividades)
- Feedback post-estadía para futuras visitas
- Seguimiento de interacciones en redes sociales

CATEGORIZACIÓN DE HUÉSPEDES:

- › **Aventureros:** Buscan experiencias únicas, actividades outdoor, autenticidad local
- › **Relajados:** Priorizan confort, spa services, tranquilidad, buena gastronomía
- › **Culturales:** Interesan historia local, arte, tradiciones, eventos culturales
- › **Familiares:** Necesitan practicidad, actividades para niños, seguridad, espacio

8.3 | Tecnología Simple para Personalización Compleja

HERRAMIENTAS RECOMENDADAS:

- › **PMS (Property Management System) básico** para el seguimiento de preferencias
- › **CRM simple** (puede ser Google Sheets inicialmente) para historial de huéspedes
- › **WhatsApp Business** para comunicación directa y personal
- › **Calendly o similar** para booking de experiencias personalizadas

8.2 | Personalización Escalable

NIVEL BÁSICO (sin costo adicional):

- Saludo por nombre en check-in
- Preferencia de almohadas recordada
- Recomendaciones según perfil identificado
- Horario de desayuno flexible según hábitos observados

NIVEL INTERMEDIO (inversión mínima):

- Kit de Bienvenida personalizado según intereses
- Itinerarios personalizados impresos
- Conexiones específicas con proveedores locales
- Upgrade automático para huéspedes recurrentes

NIVEL PREMIUM (experiencias únicas):

- Experiencias diseñadas específicamente para el huésped
- Acceso a eventos privados o exclusivos
- Servicio de concierge personalizado
- Creación de paquetes únicos no disponibles públicamente



CAPÍTULO 9:

IDENTIDAD VISUAL QUE VENDE

9.1 | Por Qué Su Logo Es Tu Mejor Vendedor

Su identidad visual no es solo decoración. Es comunicación estratégica que:

- › **Justifica precios premium** (percepción de calidad profesional)
- › **Genera confianza inmediata** (profesionalismo = reliability)
- › **Facilita el reconocimiento** (marketing más efectivo)
- › **Crea coherencia experiencial** (desde online hasta amenities)

9.3 | Aplicaciones Prácticas de Alto ROI

SEÑALÉTICA Y WAYFINDING:

- Directorio de llegada profesional pero cálido
- Señalización de habitaciones coherente con estética
- Información de servicios visualmente atractiva
- Señales de emergencia que no rompan la armonía visual

PAPELERÍA Y AMENITIES:

- Welcome letter con branding sutil pero presente
- Tarjetas de información de servicios
- Etiquetas para amenities caseros (jabones, sales de baño)
- Bolsas de tela reutilizables con logo para compras locales

PRESENCIA DIGITAL COHERENTE:

- Website responsive que refleje identidad offline
- Templates para redes sociales que mantengan consistencia
- Email signatures profesionales para todo el staff
- Plantillas para campañas de email marketing

9.2 | Elementos de Identidad Visual de Alto Impacto

LOGO Y BRANDING:

- Diseño memorable que funcione en aplicaciones pequeñas (redes sociales) y grandes (señalética)
- Versiones adaptables: horizontal, vertical, símbolo solo, una tinta
- Inspiración en elementos locales sin caer en clichés obvios
- Testing en diferentes contextos antes de finalización

PALETA DE COLORES ESTRATÉGICA:

- **Color primario:** Refleja personalidad de marca
- **Color secundario:** Complementa y da versatilidad
- **Color de acento:** Para llamadas a acción y highlights
- **Neutros:** Base para textos y fondos

TIPOGRAFÍA COHERENTE:

- **Tipografía principal:** Para títulos y branding
- **Tipografía secundaria:** Para textos largos y información
- Asegurar legibilidad en dispositivos móviles
- Disponibilidad gratuita o compra de licencia apropiada



CAPÍTULO 10:

ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE INGRESOS

10.1 | Optimización de Tarifas Sin Software Costoso

ANÁLISIS DE COMPETENCIA MANUAL:

- Monitoreo semanal de 5 competidores directos
- Tracking de sus promociones y packages especiales
- Identificación de gaps en sus ofertas
- Ajuste estratégico de tarifas según demanda observada

SEGMENTACIÓN POR HUÉSPED:

- › **Los primeros:** Reservas con más de 30 días de anticipación (15% descuento)
- › **De último minuto:** Reservas dentro de 48hs (10% premium por urgencia)
- › **Huéspedes Que Regresan:** Tarifa especial permanente (10% descuento)
- › **Paquete por Temporada:** Paquetes temáticos con valor agregado

10.2 | Estrategias de Upselling Natural

DURANTE LA RESERVA:

- Upgrade de habitación por diferencia mínima
- Adición de desayuno premium con productos locales
- Package de experiencias locales pre-armados
- Servicios de transfer con marca propia

DURANTE LA ESTADÍA:

- Late check-out gratuito como gesto, premium como servicio
- Servicio de habitaciones de productos locales.
- Servicio de lavandería exprés.
- Extensión de estadía con tarifa preferencial

10.3 | Creación de Packages de Alto Valor: EJEMPLOS REGIONALES:

MENDOZA – PACKAGE "VIÑEDO SECRETO":

2 noches en habitación superior
Tour privado a bodega boutique
Cena maridaje con sommelier local
Transfer incluido
Welcome kit con vino de la región

Costo para el hotel: \$150 USD | Precio de venta: \$450 USD

BARILOCHE – PACKAGE "CHOCOLATE Y LAGO":

3 noches en cabaña con vista al lago
Workshop de chocolatería artesanal
Kayak rental por medio día
Desayuno premium con productos patagónicos
Kit de supervivencia outdoor

Costo para el hotel: \$200 USD | Precio de venta: \$600 USD



CAPÍTULO 11:

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ACCESIBLES

11.1 | Stack Tecnológico para Hoteles Pequeños

GESTIÓN DE RESERVAS:

- › **Hostelworld for Business** (gratuito hasta cierto volumen)
- › **Booking.com Connectivity** (directo, sin intermediarios)
- › **Channel Manager básico** como SiteMinder Lite

COMUNICACIÓN CON HUÉSPEDES:

- › **WhatsApp Business** (gratuito, profesional)
- › **Mailchimp** (email marketing hasta 2000 contactos gratis)
- › **Google My Business** (imprescindible y gratuito)

ANÁLISIS Y SEGUIMIENTO:

- › **Google Analytics** (comportamiento web gratuito)
- › **Google Search Console** (performance SEO gratuito)
- › **Hotjar básico** (heatmaps y recordings, plan gratuito disponible)

11.2 | Automatizaciones que Ahorran Tiempo

SECUENCIA DE EMAILS AUTOMATIZADAS:

- Confirmación de reserva con información útil
- Recordatorio pre-llegada con instrucciones
- Bienvenida post-llegada con recomendaciones
- Seguimiento post-salida con pedido de reseña
- Newsletter mensual con novedades

CHATBOTS SIMPLES:

- Respuestas a preguntas frecuentes 24/7
- Información de servicios y horarios
- Proceso de quejas inicial
- Redirección a WhatsApp para casos complejos



CAPÍTULO 12:

MEDICIÓN DE RESULTADOS Y KPIS CLAVE

12.1 | Métricas Que Realmente Importan

MÉTRICAS DE INGRESOS:

- › **RevPAR** (Revenue Per Available Room): Ingreso por habitación disponible
- › **ADR** (Average Daily Rate): Tarifa promedio diaria
- › **Direct booking percentage**: % de reservas directas vs OTAs
- › **Repeat guest ratio**: % de huéspedes que regresan

MÉTRICAS DE SATISFACCIÓN DEL HUÉSPED:

- › **Net Promoter Score** (NPS): Probabilidad de recomendación
- › **Online review average**: Promedio de calificaciones online
- › **Response rate to feedback requests**: % que completa encuestas
- › **Social media engagement rate**: Interacción en posts

OPERATIONAL EFFICIENCY:

- › **Check-in time average**: Tiempo promedio de check-in
- › **Issue resolution time**: Tiempo para resolver problemas
- › **Staff productivity metrics**: Habitaciones atendidas por empleado/hora
- › **Cost per acquisition**: Costo de adquirir nuevo cliente

12.2 | Herramientas de Medición Gratuitas

PERSONALIZACIÓN CON GOOGLE ANALYTICS:

- Goals setup para conversiones de reserva
- UTM tracking para campañas específicas
- Audience segments para diferentes tipos de visitantes
- Conversion funnel analysis

SEGUIMIENTO DE REVISIONES:

- Google Alerts para menciones de marca
- TripAdvisor Management Center
- Booking.com Partner Hub analytics
- Social media native analytics

12.3 | Reportes Mensuales Accionables

PLANTILLA DE REPORTE MENSUAL:

- Rendimiento de ingresos vs objetivos
- Tendencias de ocupación y patrones de estacionalidad.
- Puntajes de satisfacción de los huéspedes y temas de retroalimentación.
- Rendimiento del canal de marketing.
- Problemas operativos identificados y resueltos
- Elementos de acción para el próximo mes



CAPÍTULO 13:

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN 90 DÍAS

13.1 | Los Primeros 30 Días - Fundacionales

SEMANA 1: AUDITORÍA COMPLETA

- Análisis de situación actual (occupancy, ADR, reviews, competencia)
- Guest journey mapping completo
- Identificación de quick wins de alto impacto
- Definición de objetivos SMART para 90 días

SEMANA 2: IDENTIDAD Y BRANDING

- Definición de personalidad de marca
- Diseño/rediseño de logo y elementos básicos
- Creación de paleta de colores y tipografía
- Aplicación inicial en materiales básicos

SEMANA 3: SETUP TECNOLÓGICO

- Optimización de Google My Business
- Setup básico de email marketing
- Creación de plantillas para comunicaciones
- Implementación de WhatsApp Business

SEMANA 4: EXPERIENCIA BÁSICA

- Definición de welcome experience
- Creación de información local curada
- Training básico de staff en nuevos protocolos
- Testing de nuevos procesos con huéspedes reales

13.2 | Días 31-60 - Optimización

MES 2 FOCO: MARKETING Y ACQUISITION

- Launch de campañas de email marketing
- Creación de contenido para redes sociales
- Partnerships con negocios locales
- Optimización de website para conversiones
- Implementación de sistema de feedback

13.3 | Días 61-90 - Escalamiento

MES 3 FOCO: REFINAMIENTO Y CRECIMIENTO

- Análisis de resultados y ajustes necesarios
- Implementación de estrategias avanzadas de personalización
- Launch de packages y experiencias premium
- Planning de estrategias a largo plazo
- Celebration de wins y learning de challenges



CAPÍTULO 14:

RETORNO Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN

14.1 | Cálculo de Retorno de Inversión

INVERSIÓN INICIAL TÍPICA:

- Identidad visual y branding: \$800-1,500 USD
- Setup tecnológico y herramientas: \$100-300 USD/mes
- Piezas de Marketing inicial: \$300-600 USD
- Entrenamiento del Personal: \$200-400 USD equivalente
- **TOTAL INICIAL: \$1,400-2,800 USD**

RETORNOS ESPERADOS EN 12 MESES:

- Aumento de reservas directas: 35-50% (ahorro en comisiones OTAs)
- Incremento en ADR: 20-40% por mejora en percepción de valor
- Aumento en occupancy: 15-30% por mejor reputación y marketing
- Reducción en costos de adquisición: 25-45%

EJEMPLO PRÁCTICO:

- Hotel de 20 habitaciones, ADR actual \$100 USD, occupancy 60%:
- Revenue actual anual: \$438,000 USD
- Con mejoras WOW (ADR +30%, occupancy +20%): \$681,720 USD
- **ROI: 8,600% en primer año**

14.2 | Beneficios Intangibles de Alto Valor

VALOR DE LA MARCA:

- Reconocimiento de marca que permite pricing premium
- Lealtad de clientes que reduce dependencia de intermediarios
- Posicionamiento que atrae mejor talento y socios estratégicos

EFICIENCIA OPERATIVA:

- Procesos estandarizados que reducen errores y retrabajos
- Personal más motivado y con menor rotación
- Sistemas que escalan sin incremento proporcional de costos

POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO:

- Diferenciación clara de competencia commoditizada
- Autoridad en nicho específico que genera premium pricing
- Base sólida para expansión futura



CONCLUSIÓN: SU PRÓXIMO PASO HACIA LA TRANSFORMACIÓN

El Costo de No Actuar

Cada día que pasa sin implementar una estrategia de experiencia diferenciada, su alojamiento:

- Pierde huéspedes potenciales frente a la competencia más proactiva
- Deja dinero en manos de OTAs que podrían ser reservas directas
- Mantiene un ciclo de dependencia de marketing pagado costoso
- Limita su potencial de crecimiento y rentabilidad

El Camino Hacia Adelante

La transformación hacia experiencias WOW no requiere presupuestos millonarios.

Requiere:

- › **Visión clara** de lo que quieres lograr
- › **Estrategia** coherente que conecte todos los touchpoints
- › **Implementación consistente** de pequeños cambios significativos
- › **Medición constante** para optimizar lo que funciona

Su Ventaja Competitiva Única

Como pequeño alojamiento, tiene ventajas que las grandes cadenas no pueden replicar:

- › **Flexibilidad:** Puedes implementar cambios inmediatamente
- › **Personalización:** Conoces a cada huésped personalmente
- › **Autenticidad:** Ofreces experiencias locales genuinas
- › **Agilidad:** Te adaptas rápidamente a feedback y oportunidades

El Momento es Ahora

El mercado turístico argentino está en transformación.

Los viajeros post-pandemia buscan experiencias auténticas, conexiones genuinas, y propiedades que ofrezcan algo más que una cama donde dormir.

Esta transición representa la oportunidad perfecta para alojamientos pequeños que estén dispuestos a:

- Invertir en experiencias memorables
- Diferenciarse a través de autenticidad local
- Construir relaciones genuinas con huéspedes
- Implementar sistemas profesionales pero personalizados



AYUDAS INMEDIATAS:

RECURSOS ADICIONALES

Checklist de Implementación Inmediata

ESTA SEMANA:

- ☐ Optimizar Google My Business con fotos actuales y información completa
- ☐ Crear email de bienvenida post-reserva
- ☐ Definir 3 elementos únicos de su alojamiento que la competencia no tiene
- ☐ Implementar WhatsApp Business para comunicación directa

ESTE MES:

- ☐ Diseñar Kit Básico de bienvenida con elementos locales
- ☐ Crear alianza con al menos un negocio local complementario
- ☐ Implementar sistema de feedback durante la estadía
- ☐ Comenzar Newsletter mensual para base de huéspedes

PRÓXIMOS 3 MESES:

- ☐ Desarrollar identidad visual coherente
- ☐ Crear packages estacionales únicos
- ☐ Implementar programa de referidos
- ☐ Optimizar website para conversiones directas

Plantillas a Implementar Hoy mismo

PLANTILLAS DE EMAILS:

- ☐ Confirmación de reserva con valor agregado
- ☐ Secuencia pre-llegada (3 emails)
- ☐ Seguimiento post-estadía
- ☐ Newsletter mensual base
- ☐ Respuestas estándar para reviews

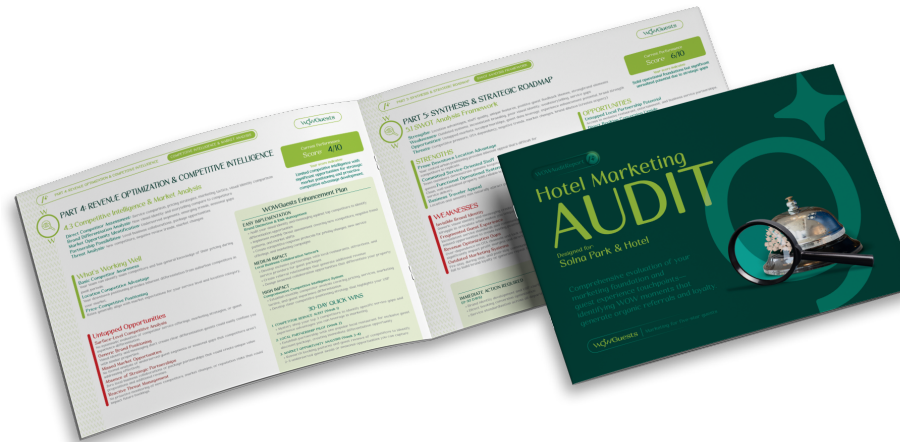
PLANTILLAS PARA REDES SOCIALES:

- ☐ Posteos para las cosas destacadas del alojamiento
- ☐ Plantillas de Historias para experiencias diarias
- ☐ Calendario de Contenido mensual
- ☐ Estrategia de Hashtags # y regionales

PLANTILLAS OPERACIONALES:

- ☐ Formulario de comentarios de los huéspedes
- ☐ Lista de verificación para la capacitación del personal
- ☐ Acuerdo de asociación básico
- ☐ Procedimientos de contacto de emergencia

WOWGuests le ofrece El Primer Paso



Análisis Personalizado Gratuito

- ★ Auditoría de Presencia Digital (sitio web, redes sociales, opiniones, etc.)
- ★ Análisis Competitivo de su mercado específico
- ★ Evaluación del Recorrido del Huésped identificando oportunidades perdidas
- ★ Plan de Acción Personalizado con prioridades y etapas de aplicación
- ★ Proyección del Retorno de la Inversión específico para su alojamiento

y como mejorarlo paso a paso, JUNTOS.

WOWGuests

WOWGuests.com

info@wowguests.com

Convirtiendo a sus Huéspedes en sus Embajadores

Identidad y Branding

- (re)Diseño de marca
- Manual de identidad
- Papelería institucional
- Señalética
- Cartelería

Posicionamiento

- Estrategia de diferenciación
- Análisis de la competencia
- Propuesta de valor única
- Presencia Online
- Plan de implementación

Diseño de Experiencia

- Kit de bienvenida personalizado
- Programas de fidelización
- Estrategias pre-durante-post
- Material para eventos
- Plantillas feedback/reviews

Material Impreso

- Folletos, Carteles
- Menús
- Gift Cards y Vouchers
- Personalización amenities
- Presentaciones

Comunicación

- Viaje del huésped
- Email marketing
- Campañas Estacionales
- Contenido Calendario
- Comunicación y Prensa

Presencia Online

- Diseño Web
- Banners
- Posteos en redes
- Promos online
- Newsletters



Haga que cada huésped se sienta tan valorado y así lo recomendará incluso antes de irse.



 [WOWGuests.com](https://www.WOWGuests.com)