

Impulse el cumplimiento de la política en reservas de hoteles mediante la variedad de opciones



Usted ya conoce todas las razones por las que sus viajeros no pueden o no quieren reservar dentro de su sistema. De acuerdo con la GBTA, las siguientes son dos de las principales razones:

- El **52 %** dice que los viajeros no desean hospedarse en un hotel de una marca o tipo no preferido.
- El **73 %** dice que los viajeros creen que pueden encontrar una tarifa mejor en alguna otra parte.

¿Qué puede hacer usted? Ofrecer a sus viajeros más opciones para que puedan tomar la opción *correcta*.

RAZÓN UNO:

“No podía encontrar el hotel que yo quería”.

NORAM (Norteamérica)

50 %

de cobertura extendida
frente al 1.º trimestre
de 2016

EMEA (Europa, Oriente
Medio y África)

470 %

de cobertura extendida
frente al 1.º trimestre
de 2016

LATAM (Latinoamérica)

491 %

de cobertura extendida
frente al 1.º trimestre
de 2016

APAC (Asia-Pacífico)

352 %

de cobertura extendida
frente al 1.º trimestre
de 2016

Opción limitada = cumplimiento limitado

Históricamente, las compañías de gestión de viajes solo podían ofrecer un inventario limitado en el GDS.

Eso ha cambiado con la solución para hoteles de CWT impulsada por Roomit.

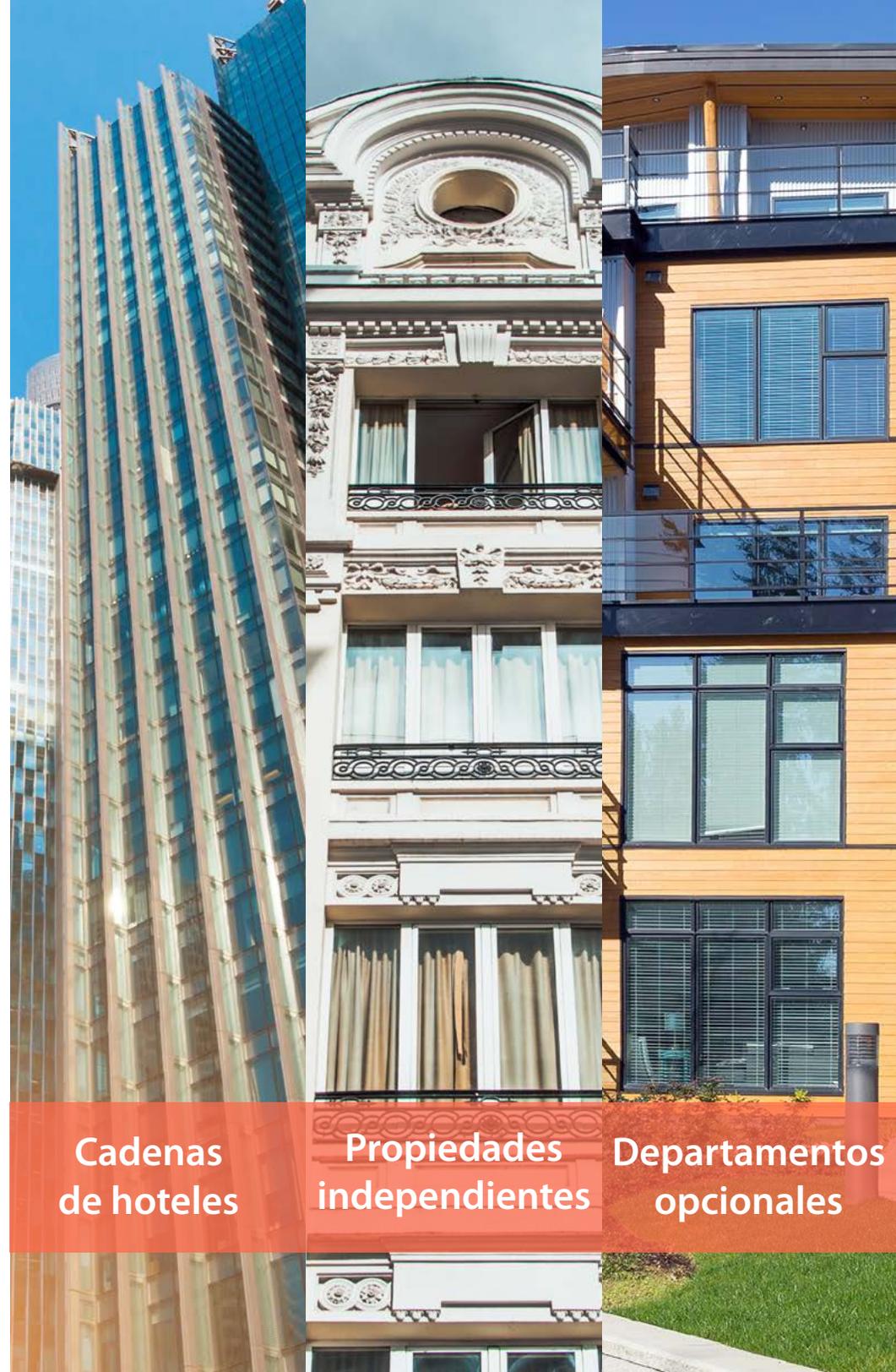
Ahora sus viajeros pueden reservar una habitación en más de **800 000** propiedades adecuadas para empresas en **73 000** ciudades a través de su programa de viajes CWT gracias a fuentes de contenidos de terceros como Booking.com, Expedia Affiliate Network y Desiya.

RoomIt 
by CWT

“No es mi tipo”.

A muchos viajeros de negocios simplemente no les interesa reservar en hoteles que no satisfacen sus necesidades o que no reflejan sus preferencias.

Al asociarse con fuentes de contenido de terceros, la solución para hoteles de CWT ofrece una amplia variedad de opciones, desde hoteles de cadenas, propiedades independientes o departamentos opcionales, todo dentro de sus canales aprobados.



Cadenas de hoteles

Propiedades independientes

Departamentos opcionales

“Intenté reservar en nuestro hotel preferido pero no estaba disponible”.

Muchas tarifas negociadas incluyen una cláusula de disponibilidad de última habitación. ¿Cuál es el único problema? CWT Solutions Group descubrió que la mayoría de los gestores de viajes pagan hasta un **5 %** de más por este beneficio.

¿Sabía que las fuentes de terceros a menudo ofrecen tarifas en sus propiedades preferidas, aun después de que sus tarifas ya se hayan cerrado?

Es verdad. Los hoteles, como todas las empresas, quieren maximizar sus ganancias, entonces elevan sus tarifas a través de la mayoría de los canales redituables. Las fuentes de terceros a menudo llegan a una audiencia más amplia que el GDS y ofrecen más oportunidades para que los hoteles vendan inventario.

RAZÓN DOS:

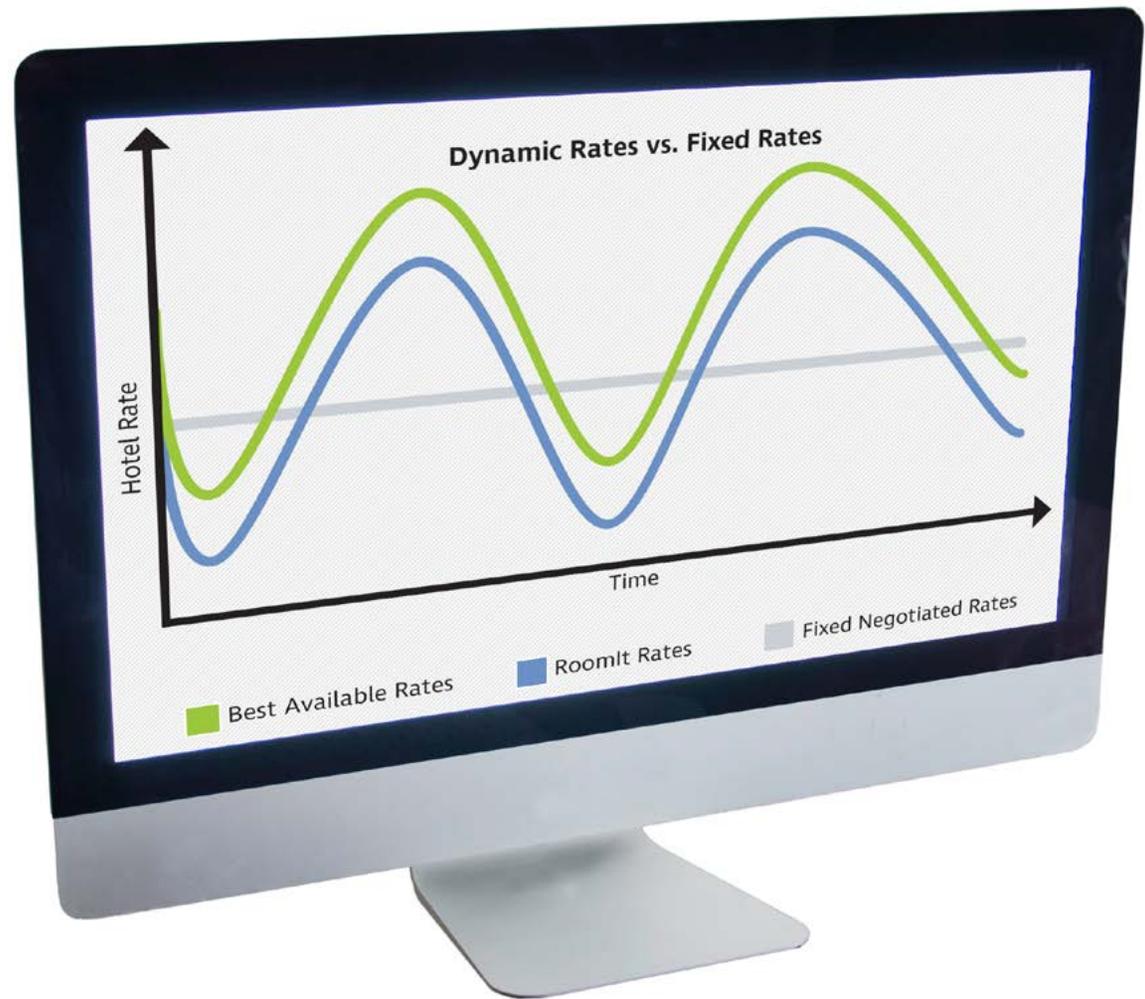
“Encontré una tarifa más barata”.

Los viajeros creen que pueden encontrar una tarifa mejor, pero ¿se puede?

Los viajeros tienen razón. Las tarifas de contenidos de terceros, a veces, son más bajas que sus propias tarifas negociadas.

Las fuentes de contenido de terceros, a menudo, venden habitaciones a la mejor tarifa disponible (best available rate, BAR), o por menos. Durante los periodos de baja ocupación, los hoteles hacen descuentos a las tarifas para mover el inventario. En esos momentos, la BAR puede caer por debajo de sus tarifas negociadas.

Cuando se ofrecen tarifas de terceros junto con sus tarifas corporativas, los viajeros pueden acceder a las tarifas más bajas.



La preferencia por el hotel creció un

5 %

La adopción en Internet aumentó un

7,5 %

Los contenidos de terceros alcanzaron un

14 %

del total de reservas

Las reservas de contenidos de terceros en propiedades no GDS fueron de un

44 %

¿Pueden los contenidos de terceros realmente generar resultados?

¡Sí! Realmente funciona.

Un cliente fabricante de CWT en Europa, con casi 5000 viajeros de negocios no podía reservar las plazas en muchas de las ciudades visitadas debido a limitaciones de inventario del GDS.

Después de implementar el contenido RoomIt, los viajeros de la compañía tenían acceso a las propiedades y ubicaciones que necesitaban.

RoomIt 
by CWT

Suena genial pero...

Usted tal vez puede pensar que las fuentes de contenido de terceros tienen demasiadas limitaciones: todas las tarifas son no reembolsables, no ofrecen comodidades o los viajeros no reservarán con tarifas que no ofrecen beneficios de fidelidad.

Veamos los hechos más a detalle.



Hecho: Las tarifas no reembolsables son realmente un buen trato

Existe una concepción equivocada de que todos los contenidos de terceros son no reembolsables. De hecho:

- El **90 %** de las propiedades de Expedia Affiliate Network ofrecen tarifas reembolsables.
- El **85 %** de las propiedades de Booking.com ofrecen tarifas reembolsables.

Para minimizar los costos, muchas políticas de viajes permiten tarifas aéreas no reembolsables. Las tarifas de hotel no reembolsables también ofrecen ahorros significativos, plantean pocos riesgos y pueden generar una mejor planificación de los viajes.

- Las tarifas no reembolsables son, en promedio un **20 %** más bajas que las tarifas reembolsables.
- Solo del **5 al 6 %** de las tarifas no reembolsables se cancelan.





Hecho: Sí ofrecen tarifas con comodidades

- Las fuentes de contenido de terceros sí ofrecen una variedad de tarifas desde tarifas de bajo costo, sin comodidades hasta aquellas que vienen con desayuno, wifi o políticas de cancelación flexibles.
- Las necesidades de sus viajeros varían según el viaje. Si asisten a una conferencia en la que se brindan todas las comidas, pueden ahorrar reservando una tarifa más baja sin desayuno.

Hecho: Hay incentivos más allá de los puntos de fidelidad

- Los puntos de fidelidad no se otorgan en las tarifas de terceros. Sin embargo, el contenido de terceros a menudo se reserva para llenar un hueco en ubicaciones donde tal vez no existan las grandes cadenas de hoteles con programas de fidelización.
- Pronto presentaremos incentivos como millas aéreas o tarjetas de regalo cuando se reserven tarifas de contenidos de terceros.



¿Y ahora?

1.

Hable con su representante de CWT para determinar de qué manera puede implementar nuestra solución para hoteles impulsada por Roomit.

- Reducir las fugas de hoteles
- Reducir los costos generales de hoteles
- Incrementar la satisfacción de los viajeros

2.

Revise y comparta con los viajeros la guía Consejos para reservar hoteles mediante la copia que se suministra por correo electrónico. Ayúdelos a entender los beneficios de reservar dentro de su programa de hotel.

3.

Use [CWT AnalytIQs](#) para identificar la fuga en el programa de hotel.

4.

Comunique la importancia de reservar dentro de su política de viajes usando nuestra herramienta de mensajería Program Messenger.