

Mejora el
cumplimiento en
hoteles ofreciendo más
opciones a tus viajeros



Ya has escuchado todas las razones por las que los viajeros no pueden o no quieren reservar dentro del programa. Según GBTA las dos principales son:

- El **52 %** dice que los viajeros quieren quedarse en una marca o tipo de hotel no incluido entre los preferentes.
- El **73 %** dice que los viajeros creen que pueden encontrar una tarifa mejor en otro lugar.

¿Qué puedes hacer? Ofrece a los viajeros más opciones para que puedan tomar la decisión correcta.

RAZÓN N.º 1:

“No encontré el hotel que quería”.

NORAM

50 %

Ampliación de cobertura
frente al T1 2016

EMEA

470 %

Ampliación de cobertura
frente al T1 2016

LATAM

491 %

Ampliación de cobertura
frente al T1 2016

APAC

352 %

Ampliación de cobertura
frente al T1 2016

Opciones limitadas = cumplimiento limitado

Históricamente, las empresas de gestión de viajes solo podían ofrecer un inventario limitado disponible en GDS.

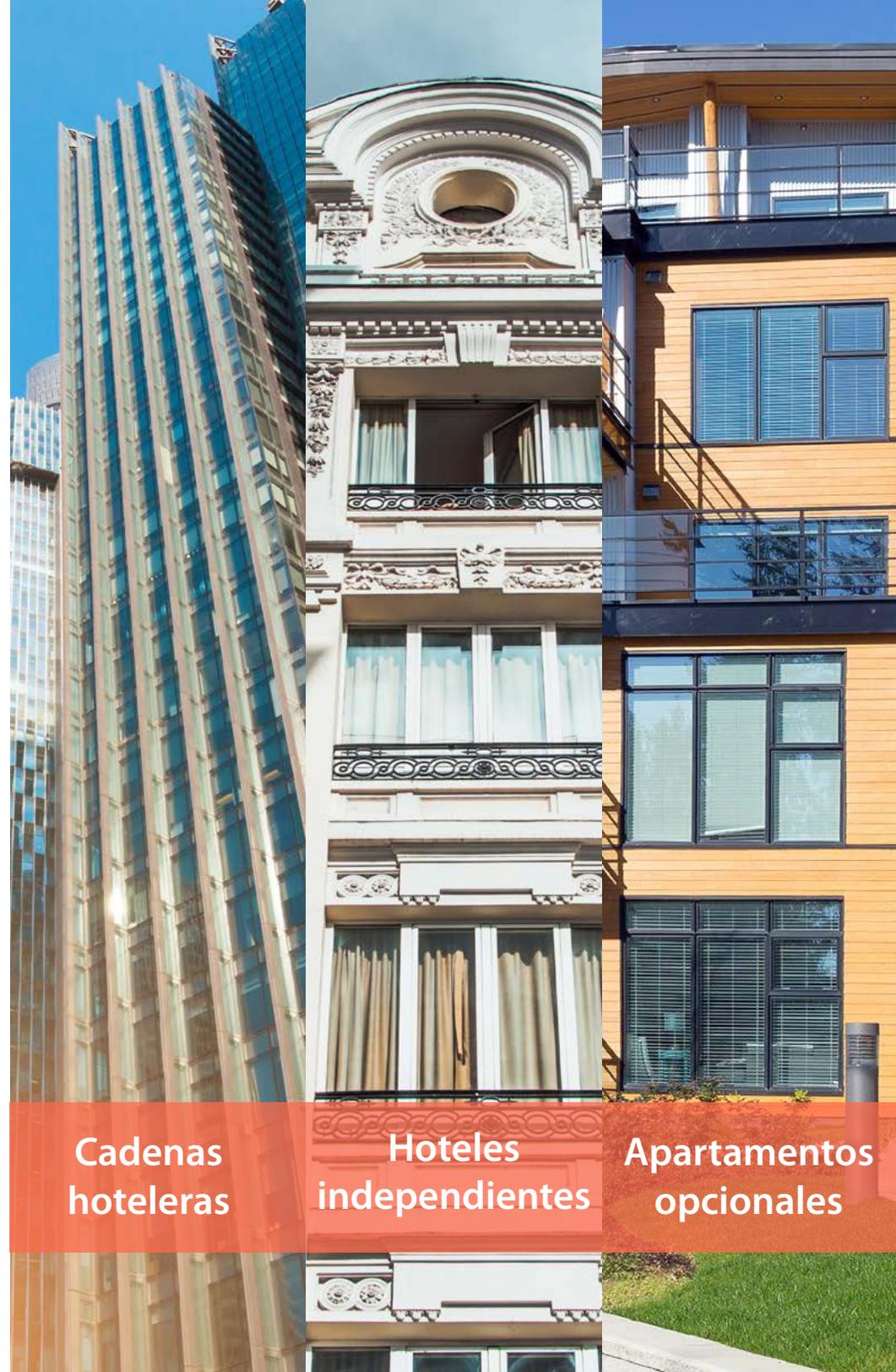
Esto ha cambiado con la solución de hoteles de CWT impulsada por RoomIt.

Ahora nuestros viajeros pueden reservar una habitación en más de **800 000** propiedades adecuadas para los viajes de negocios en **73 000** ciudades a través de su programa de viajes de CWT, gracias al contenido de terceros como Booking.com, Expedia Affiliate Network y Desiya.

“No es para mí”

A muchos viajeros de negocios no les interesa reservar hoteles que no satisfagan sus necesidades o no se adecuen a sus preferencias.

Al asociarnos con otras fuentes de contenido, la solución de hoteles de CWT ofrece una amplia gama de opciones que van desde las cadenas hoteleras, hasta las propiedades independientes, pasando por apartamentos opcionales, y todo ello dentro de sus canales aprobados.



Cadenas
hoteleras

Hoteles
independientes

Apartamentos
opcionales

He intentado reservar nuestro hotel preferente, pero no estaba disponible”

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

¿Sabías que los agregadores frecuentemente ofrecen tarifas en tus hoteles preferentes, incluso cuando tus tarifas se hayan agotado?

Es cierto. Los hoteles, como cualquier otro negocio, desean aumentar al máximo sus ingresos, por lo que ponen a disposición sus tarifas en los canales más rentables. Los agregadores llegan con frecuencia a un público más amplio que los GDS y proporcionan más oportunidades para que los hoteles vendan sus habitaciones.

RAZÓN N.º 2:

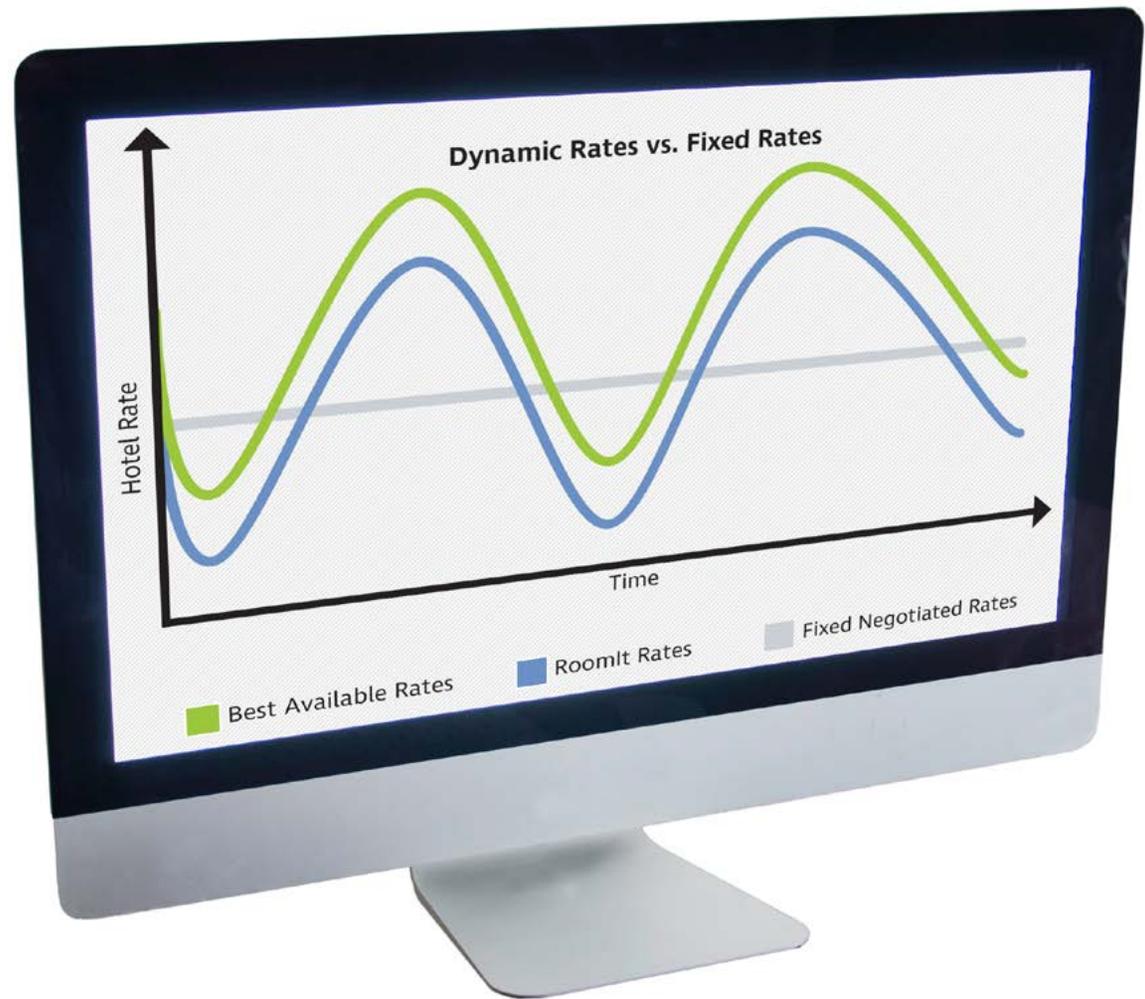
“He encontrado una tarifa más barata”

Los viajeros creen que pueden conseguir una tarifa mejor, pero ¿es verdad?

Los viajeros tienen razón. A veces las tarifas de otras fuentes de contenido son más bajas que las tarifas negociadas.

Las fuentes de contenido externas con frecuencia venden habitaciones con la mejor tarifa disponible (BAR por sus siglas en inglés) o por debajo de esta. Durante los periodos de baja ocupación, los hoteles reducen las tarifas para vender sus habitaciones. En estos momentos, la BAR puede ser inferior a la tarifa que tu empresa ha negociado.

Al ofrecer tarifas de terceros además de tus tarifas corporativas, los viajeros tendrán acceso a las tarifas más bajas.



La fidelidad con los hoteles creció

5 %

La adopción online aumentó

7,5 %

El contenido de terceros ascendió al

14 %

del total de las reservas

Reservas en hoteles no GDS a través de otras fuentes de contenido

44 %

¿El contenido de terceros puede de verdad mejorar los resultados?

La respuesta es ¡sí! Funciona de verdad.

Un cliente de CWT en Europa del sector industrial y con casi 5 000 viajeros de negocios, no podía reservar alojamiento en muchas de las ciudades a las que viajaban debido a las restricciones de inventario de GDS.

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

Suena genial, pero...

Puede que pienses que las fuentes de contenido de terceros tienen demasiadas limitaciones: todas las tarifas son no reembolsables, no ofrecen servicios o los viajeros no obtendrán puntos de fidelización con su tarifa.

Veamos los hechos con más detenimiento.



Hecho: las tarifas no reembolsables son una buena oferta

Existe la falsa creencia de que todo el contenido de los agregadores es no reembolsable. Pero la realidad es que:

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

Para reducir los costes, muchas políticas de viajes permiten las tarifas aéreas no reembolsables. Las tarifas de hotel no reembolsables también ofrecen ahorros importantes, suponen pocos riesgos y pueden mejorar la planificación del viaje.

- De media, las tarifas no reembolsables son un **20 %** más bajas que las tarifas reembolsables.
- Solo el **5-6 %** de las tarifas no reembolsables se cancelan.





Hecho: sí ofrecen tarifas con servicios

- Las fuentes de contenido de terceros ofrecen diversas tarifas que van desde las de bajo coste -sin servicios-, a las que incluyen desayuno, WiFi o políticas de cancelación flexibles.
- Las necesidades de tus clientes varían en cada viaje. Si van a asistir a una conferencia en la que se proporcionan todas las comidas, pueden ahorrar reservando una tarifa más baja sin desayuno.

Hecho: hay más incentivos además de los puntos de fidelización

- Con las tarifas de terceros no se consiguen puntos de fidelización. No obstante, el contenido de terceros con frecuencia se reserva para cubrir una laguna en lugares en los que puede que no existan grandes cadenas hoteleras con programas de fidelización.
- Tenemos previsto introducir incentivos como millas aéreas o tarjetas regalo cuando se reserven tarifas de contenido de terceros.



¿Y ahora qué?

1.

Contacta con tu representante de CWT para determinar la forma en la que nuestra solución de hoteles con tecnología de RoomIt puede ayudarte a:

- Reducir las reservas de hoteles fuera del programa (hotel leakage).
- Reducir los costes totales de los hoteles.
- Aumentar la satisfacción de los viajeros.

2.

Consulta y comparte la guía de Consejos de reserva de hoteles con los viajeros mediante la copia que se adjunta en el correo electrónico. Ayúdales a comprender las ventajas de reservar dentro del programa de hoteles de su empresa.

3.

Usa [CWT AnalytIQs](#) para identificar dónde se producen las fugas de reservas de hoteles fuera del programa.

4.

Comunica la importancia de reservar dentro de la política de viajes con nuestra herramienta Program Messenger.