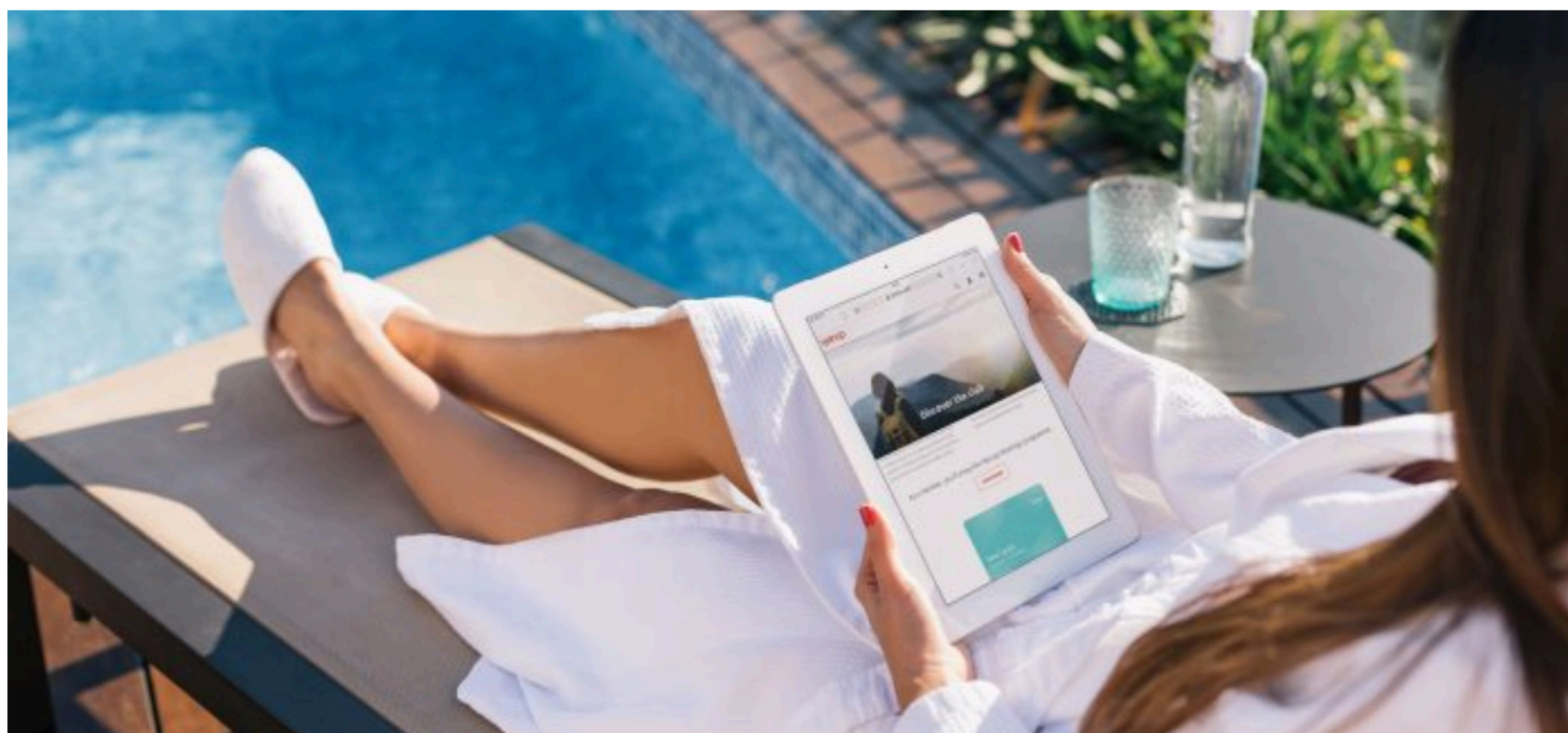


La personalización marcará el futuro de la fidelidad hotelera



Suscríbete a nuestro boletín de noticias



ÚLTIMO NÚMERO



TECNOHOTEL - 479

BÚSQUEDA EN LA HEMEROTECA

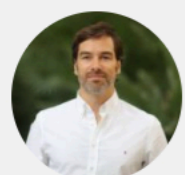
¿Qué aspectos de la fidelidad hotelera son más importantes para el viajero europeo? ¿Son suficientes los beneficios en el hotel? ¿Hay que ir más allá de los puntos?

No es noticia decir que nos encontramos en un contexto en el que **como hoteleros necesitamos**

conocer las preferencias y deseos del consumidor para poder conseguir su fidelidad a nuestra marca. Pero si eres una pequeña cadena o un hotel independiente, no es fácil. Sobre todo, cuando **su factor de decisión a veces se basa en aspectos como el precio final** o factores como la confianza que te pueden ofrecer las grandes cadenas.

Por suerte para los hoteleros independientes, **hay un aspecto que no depende de precio o cantidad de hoteles: la personalización**. Cada vez más, los huéspedes exigen servicios adaptados a sus necesidades. De hecho, según el estudio sobre las preferencias del viajero frecuente realizado por Wanup nos encontramos con que **7 de cada 10 viajeros españoles están dispuestos a compartir sus hábitos de consumo a cambio de conseguir servicios personalizados**, especialmente en el caso de los millennials.

La personalización de los clubs de fidelidad



Jorge Roderigas, CMO de Wanup

escrito el 15 febrero, 2018