

3 pasos

para elegir el mejor CRM para su hotel

Paso 1: defina qué es lo que necesita



- **Haga una lista de los procedimientos o los beneficios que no está aprovechando** (consulte el boletín informativo de julio de 2019 de D-EDGE).
- Trabaje junto con otros líderes de equipo para saber cuáles son sus **necesidades en cuanto al CRM** y combinar presupuestos. En la mayoría de los hoteles, el CRM se comparte con los equipos de marketing, ingresos, atención al público y recepción.
- Responda estas tres preguntas:
 - **¿Quiere ofrecer un servicio a medida en el hotel?**
(En caso afirmativo, necesita un PMS bidireccional)
 - **¿Quiere tomar mejores decisiones?**
(En caso afirmativo, necesitará un perfil central en su CRM)
 - **¿Quiere incrementar el número de ventas directas?**
(En caso afirmativo, su CRM tendrá que incluir la integración del sitio web, las comunicaciones relacionadas con la fidelización, las confirmaciones y las redes sociales)

Paso 2: analice los beneficios y defina los objetivos



- Describa brevemente **el posible impacto que tendrá el CRM en los ingresos**, los costes o el servicio de atención al huésped.
- Piense en cómo **le gustaría segmentar a sus clientes**: negocios/ocio/ dinero gastado en el hotel/duración de la estancia.
- Piense en cómo **planificará su estrategia de distribución y publicidad** en función de los segmentos de **clientes y el coste de adquisición de cada uno de ellos**.
- **Defina la tarifa de la OTA y haga proyecciones de ingresos en caso de que pudiera traducir** el 5, el 10 o el 20 % de ese mercado en ventas directas.

Paso 3: pida un presupuesto



- **Elija a los proveedores de CRM que más le interesen** (aquí le presentamos una lista de algunos de los CRM más utilizados: Cendyn, dailypoint, Sellenity, Serenata...).
- Asegúrese de que el presupuesto incluya:
 - **Integración del PMS bidireccional en tiempo real**
 - **Perfil central**
 - **Integración de los módulos que necesita**
(comunicación, fidelización, integración del sitio web...)
- **Pida presupuesto a 1-3 proveedores de CRM** y solicite presentaciones personalizadas en las que le expliquen cómo solucionar los problemas que tiene a día de hoy.