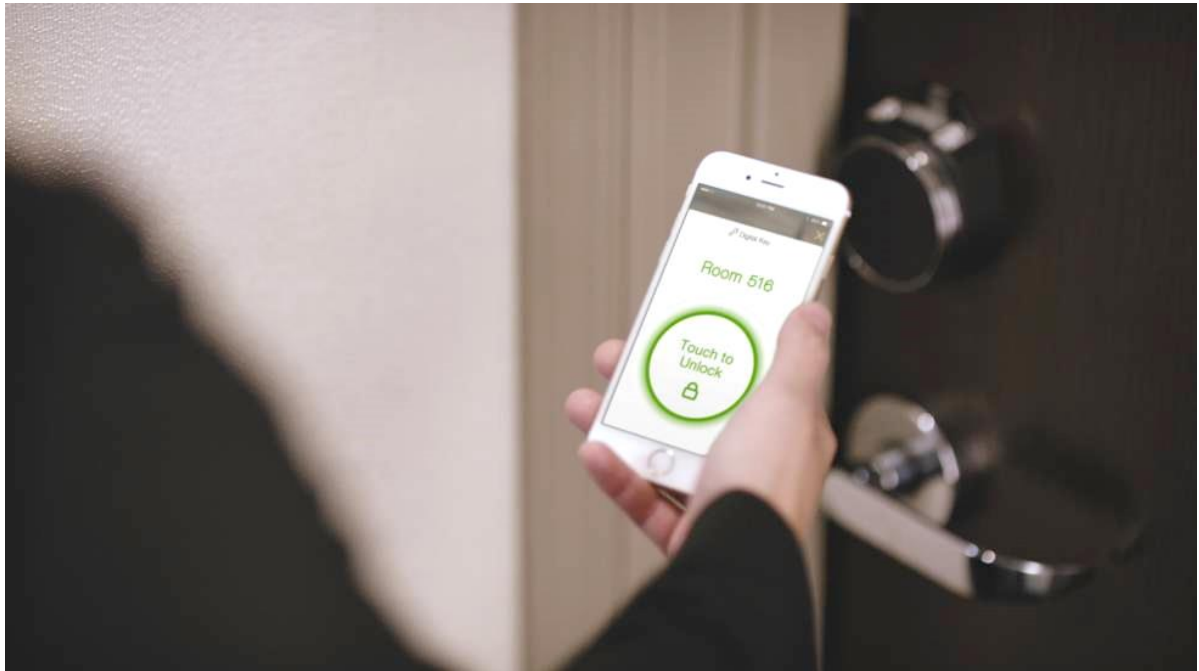


Tendencias 2019: Personalización



Una de las tendencias de este año es la PERSONALIZACIÓN, cuyo objetivo central es lograr la satisfacción del huésped, que se sienta especial, único y valorado.

La personalización y la tecnología van de la mano. La tecnología nos va a permitir “personalizar las experiencias de nuestros clientes”, porque “no vendemos camas” sino “experiencias únicas, memorables... experiencias que merezcan ser contadas” y reflejadas en las redes sociales.

Es un hecho, debemos dejar de hablar de marketing y marketing digital, combinar estos conceptos y trabajar en una estrategia conjunta.

La personalización debe empezar por nuestra página web, es nuestra puerta de entrada al mundo online, y además porque debería ser nuestro canal de ventas más rentable. Un ejemplo claro y simple de una web personalizada es Netflix, cada vez que ingresamos nos muestra contenido personalizado, basadas en lo que NOSOTROS hemos visto o, dicho de

otra forma, basado en nuestro “historial de navegación”, ¿cómo lo hacen? mediante la **Personalización Predictiva**.

No todos los seres humanos somos iguales, no buscamos las mismas experiencias y no queremos ver las mismas cosas. Lo mismo sucede en nuestra web, y los hoteles tenemos que hacer lo mismo, mostrar contenido que sea interesante para nuestro potencial cliente. Esto es posible utilizando la tecnología conocida como **Machine Learning** que cuenta con algoritmos “que aprenden” y se actualizan automáticamente estudiando patrones de comportamiento e identificando las características de nuestros clientes, como: tipo de viaje, con quién viaja, qué sección de la web fue la más visitada, etc.



Por ejemplo, si una persona ingresó a la web y pasó más tiempo en la sección de spa, la próxima vez que ingrese a nuestra web, deberíamos mostrar “contenido” relacionado con nuestro spa o con ese interés, esto lo sabremos mediante la **Personalización Predictiva**, mostrará en la *home* lo que la persona quiere ver, en el idioma correspondiente.

La información que obtendremos mediante la **Personalización Predictiva** es invaluable, ya que nos permitirá mejorar nuestro ROI¹, adaptar nuestra estrategia comercial sobre la marcha, optimizar nuestras ofertas y, sobre todo, terminar con las suposiciones en los procesos de gestión y ventas.

Para los hoteleros significa dar la bienvenida a cada usuario en nuestra web, como le daría la bienvenida nuestro recepcionista a un huésped frecuente. Es como saludarlo por su nombre, preguntarle cómo fue su vuelo... en fin, obtendremos información que hará que el “navegante” o quien navega nuestra web encuentre lo que está buscando, como nos pasa

a nosotros cuando ingresamos a Netflix. Esta es la forma en la que vamos a convencer a nuestro potencial huésped que somos la opción correcta.



ⁱ ROI: Retorno de la Inversión

Enlaces de interés

<https://www.smarttravel.news/2018/09/02/predictive-personalization-esta-revolucionando-la-industria-hotelera/>

<https://www.mazeberry.com/es/blog-el-marketing-predictivo-nuevo-reto-de-la-comercializacion/>

<https://learn.g2crowd.com/2019-hospitality-trends>