

Novedades Marketing Digital

Marzo 2017

Por Marilyn Geraghty

¿Qué es el User Generated Content (UGC) y cómo los hoteles pueden beneficiarse?



User Generated Content (UGC) **es el contenido generado por los usuarios en Internet, tuvo su origen en el año 2005 junto con la aparición de la web 2.0** y cada vez es más relevante para el posicionamiento de una página web. También se conoce como User Created Content (UCC), contenido creado por el usuario.

Es una estrategia de contenido que inspira a los consumidores a compartir sus experiencias con otros usuarios en medios digitales, sin importar en que formato lo comparten siempre que lo hagan en Internet, ya sea en redes sociales, blogs, etc.

Un estudio realizado por Salesforce indica que:

- Los visitantes de sitios web que incluyen este tipo de contenido **UGC pasan un 90% más de tiempo en el sitio.**

- Las campañas en redes sociales que incorporan UGC ven un aumento del 50% en el compromiso.
- Los anuncios con UGC generan tasas de clics 5 veces mayores, UGC impulsa un 73%.
- Las tasas de clics, y UGC aumenta las conversiones en un 10% cuando se incluye en la ruta de la compra online.

¿Por qué esto es importante para los hoteleros?

- ✓ Porque los huéspedes son quienes generan contenido a diario en todas las redes sociales, incluso sin que nosotros lo sepamos.
- ✓ Porque 70% de los viajeros actualizan su página perfil de Facebook cuando están de vacaciones.
- ✓ Porque este es el nuevo "boca a boca" digital, donde nuestros huéspedes promueven nuestros hoteles con las "selfies" que publican mostrando nuestras habitaciones, spa, restaurant, o cualquier otra cosa que se les ocurra.

Si utilizamos las redes sociales de forma correcta podemos utilizar este canal como una nueva manera de promocionarnos y conectarnos con el mundo online.

De esta manera, nuestros huéspedes se transforman en nuestros representantes comerciales cada vez que comparten una foto con sus "amigos", "fans", "seguidores" que

son quienes confían en ellos y saben que las fotos son "limpias", no tienen Photoshop, y no tiene por qué mentir sobre sus experiencias.



Para incentivar este "boca a boca digital" podemos:

- Crear una **"Selfie Station"** donde los huéspedes se pueden sacar fotografías y luego compartirlas.
- Otorgar un **descuento** o algún tipo de regalo para animar a nuestros huéspedes a que dejen sus comentarios.
- **Crear un Hashtag**, el "#" es una etiqueta que nos ayuda a identificar ideas, conceptos o marcas. Si no definimos un "hashtag oficial", los huéspedes utilizarán lo que ellos consideren más conveniente y desperdiciaremos una excelente oportunidad para crear contenido; creando un "#" podemos identificar más fácilmente las fotos, potenciando nuestra marca y monitorizando nuestra presencia en las redes.
- **Monitorear las menciones** que nos hacen en las redes sociales: Si un huésped nos menciona correctamente en las redes sociales, la publicación aparecerá en ella. Ahora bien, si el huésped no utiliza correctamente el nombre que usamos en la red social, no se nos notificará y no podremos interactuar con él.
- **Email Marketing**, invitarlos a dejar sus comentarios en nuestras redes sociales, no sólo en TripAdvisor.
- **Incluir los comentarios en nuestra web**. Esto es fantástico ya que también Google nos pide contenido nuevo y único, y eso es lo que obtendremos de nuestros huéspedes.
- **Responder las opiniones**, los hoteles que responden los comentarios tienen un 21% más de probabilidades de recibir una consulta sobre aquellos que no responden los comentarios.

¡Aprovecha todo el potencial que tienen las redes sociales para ofrecerte!