FIDELIZA

Clientes v/s Fans

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Contenidos que veremos:

- **Ventajas de fidelizar clientes:**
  - Estrategias para lograr fidelizar en tiempos de crisis.
  - Conseguir recomendaciones, el objetivo final de fidelizar.
  - Cross Selling y Up Selling, oportunidades de fidelización.
  - La confianza del viajero ¿Se pueden construir o reconstruir confianzas vía online?

- **Divididos nos caemos, juntos nos paramos (Pink Floyd) importancia de la Asociatividad y el Trabajo Colaborativo**

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

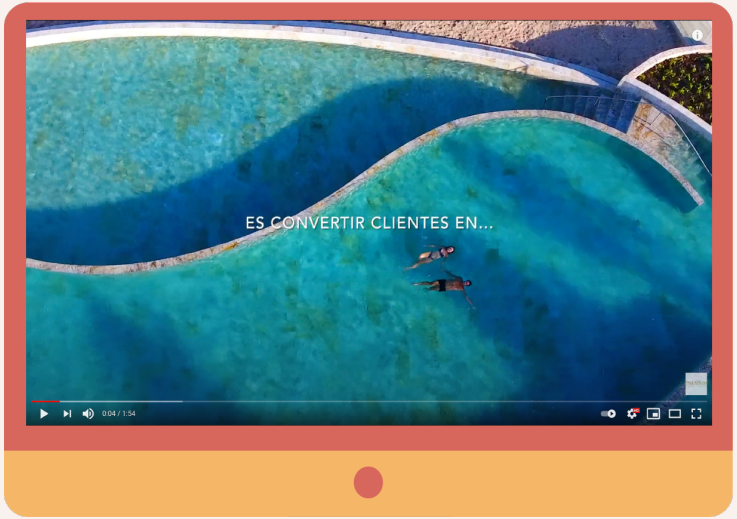
01

Estrategias para fidelizar en tiempos de crisis!

Busquemos fans más que clientes

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO



RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

02. Conseguir recomendaciones, el objetivo final de fidelizar.

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Recomendación
Confianza

¿Qué es un cliente **Genius**? **Genius** es el programa de fidelización de **Booking**.com a través del cual se pueden conseguir descuentos y ventajas exclusivas en todo tipo de alojamientos (hoteles, casas rurales, albergues, bed & breakfast…) alrededor del mundo.

Y si intentamos tener nuestro propio plan de fidelización ?

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Tripadvisor

Gestión de las opiniones. Sobre todo, de las negativas.

Si recibimos críticas positivas agradecer

Si la crítica es negativa, se activa el protocolo de los mensajes con disculpa en los que la empresa deberá prestar atención por compensar el error cometido. Promociones o descuentos

Esta valorización de los clientes y sus comentarios debes hacerla dentro de las 24 horas, con el objetivo de evitar la contaminación de otros potenciales clientes.

CALIDAD
CANTIDAD
ANTIGÜEDAD
COMENTARIO

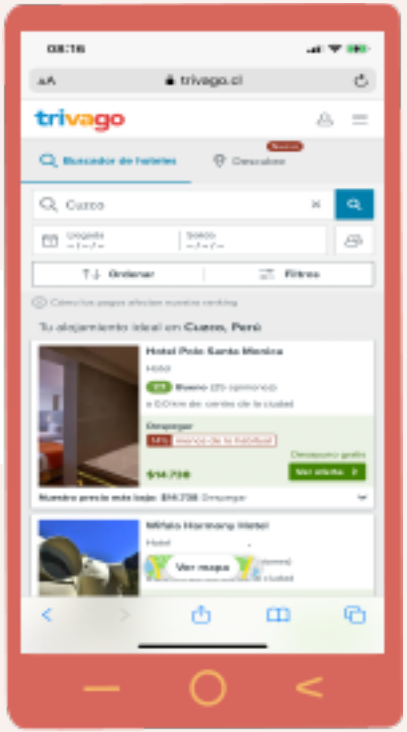
"La atención es absolutamente personal, mozos super atentos a cada detalle, hacen que la experiencia sea unica. Riquisimo"
"Un aniversario inolvidable"

"Verdaderamente un sueño. Con ingredientes locales, el chef crea aromas, texturas y sabores que nunca habías experimentado. Digno de una leyenda. ¡INCREÍBLE!"

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Trivago no es una central de reserva, sólo un buscador, con comparativo de precios



trivago Hotel Manager Basic

trivago Hotel Manager PRO

La confianza del viajero

¿Se pueden construir o reconstruir confianzas vía online?

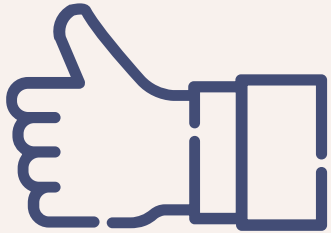
RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Comunicación humana:
entregar información y contenido de valor que le permita tomar decisiones seguras, ser cercanos para lograr confianza, interacciones on line pero personalizadas.

Conocer a tu cliente:
Dedicarle tiempo para descubrirlo, detalles que marcarán la diferencia, sus intereses y gustos (RRSS o compras) nos permitirán ofrecerle un descuento en sus intereses por ejemplo

Convertir las quejas en mejoras (revisa los comentarios negativos en tu página, redes sociales, libros de reclamos, plataformas de booking)



Mantener el contacto:
tener capacidad de contestar y agregar contenido que agregue valor en nuestra comunicación

Ganarse la confianza:
Cuando hay un problema reconocerlo, buscar solución y compensar al cliente, de manera que éste se dé cuenta cuánto le importas.

Buscar que los clientes nos busquen a nosotros: Una buena estrategia de contenidos hará siempre que ellos nos sigan y compartan nuestra información y así no los interrumpimos nosotros a ellos sólo para venderles nuestro producto.

02

Estrategias, ¿las utilizas?

Reconoce cúal y porqué

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Cross Selling y Up Selling, oportunidades de fidelización

RED TRANSFORMA TURISMO

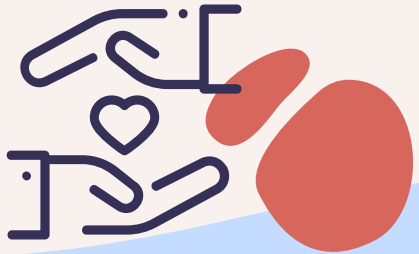
CORFO

Cross Selling y Up Selling, oportunidades de fidelización

El cross-selling consiste en ofrecer un producto complementario,
el cross-selling o venta complementaria busca motivar la compra de algo adicional.

Upselling consiste en sugerir un producto que mejorará la compra principal,

y hará que esta sea más costosa, se refiere a ofrecer otro producto que constituye una mejora u optimización de la compra principal que el cliente ha hecho. Consiste en motivar la compra de algo para usar directamente con el producto principal y es una mejora.



Ejemplos de cross-selling en Agencia de Viajes y TTOO

- Servicio de transfer desde y hacia aeropuerto
- Alquiler de coches y bicicletas
- Servicio de reserva en restaurantes
- Compra de entradas a espectáculos
- Venta cruzada

Estrategias de cross-selling Agencia de Viajes y TTOO :

Conocer al cliente y conectar con sus emociones:

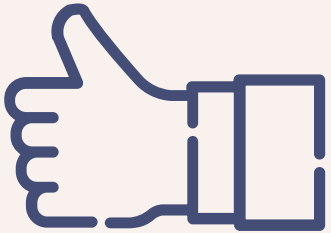
- Conocer sus gustos y emociones para ofrecer el producto y servicio adecuado.
- Segmentar al máximo a tus clientes y adaptar servicios para ellos, no es necesario tener productos para cada subsegmento pero si poder adaptarla

Consejo:

Nunca hacer cross selling hasta que tenga todo lo necesario para completar la reserva original. De lo contrario, podría causar rechazo y perder la venta.

Use casos de clientes y referencias, comparta la historia de un cliente que ha vivido esta gran experiencia y consejo, esto humanizará la venta y generará mayor confianza.

Regla de 3: una alternativa con precio asequible, una alternativa intermedia y el sueño (recordando la regla del 25%, sea lo que sea lo que se venderá adicional no debe superar el 25% del valor de la reserva original).



No es necesario tener un servicio diferente para cada subsegmento, tan solo se debe adaptar la solución a su necesidad. La diferencia podría estar en cómo usa ese servicio, el horario etc. .

Estrategias de cross-selling agencias de viajes y ttoo:

Elegir bien el momento

La agencia debe saber escoger bien el momento para hacer la propuesta del producto o servicio complementario.

Se recomienda que dibujar el **customer Journey o viaje del cliente (visto en el módulo 1)**.

Si escoge el momento apropiado al cliente apropiado, en el momento idóneo, las probabilidades de éxito se te multiplicarán.

Estudiar bien el precio de los servicios

Otro aspecto a considerar para hacer cross selling en agencias y ttoo, es el precio de los servicios adicionales. Estos deben ser cuidadosamente estudiados, de manera que resulten beneficioso para la agencia o el ttoo y al mismo tiempo atractivos para el turista.

Estrategias de cross-selling en Agencias de Viajes y TTOO:

No insistir en la oferta

La técnica del cross selling en agencias puede dar muy buenos resultados. Si el turista no está interesado no hay que agobiarlo con la propuesta. Probablemente no se ha elegido el mejor momento o no se ha personalizado la oferta lo suficiente. La Reiteración sólo cansa al cliente podría conducir a una mala experiencia.

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Estrategias de cross-selling en agencias de viajes y ttoo

Capacitar al personal

El personal de la agencia o los guías son quienes tienen mayor contacto con los clientes, debe estar capacitado para el cross selling. Esta estrategia de venta requiere del manejo de algunas técnicas de negociación y de atención al cliente para que los clientes, o al menos la mayoría, acepten los servicios complementarios que se le ofrecen. Además el personal es clave para obtener información de detalles que puedan cautivar al turista.

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

Beneficios de upselling agencia de viajes y ttoo:

- Ofrece mayor valor al comprador
- Supera la expectativa del huesped
- Genera Confianza, mejora la imagen y reputación de la agencia de viajes o ttoo
- Incrementa la fidelidad del cliente
- Ahorra en la captación de nuevos clientes

¿Cuál es el objetivo?

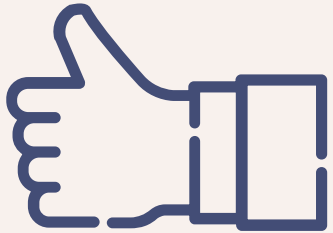
Uno debe de considerar el Upselling como una herramienta para mejorar la experiencia de nuestro cliente y de esa forma incentivar su regreso. Es una estretagia de fidelización y no de obtener más ingresos

Ejemplos:

- Si el cliente ha contratado el paquete básico de una escapada, ofrecerle la posibilidad de mejorar la estancia pagando una pequeña diferencia para incluir actividades o excursiones.
- El email permite una gran segmentación y la total personalización de los envíos. Puedes ofrecerle mejorar su estancia o vuelo y obtener un mayor beneficios.

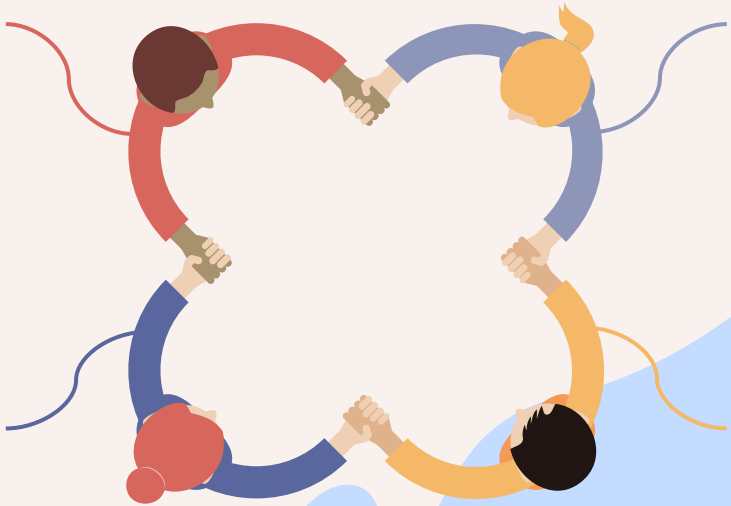
Ejemplos:

- Cuando un cliente adquiere un vuelo, normalmente el asiento asignado es aleatorio. Si el cliente desea elegir el asiento tendrá que pagar una pequeña cantidad. Lo mismo ocurre con el equipaje. A nuestro fans podríamos no cobrarle una vez por este servicio y asumirlo en nuestro costo.



Divididos nos caemos, juntos nos paramos (Pink Floyd) importancia de la Asociatividad y el Trabajo Colaborativo

La **importancia de la asociatividad**. El trabajo conjunto es fundamental para la consolidación y el crecimiento de pequeñas y medianas empresas en grandes industrias reconocidas tanto por el sector público como privado . ... Qué mejor manera de defender los intereses y derechos del pequeño y mediano empresario (a) que uniéndose a un grupo que persigue mejorar la imagen y presencia de estos establecimientos.



RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO

26 de Febrero 2021 **PUBLICADO POR:** El Heraldo Austral

Gremio Gastronómico local pide aforo de 25% al interior de los restaurantes

ECONOMÍA TURISMO 17.02.2021 / 07:33

"La temporada ya se fue": El lamento de asociaciones de turismo en comunas que pasan a Fase 2

Mientras representantes del gremio del turismo cuestionan que "el gobierno le puso una lápida la turismo en el sur", otros hacen un balance negativo para lo que queda de la temporada estival. Todo, en la semana en que el gobierno anunció una inversión de $50 mil millones al rubro.

Gastronomía

Gremios de gastronomía y de turismo agradecen el cambio de horario del toque de queda y aseguran que favorece al sector

Gastronomía

Gremios de gastronomía y de turismo agradecen el cambio de horario del toque de queda y aseguran que favorece al sector

Los gremios más importantes de nuestro sector

FEDETUR Chile

CHILE Sertur
ASOCIACIÓN GREMIAL DE PYMES TURÍSTICAS

Achiga
asociación chilena de gastronomía

Achet
ASOCIACIÓN CHILENA DE EMPRESAS DE TURISMO A.G.

HOTELEROS DE CHILE

RED TRANSFORMA TURISMO

CORFO