

# I 10 errori che compromettono il successo di un'attività alberghiera

notizia pubblicata 11 Luglio 2019 alle ore 12:18 nella categoria **Curiosita'**



Il settore alberghiero ruota totalmente intorno agli ospiti, i quali sono sempre i primi a segnalare qualsiasi mancanza. Tuttavia, spesso sono proprio gli albergatori stessi a creare degli ostacoli di percorso che sono il risultato di scelte tecnologiche discutibili o strategie sbagliate. SiteMinder illustra i dieci errori più comuni e spiega come evitarli.

1. Mancanza di informazioni di contatto: un sito web dal design elegante e dai contenuti accattivanti è sicuramente un biglietto da visita vincente, a meno che questi aspetti non ne compromettano la funzionalità. La mancanza di informazioni basilari facilmente reperibili, quali numero di telefono e indirizzo, è un passo falso più grave di quanto si possa pensare.

2. Contenuti audio e video che partono in automatico sul sito: molte persone si ritrovano a prenotare viaggi durante le ore più disparate, spesso anche a lavoro. Sottofondi musicali indesiderati o video pubblicitari che disturbano la quiete di un intero ufficio sortiranno un effetto negativo.

3. Uso scorretto dei social media: sfruttare i social media come strumento di marketing è una strategia molto valida, ma è altrettanto fondamentale utilizzarli nel modo corretto. L'obiettivo principale è che il traffico venga indirizzato al sito web dell'hotel per completare le prenotazioni, evitando che l'interesse degli utenti rimbalzi da un social media all'altro.

4. Foto di scarsa qualità: integrare foto a bassa risoluzione in un sito con design e struttura eccellenti è una

vera e propria contraddizione in termini. Prima di procedere alla prenotazione di una camera, i viaggiatori desiderano vederne una rappresentazione il più possibile fedele alla realtà. Le immagini sgranate e di scarsa qualità possono veramente dissuadere l'utente dall'alloggiare presso la struttura.

5. Download di documenti sul sito: intrappolare determinati contenuti del sito in file da scaricare è una mossa controproducente. Ad esempio, gli utenti dovrebbero poter consultare il menù del ristorante dell'albergo direttamente su una pagina del sito. Costringere i visitatori a scaricare documenti va a inficiare il tasso di conversione, soprattutto per la navigazione da dispositivi mobili.

6. Connettersi ai canali di distribuzione sbagliati: connettersi alle adv online, sia manualmente che tramite un channel manager, è un processo che richiede una ricerca preventiva. Occorre selezionare i canali di distribuzione più adatti al proprio mercato e alla tipologia di struttura, evitando di focalizzarsi soltanto sui quei quattro o cinque canali che utilizzano tutti.

7. Ignorare il potenziale del territori: la scelta dell'albergo è secondaria rispetto a quella della destinazione. I viaggiatori selezionano con cura prima la meta e poi l'alloggio per vivere un'esperienza unica. Per questo motivo, sfruttare l'offerta del territorio creando pacchetti e collaborando con gli enti locali rappresenta una priorità assoluta.

8. Ignorare le recensioni: le recensioni sono uno degli aspetti chiave per il successo di un hotel. La soddisfazione degli ospiti e la reputazione della struttura sono vitali per il processo di crescita dell'attività. Uno degli errori più gravi che si possano commettere è non rispondere alle recensioni online lasciate dai viaggiatori su siti quali TripAdvisor o sui social media.

9. Trascurare le stagioni: il prezzo che le persone sono disposte a pagare per una camera d'albergo dipende dall'andamento della domanda e dell'offerta nel corso del tempo. La stagionalità è un aspetto da non sottovalutare e, insieme all'introduzione di pacchetti e offerte promozionali, costituisce parte integrante della strategia di vendita e marketing. Occorre adattare le tariffe nei periodi di bassa e alta stagione per essere in linea con il comportamento di acquisto e con le condizioni di mercato.

10. Problemi di pulizia: una delle lamentele più frequenti da parte degli ospiti riguarda la scarsa pulizia delle stanze o della struttura in generale. Quando si tratta di pulizia, non ci sono compromessi. Non soltanto costituisce un problema per la salute dei clienti, ma espone la struttura a un flusso di recensioni negative.