

Ecco Guezzt: la piattaforma che rivoluziona il marketing degli hotel

notizia pubblicata **03 Dicembre 2019** alle ore **10:20** nella categoria **Web 2.0**



‘Guezzt’ è la nuova piattaforma sviluppata da Serenissima Informatica che combina funzionalità di CRM, e-mail marketing, marketing automation e data analytics per aiutare gli albergatori a migliorare la qualità dei dati di cui dispongono e creare relazioni di valore con i propri clienti. L’obiettivo è duplice: aumentare le prenotazioni dirette e ridurre la dipendenza dagli intermediari.

Tra le principali funzioni di Guezzt c’è l’attività di data cleaning. Direttamente integrato con il PMS alberghiero (protel, al momento), Guezzt identifica i profili cliente duplicati e li unisce per creare un data warehouse pulito, completo e sempre aggiornato con i nuovi dati che continuamente vengono inseriti nel PMS. Per ogni cliente, viene generato un unico profilo, il CGP – Certified Guest Profile, che contiene tutte le informazioni necessarie per fare azioni di marketing mirato: dati anagrafici e di contatto, dettagli delle prenotazioni, preferenze, servizi richiesti durante i soggiorni, tariffe prenotate e così via. Non solo: il CGP mette in evidenza anche quali sono i dati mancanti per poter contattare il cliente.

“Tutti i software gestionali che un hotel o catena usa generano dati: potenzialmente, tutte le interazioni con i clienti sono fonti inesauribili di informazioni, dalle prenotazioni alle anagrafiche, dalle richieste ai vari canali di contatto, e così via – spiega Alessandro Calligaris, direttore Marketing di Serenissima Informatica – Spesso, tuttavia, questi dati non sono presi in considerazione con la dovuta importanza, a partire dalla qualità con cui sono inseriti nei sistemi, perché troppe volte gli operatori non sono stimolati e messi in

grado di utilizzare al meglio gli strumenti a disposizione. In molti casi, invece, i dati risultano incompleti e frammentari perché diversi sono i software che dialogano tra loro. Si finisce quindi per avere una enorme quantità di informazioni duplicate, come nel caso di profili doppi, tripli e via dicendo per un solo cliente solo perché è stato più volte ospite della stessa struttura”.

L’attività di pulizia dei dati appare, dunque, essenziale per trasformarli in informazioni preziose e sviluppare strategie di comunicazione su misura: la parola chiave è, senza ombra di dubbio, personalizzazione.

Guezzt include anche una piattaforma di e-mail marketing potente e completa che permette di impostare campagne di direct marketing mirate con obiettivi definiti, creare template grafici accattivanti e responsive, segmentare gli utenti in liste e, naturalmente, analizzare i risultati degli invii. Grazie all’automatizzazione, sarà possibile inviare il messaggio giusto al momento giusto, a seconda dei vari momenti del guest journey: sono le cosiddette e-mail transazionali, strumenti di straordinaria potenza se ben usati, ma troppo spesso considerate soltanto semplici notifiche, ad esempio per confermare una prenotazione, per comunicare una modifica, per sottoporre un questionario di gradimento o per fare gli auguri nel giorno del compleanno.

“Uno dei maggiori problemi che gli albergatori si trovano ad affrontare riguarda le commissioni che devono essere corrisposte agli intermediari. Una soluzione sta nello sviluppare maggiormente il business diretto, cosa che si può realizzare solo se si conosce molto bene il cliente e si sa come contattarlo, puntando sulle sue aspettative ed esigenze individuali, con un prodotto valido e una comunicazione efficace, tarate sulla tipologia dell’ospite”, conclude Calligaris.

<https://serinf.it/>