

Guía de Redes Sociales para Hoteles:

Cómo Crear la Mejor Página para
tu Hotel y Maximizar tus Ingresos



[05](#) El impacto de las redes sociales en la hotelería

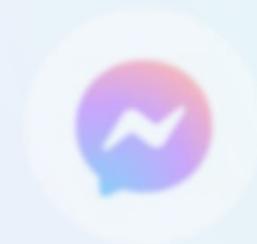
[08](#) ¿Cómo puedes crear y optimizar las redes sociales de tu hotel?

[18](#) ¿Cómo puedes aprovechar las redes sociales para aumentar tus ingresos?

[25](#) Resumen de las ideas clave

[26](#) Fuentes y lecturas complementarias

[27](#) HiJiffy



En el competitivo mundo de la hotelería, donde la rivalidad es intensa, **dominar eficientemente las redes sociales** se ha convertido en un requisito indispensable para aquellos hoteleros que aspiran a sobresalir. No obstante, para forjar una presencia destacada en las redes sociales, con el fin de maximizar la visibilidad de tu hotel y transformar esta visibilidad en ventajas económicas tangibles, enfrentarás diversos desafíos.



El impacto de las

redes sociales en la hotelería

INSTAGRAM
GOOGLE BUSINESS PROFILE
FACEBOOK

En 2023, se estiman 4.880 millones de usuarios activos globales en redes sociales, lo cual representa el 60,6 % de la población mundial (Fuente: BDM, 2023). Facebook lidera con **3.000 millones de usuarios activos mensuales**, seguido de cerca por YouTube, WhatsApp, Instagram y WeChat.

Las redes sociales, antes vistas meramente como espacios de intercambio y conexión personal, han evolucionado hacia herramientas clave de influencia que modelan nuestras decisiones en ocio, gastronomía y destinos turísticos. En el sector hotelero y turístico, las redes sociales han trascendido su función original de compartir recuerdos para convertirse gradualmente en **herramientas de planificación de viajes** por sí mismas.

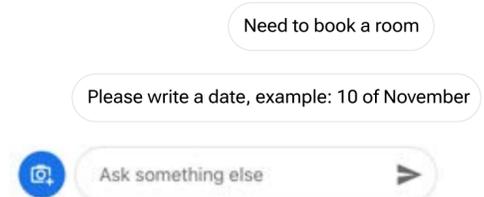
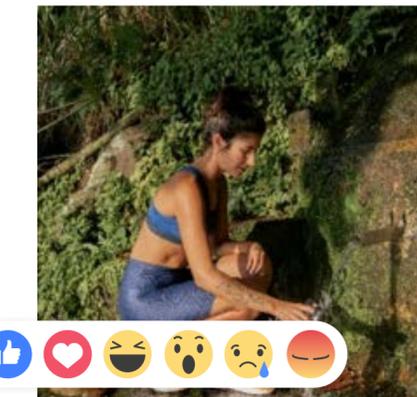
Un dato significativo es que **uno de cada cinco viajeros recurre a las redes sociales para planificar sus viajes**, ya sea para elegir su próximo destino (27 %) o para seleccionar su alojamiento (23 %)¹. Además, un **33 % de los usuarios cambia su percepción sobre un hotel después de consultar las redes sociales**, y, según otros estudios, el 52 % decide visitar un destino específico tras ver fotos o vídeos en estas plataformas compartidos por amigos y familiares (Fuente: Nosto, 2019).

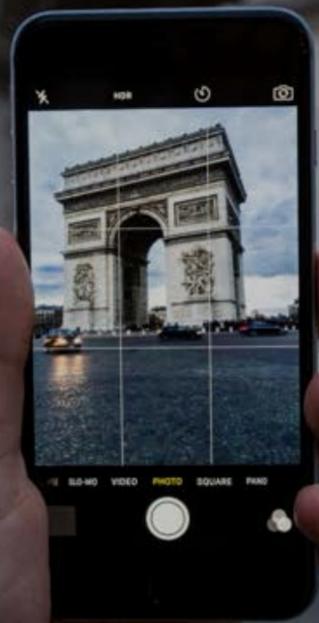
¹ WebFX, 2023. Social Media, Mobile, and Travel: Like, Tweet, and Share Your Way Across the Globe.

3.000 millones de usuarios

33% 

cambia su percepción sobre un hotel después de consultar las redes sociales





PERFECTO PARA
INSTAGRAM



Guardar consejo 

Por lo tanto, mantener una **presencia activa en las redes sociales** es estratégicamente ventajoso en la hotelería, pues puede significativamente incrementar el atractivo de tu hotel para los viajeros. Sin embargo, no basta con estar presente en línea. Para explotar completamente el potencial de este escaparate digital, es crucial que tus páginas capturen el interés del público. Así que, ¿cómo puedes crear y perfeccionar la presencia de tu hotel en redes sociales para hacerlo verdaderamente irresistible? Te ofrecemos las claves a continuación.

Google

Instagram

¿Cómo puedes
crear y **optimizar**
las redes sociales
de tu hotel?

facebook

Facebook

Facebook sigue siendo una plataforma líder en el ámbito de las redes sociales. Con 40 millones de usuarios activos mensuales en Francia (Digimind 2023), es crucial captar la atención de tus potenciales huéspedes con una página bien gestionada.

Create a Page

Your Page is where people go to learn more about you. Make sure yours has all the information they may need.

Page name (required)

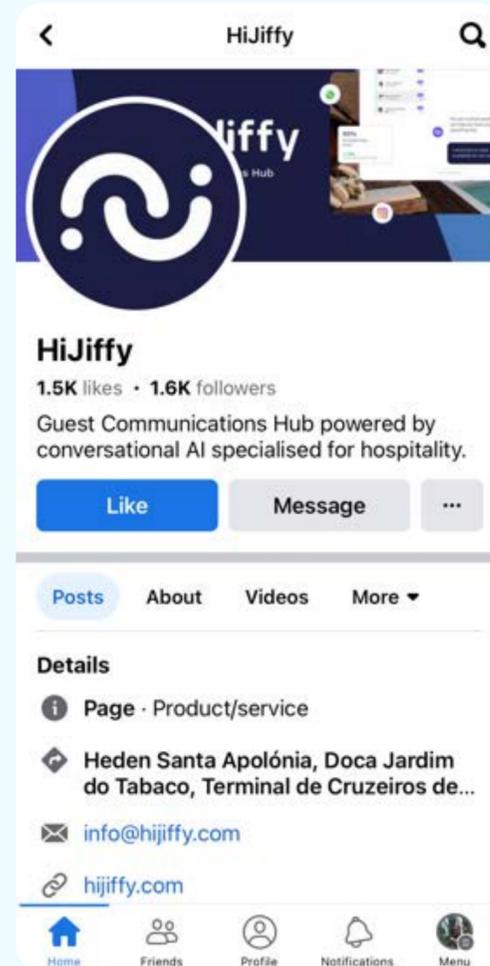
Use the name of your business, brand or organization, or a name that helps explain your Page. [Learn More](#)

Category (required)

Enter a category that best describes you.

Bio (optional)

Tell people a little about what you do.



HACER:
CREAR UNA
PAGINA DE FACEBOOK



Accede a tu [cuenta personal de Facebook](#).
Si aún no tienes una, es el momento de crearla. STEP 1



Dirígete a la sección “Páginas” del menú de la izquierda, o simplemente pulsa [aquí](#) y haz clic en «Crear una página» en la esquina superior izquierda. STEP 2



Rellena la información básica: Rellena los datos de tu página: nombre, categoría (elige “Hotel”) y biografía. STEP 3



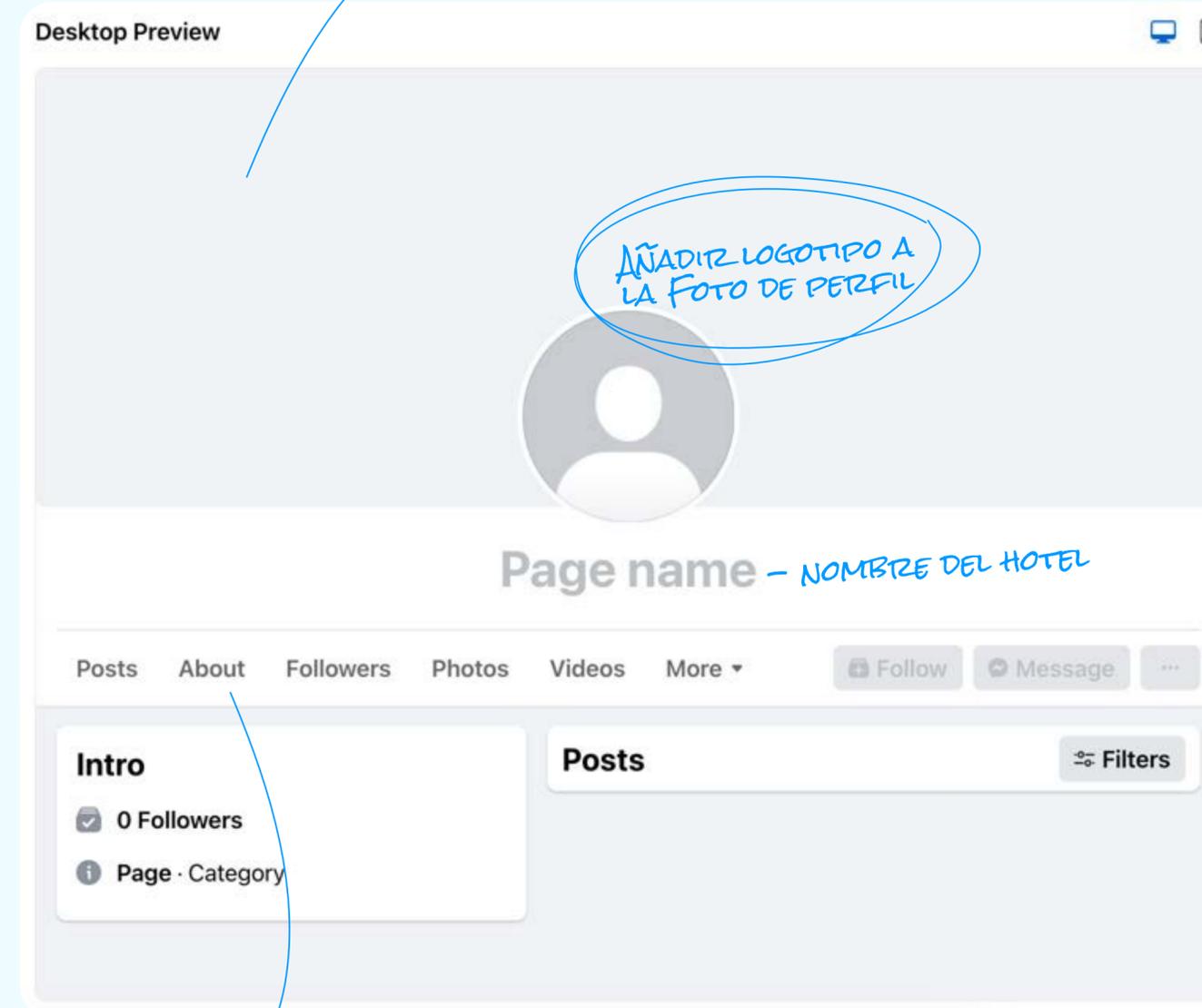
Haz clic en “Crear la página”. STEP 4

Una vez creada, es fundamental optimizarla para atraer y retener la atención. Asegúrate de que se cumplan las siguientes condiciones:

-  **Asegúrate de que el nombre sea claro y permita identificar fácilmente tu hotel.**
-  **Elige un logotipo representativo para la foto de perfil y selecciona una imagen de portada que capture la esencia de tu establecimiento.**
Por ejemplo, si es un hotel de negocios, puedes añadir una imagen de una sala de reuniones, mientras que un hotel familiar obtendrá mejores resultados mostrando a una familia divirtiéndose en la piscina. También puedes añadir un vídeo que muestre varios lugares de tu hotel.
-  **La biografía debe ser clara, informativa y concisa.** Los viajeros que visitan tu página de Facebook quieren saber qué tipo de establecimiento ofreces y dónde estás situado desde el primer momento. También puedes presentar las principales ventajas de tu hotel, pero debes ser lo más breve y conciso posible.
-  **Incluye todos los datos de contacto necesarios.** La dirección del hotel, correo electrónico y número de teléfono, para facilitar la comunicación.



AGREGAR PORTADA PARA REFLEJAR EL AMBIENTE



ESCRIBIR UN TEXTO CLARO E INFORMATIVO DIRECCIÓN, CORREO ELECTRÓNICO Y TELÉFONO



✔ Lista de comprobación para el éxito de la página de Facebook de tu hotel:

Si pones en práctica estos consejos, reforzarás tu presencia en Facebook, atraerás a nuevos huéspedes y fidelizarás a tu público actual, contribuyendo así al éxito general de tu negocio.

GUARDA ESTO PARA MÁS TARDE



Publica regularmente contenidos visuales, atractivos e interesantes.

Comparte fotos y vídeos de calidad que destaquen las características únicas de tu hotel, como vistas panorámicas, habitaciones elegantes o experiencias únicas.



Utiliza hashtags relevantes y etiqueta a otras páginas para aumentar tu visibilidad.

Utiliza los hashtags para resaltar palabras clave y llegar a las personas interesadas en el tema. También puedes unirte a **grupos de Facebook** y compartir allí tus publicaciones. Pero ten cuidado, ¡no exageres con tus mensajes!



Diversifica la oferta de contenidos.

No te limites a publicar fotos y vídeos: explora las distintas funcionalidades que ofrece Facebook, como la creación de eventos, encuestas y vídeos en directo, para diversificar tu contenido y atraer la atención.



Interactúa con tu público. Responde a los comentarios y mensajes directos. Una respuesta rápida refuerza la relación con tus huéspedes potenciales y aumenta la credibilidad de tu empresa. Para ello, puedes utilizar soluciones de inteligencia artificial **(IA) para automatizar el procesamiento de más del 90 % de tus mensajes entrantes**. Otra manera de interactuar con el público es ofrecer descuentos exclusivos o concursos. Esto fomentará la participación y animará a los usuarios a compartir tu página.



Actualiza tu página con regularidad

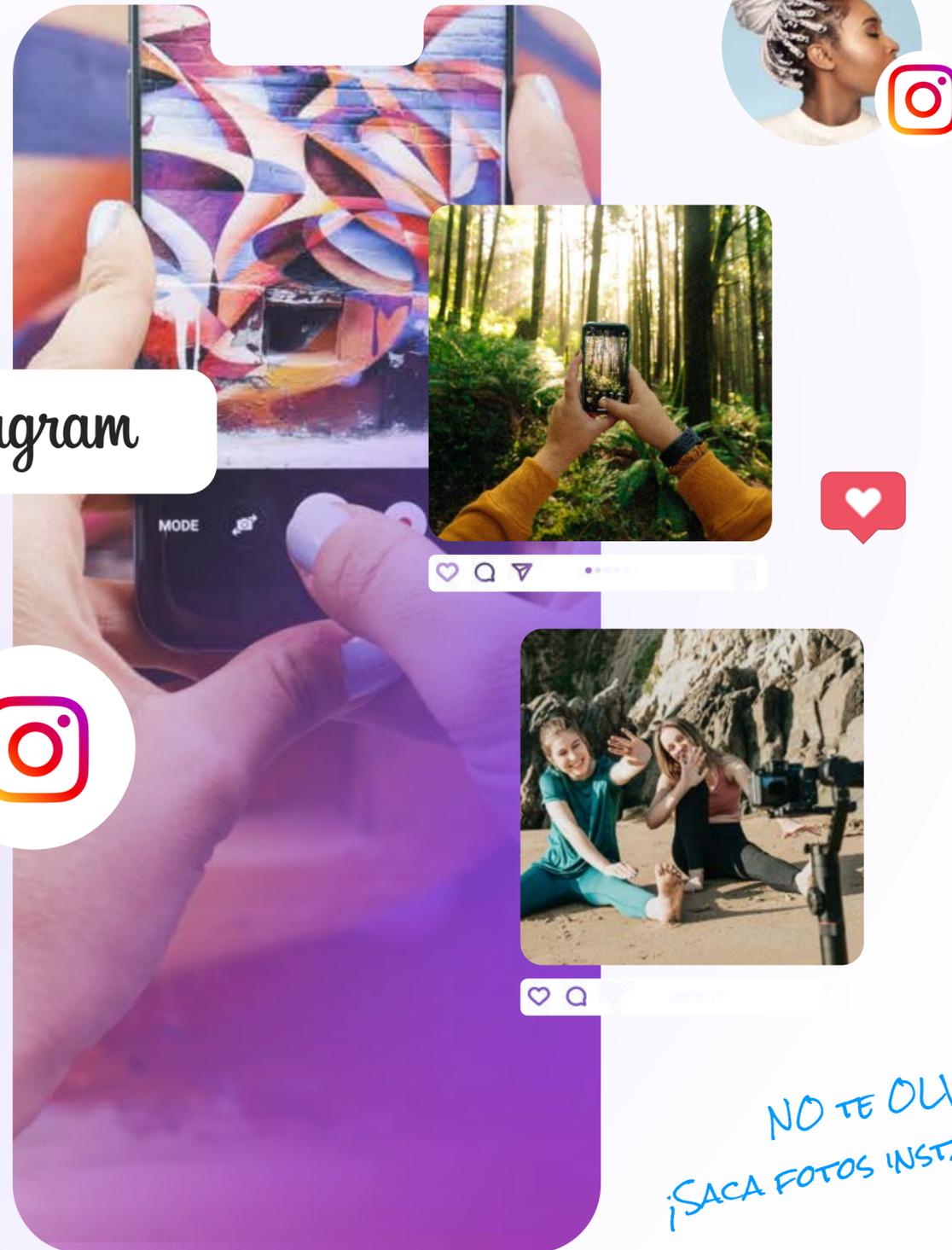
con información relevante sobre los próximos eventos, promociones y los distintos servicios que ofreces: restaurante, spa, talleres, etc.

Instagram

Con 2000 millones de usuarios en todo el mundo, Instagram es la tercera red social más popular del mundo, por detrás de Facebook y YouTube. En 2023, había más de **26 millones de usuarios activos** mensuales en la plataforma en Francia, de los cuales casi la mitad (45 %) pertenecen a la franja de edad de 25 a 34 años (Digimind, 2023). Instagram tiene una gran importancia estratégica para el sector hotelero, ya que se perfila como la red social por excelencia para conseguir seguidores que quieran viajar.

26 millones de usuarios activos

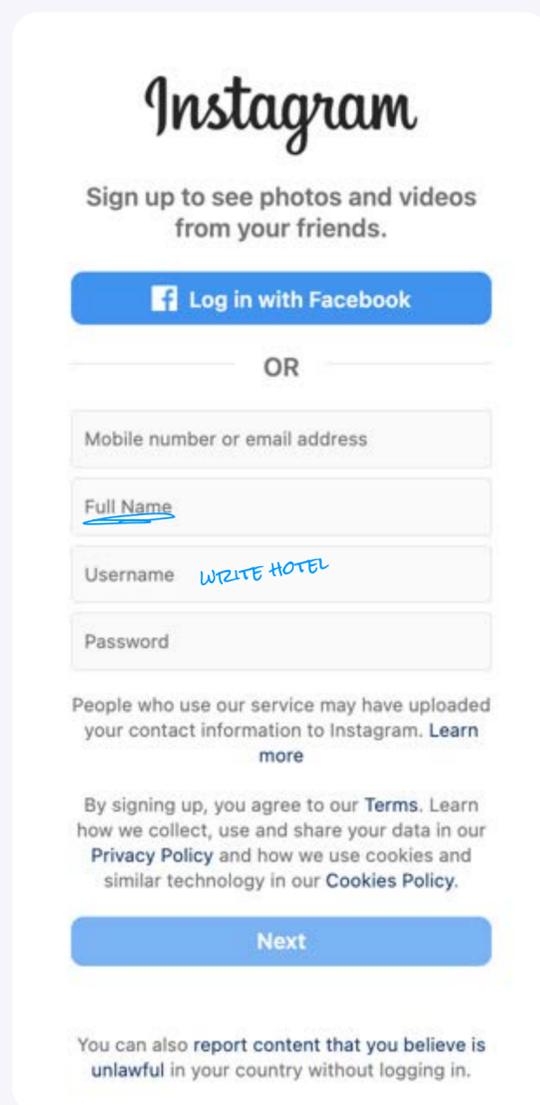
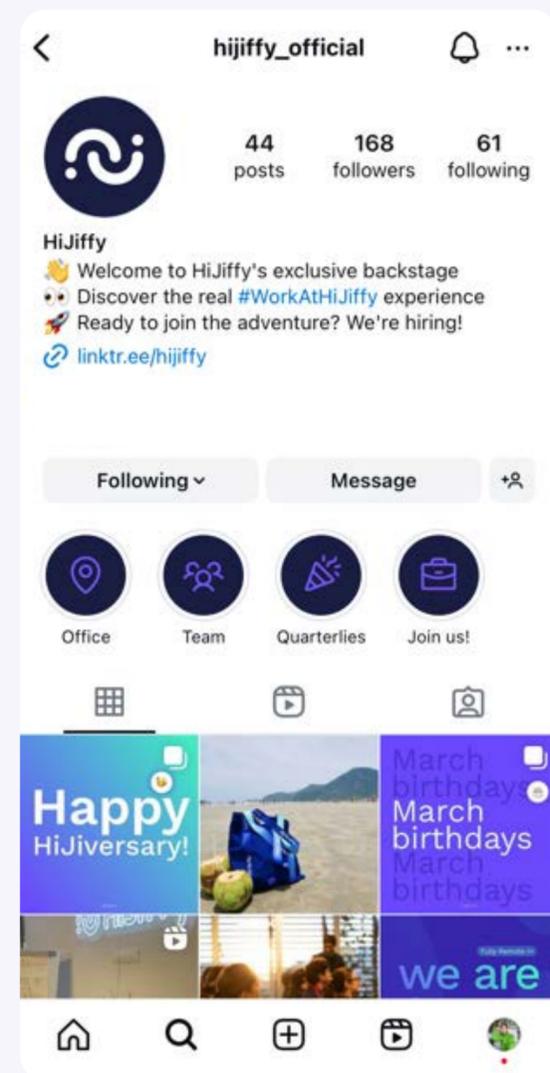
Instagram



Según el último artículo de [Kolsquare](#) report, esta plataforma acapara el **63 % de las interacciones en el sector de los viajes**, y el hashtag #travel representa por sí solo más de 674 millones de publicaciones. Por esto, no es de extrañar que Instagram se considere la plataforma más influyente en vacaciones, seguida de cerca por Facebook. **De hecho, el 40 % de los millennials elige el destino de sus vacaciones en función de si las fotos «se ven bien en Instagram»** (Travel Research Online 2023), lo que refuerza aún más la importancia de Instagram como fuente de inspiración para los viajeros. Por esto, te interesa aprovechar esta oportunidad para promover tu establecimiento de forma atractiva.

*NO TE OLVIDES:
¡SACA FOTOS INSTAGRAMEABLES!*

Aquí te explicamos cómo crear y optimizar tu cuenta de **Instagram** de tu hotel en 4 pasos sencillos:



HACER:
ESCRIBIR HOTEL
AGREGAR FOTO Y BIOGRAFÍA
WEBSITE

Instagram



Crea una cuenta Instagram. A la hora de elegir un nombre, incluye la palabra «hotel» antes del nombre de tu establecimiento, por ejemplo, @hotelcentral en lugar de simplemente @central.

STEP 1



Añade una foto de perfil, una biografía y un enlace a tu sitio web. Elige el logotipo de tu establecimiento como foto de perfil. Para la bio, presenta de forma concisa el nombre de tu hotel, su ubicación y sus características distintivas (como «Más de 50 hoteles cosmopolitas y resorts de ensueño»). Fomenta activamente las reservas con una llamada a la acción clara y añade un toque visual con emojis.

STEP 2



Pásate a cuenta de empresa. Desde tu perfil, pulsa el icono de rueda dentada en la esquina superior derecha y, a continuación, haz clic en «Cuenta profesional»². Recuerda que tu establecimiento debe tener una página de Facebook para pasar a un perfil profesional.

STEP 3

²Es posible que el procedimiento varíe en la aplicación móvil.



Vincula tu cuenta de Facebook. Si ya tienes una página de empresa en Facebook, solo tienes que seleccionar la página correspondiente. Si no es el caso, crea primero una página de Facebook para tu hotel siguiendo los pasos descritos en el capítulo anterior. Si vinculas tu cuenta de Instagram a tu página de Facebook, podrás compartir fotos simultáneamente en ambas plataformas y generar noticias en Instagram para tus seguidores de Facebook conectados a Instagram. No olvides anunciar a tus seguidores de Facebook que ya pueden encontrar tu hotel en Instagram.

STEP 4

✔ Lista de verificaciones para que la página de Instagram de un hotel tenga éxito:



Céntrate en los Reels. Los vídeos cortos son esenciales en el sector de los viajes, ya que ofrecen un storytelling impactante con el mayor índice de participación: 3,4 %, frente al 2 % de un post ([Kolsquare](#), 2023).



Fomenta la proximidad con las Stories. Conecta con tus seguidores gracias a las Stories, menos virales que los Reels pero ideales para mantener una relación estrecha con tu audiencia. Y no te olvides de variar los formatos para lograr el equilibrio adecuado entre participación y viralidad.



Utiliza siempre hashtags. Las publicaciones que contienen un hashtag generan un 12,6 % más de interacciones que las que no lo usan. ([Sprout Social](#), 2023).



Utiliza etiquetas de localización. Aumenta tu visibilidad etiquetando la ubicación. Las publicaciones que las incluyen tienen un 79 % más de probabilidades de ser vistas que las que no ([Jemsu](#), 2023).



Crea espacios con «estética Instagram». Prepara espacios en tu hotel para hacer selfis y fotos de grupo y anima a tus huéspedes a compartirlas espontáneamente.



Crea un hashtag específico y anima a tus huéspedes a utilizarlo.

Esto te permitirá saber cuánta gente habla de tu hotel o comparte sus contenidos y, sobre todo, crear un directorio de fotos y vídeos al que puedan acceder fácilmente las personas interesadas en tu hotel.



Comparte las publicaciones de tus huéspedes. Los contenidos generados por huéspedes son publicidad gratuita para tu empresa.



Analiza las estadísticas. Usa las estadísticas de tu perfil profesional para comprender a tu público y adaptar los contenidos en consecuencia.

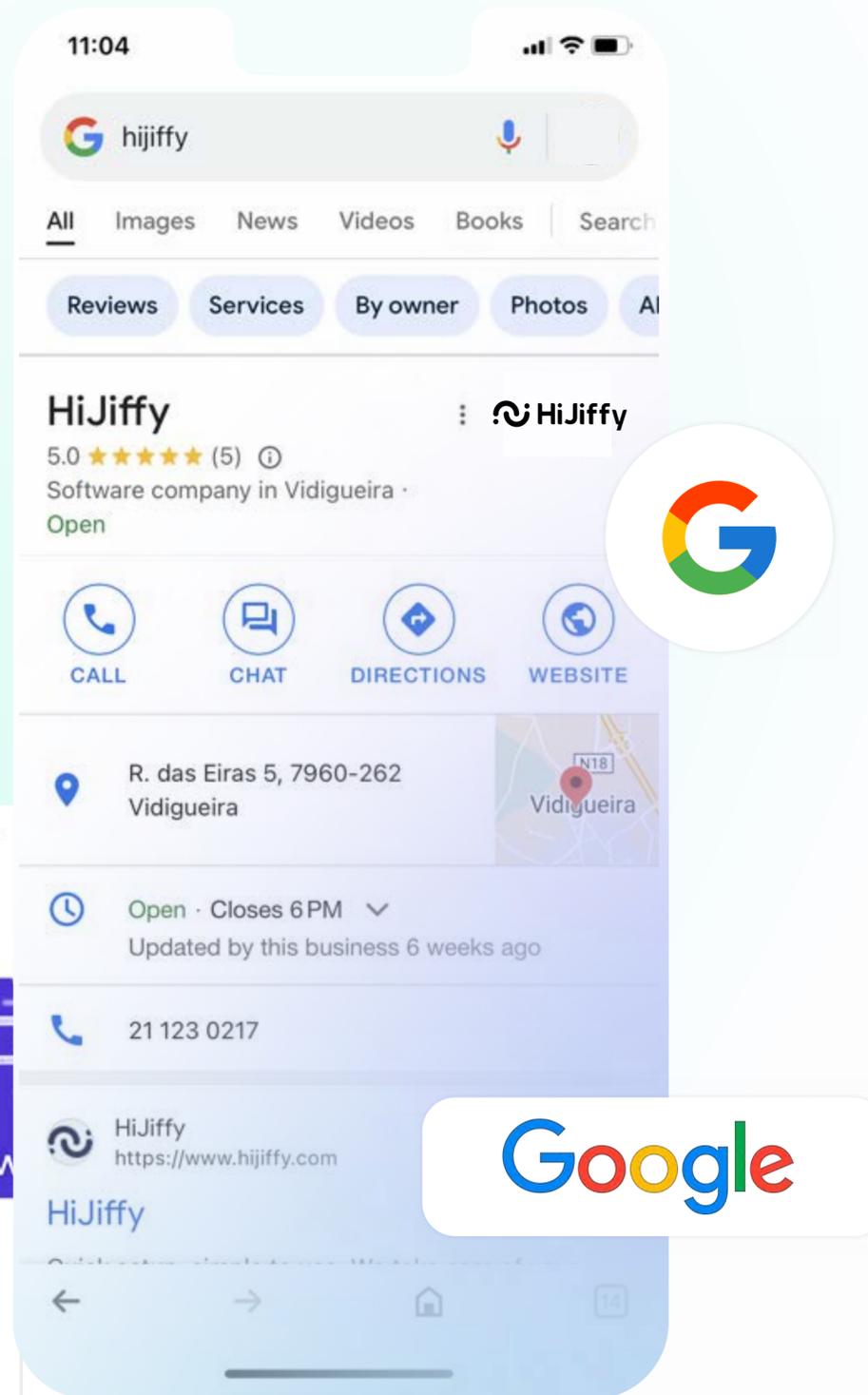
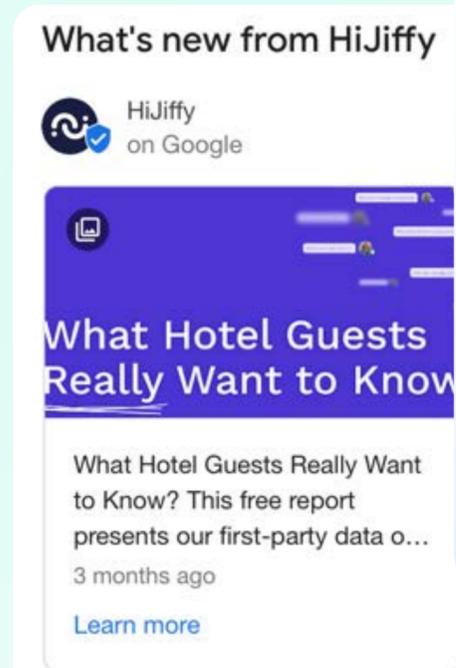
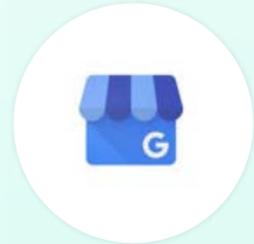


Promociona tus publicaciones con mejores resultados. Identifica y promociona las publicaciones que hayan tenido mejores resultados directamente desde la aplicación móvil para llegar a un público más amplio.

Google Business Profile

(anteriormente Google My Business)

Google Business Profile (GBP), anteriormente Google My Business, es una herramienta esencial para los hoteleros, que ofrece una gestión completa de tu presencia en línea en las plataformas de Google, en particular el motor de búsqueda (incluido Google Ads) y Google Maps. Crear un perfil GBP es un pilar de tu estrategia: **más de la mitad de las interacciones con el perfil GBP generan visitas al sitio web** (The Media Captain 2023), y más del 5 % de las visitas conducen a conversiones (Search Engine Journal, 2019).



Por ejemplo, cuando un usuario busca hoteles en París en Google, los resultados proceden de los listados de GBP de París. Si tu establecimiento aparece en la lista, se mostrará directamente al usuario, para darle **acceso inmediato a información relevante sobre tu hotel**, como la **ubicación, los horarios de apertura, los servicios** ofrecidos y las opiniones de los huéspedes, sin necesidad de visitar el sitio web. Esta práctica ya es habitual, dado que el 64 % de los consumidores buscan los datos de contacto de una empresa en su página de perfil de empresa de Google (The Media Captain, 2023). De este modo, el anuncio en GBP funciona como un escaparate digital que influye directamente en las decisiones de los viajeros.

Al mismo tiempo, la creación de una cuenta GBP te permite gestionar y responder a las opiniones de los huéspedes en tiempo real. Esta función representa una oportunidad única para tener interacciones positivas con los huéspedes, resolver rápidamente cualquier problema y demostrar un compromiso permanente con la satisfacción del huésped.

A continuación te explicamos cómo crear tu **perfil de Google Business** para tu hotel en 3 pasos sencillos:



Asegúrate de tener una cuenta de Gmail, de lo contrario no podrás crear ni gestionar tu cuenta de GBP.

STEP 1



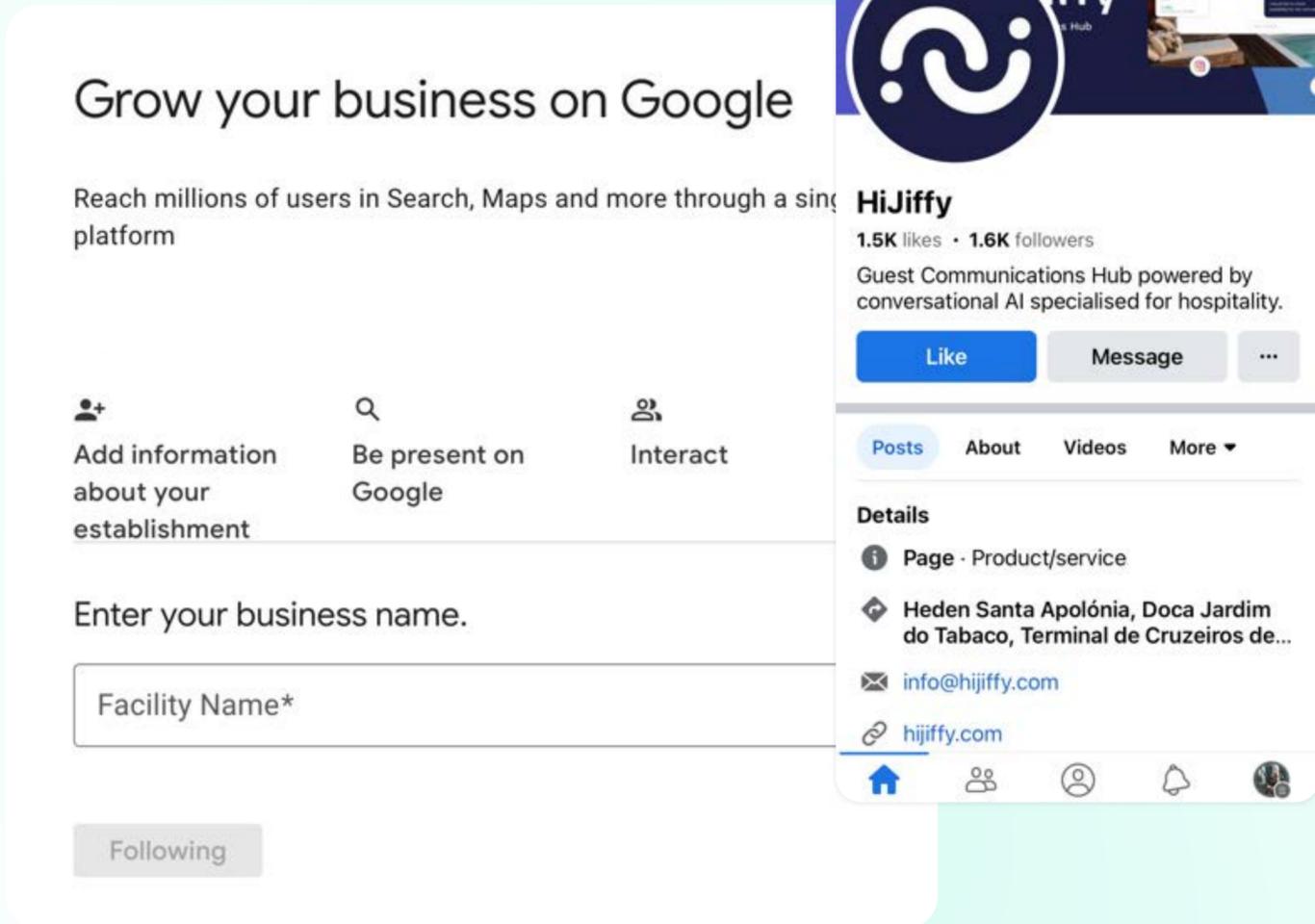
Ve a [Google Business Profile](#).

STEP 2



Completa el nombre y los datos de tu establecimiento.

STEP 3



Para completar el anuncio, debes introducir una categoría principal (hotel), la dirección y el número de teléfono del establecimiento. Una vez creada la ficha de empresa, debes solicitar la validación de Google para que se muestre correctamente en la **búsqueda y en Google Maps**.

Sin embargo, no basta con tener un establecimiento en Google: el desafío es optimizarlo para que aparezca en los primeros resultados de búsqueda y duplicar así la tasa de interacción. **De hecho, la tasa de clics (CTR, Click Through Rate en inglés) de una página optimizada es 2 veces superior a la media** (Geolid, 2023). Varios criterios, como la información facilitada, el grado de exhaustividad, las valoraciones y el volumen de reseñas, influyen en el posicionamiento de una ficha de GBP.

Un análisis en profundidad realizado en 2023 por Geolid, que abarca más de 1500 perfiles de GBP en **15 industrias diferentes**, revela que la hotelería es el sector que tiene menos registros completos, ya que ninguno alcanza el 100 %. Al invertir en un listado completo, tu establecimiento se destacará entre la competencia. El estudio también revela que la hotelería es el segundo sector con más valoraciones. Combinar una ficha GBP completa y optimizada con un volumen considerable de opiniones de huéspedes puede asegurar que Google otorga a tu hotel un perfil destacado.

✔ Lista de verificaciones para una cuenta de hotel de Google Business Profile completa y optimizada:

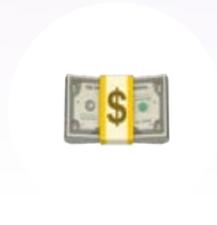
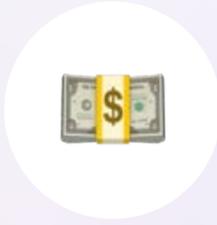
Asegúrate de que la ficha de GBP de tu hotel incluye todo lo siguiente:

- Nombre.** Este es el nombre de tu establecimiento.
- Descripción.** Añade una descripción concisa que destaque los puntos fuertes de tu hotel.
- Categoría principal y categorías secundarias.** Define cuidadosamente la categoría principal de tu establecimiento (hotel), así como las categorías secundarias para asegurar que la descripción de tu negocio sea lo más concisa posible.

- Horario de apertura.** Incluye tu horario de apertura habitual y el de los días festivos. Google aprecia mucho este detalle.
- Dirección.** Asegúrate de que tu dirección es correcta y está actualizada.
- Servicios y descripciones.** Describe detalladamente los servicios que ofrece tu hotel.
- FAQ.** Aprovecha la sección de preguntas y respuestas para anticiparte a las preguntas más frecuentes de tus futuros huéspedes.

- Funciones de mensajería.** Activa las funcionalidades de mensajería para facilitar la comunicación con tus huéspedes.
- Servicios adicionales.** Especifica todos tus servicios adicionales como la accesibilidad para sillas de ruedas, el aparcamiento y los medios de pago aceptados en tu establecimiento.
- Fotos o vídeos de tu establecimiento.** Publica contenido de calidad para mejorar tu anuncio, generar confianza y aumentar la participación de los usuarios: las empresas con fotos en su anuncio reciben un 42 % más de peticiones de itinerarios y un 35 % más clics que las que no las tienen ([Thrive](#), 2021).
- Publica posts de Google** para anunciar eventos especiales, ofertas, descuentos u otros servicios destacados directamente desde Google.
- Añade enlaces a tus redes sociales** para establecer una pasarela directa a tus plataformas donde compartes tu contenido, para así reforzar tu presencia en línea.

Por último, te hacemos dos recomendaciones adicionales que te ayudarán a distinguirte de la competencia:



¿Cómo puedes
aprovechar las redes
sociales para aumentar
tus ingresos?

*¡GUARDAR
PARA LUEGO!*

Si renuevas tus redes sociales para convertirlas en un escaparate atractivo, tus potenciales clientes podrán identificarte con facilidad, así que se animarán a contactarte contigo para saber más sobre tus ofertas o incluso para reservar sus estancias. Para maximizar esta oportunidad, **cada vez más hoteleros apuestan por soluciones basadas en IA**, convirtiendo al turismo en el 5.º sector en el uso de chatbots (BotNation, 2022). Esta tendencia creciente responde a las expectativas de los viajeros, de los que - **más del 60 % es favorable a recibir asistencia de un chatbot**, ya que aprecian la comodidad que la tecnología aporta a su experiencia (PwC, 2023).

60 %
de los viajeros es favorable a recibir asistencia de un chatbot

Can you please help me with the reservation?



I would like to check availability for the next two weekends.



I need to update my reservation



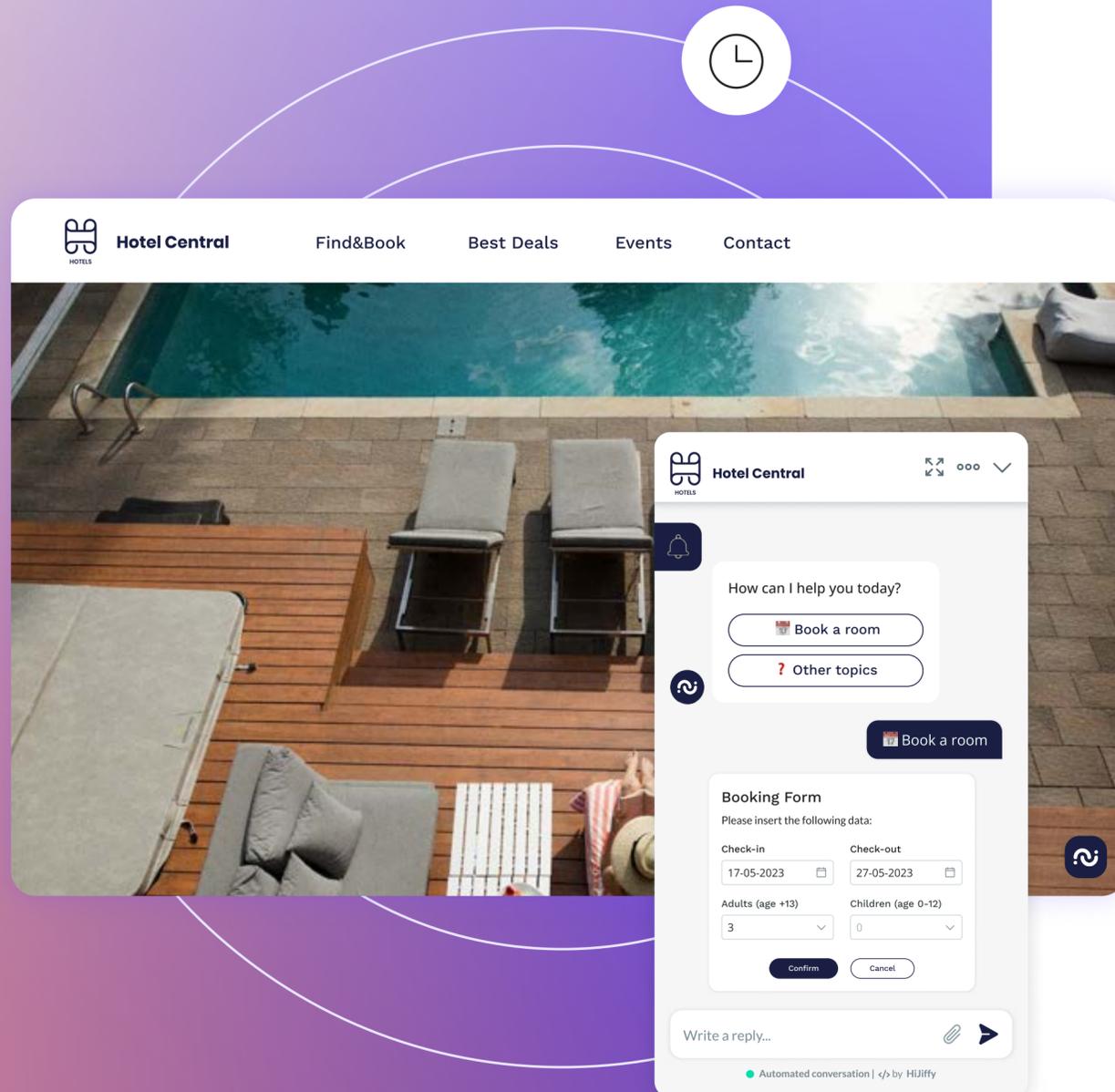
soluciones basadas en AI

Inteligencia artificial: la clave para mejorar tus ingresos en las redes sociales

El uso de la IA en la hotelaría ofrece ventajas innegables para maximizar tus beneficios. Aquí te damos dos puntos clave si quieres convertir tus redes sociales en auténticos motores de ingresos:

Interacción instantánea y personalizada con los huéspedes

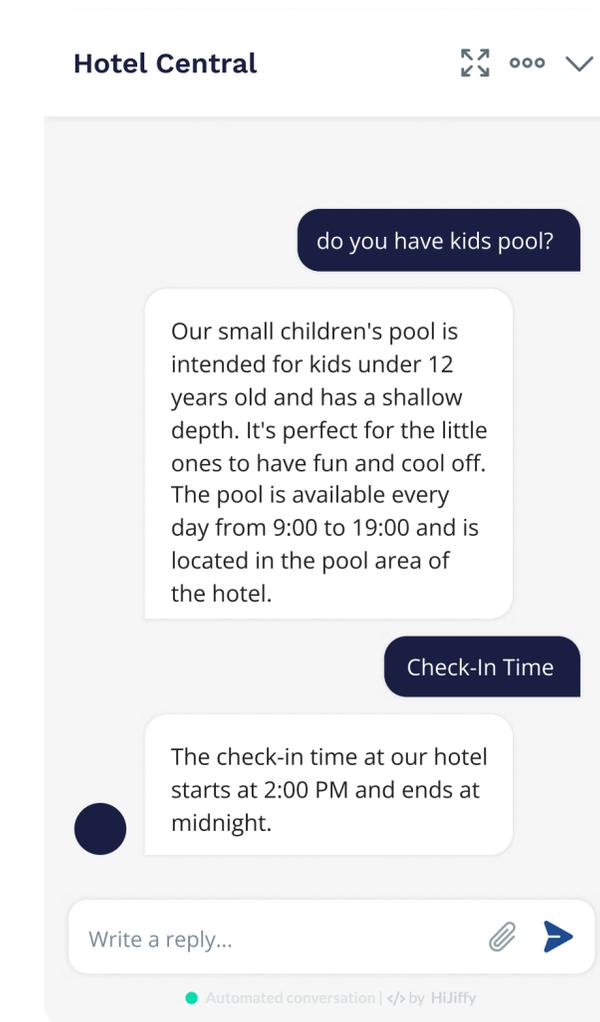
Guardar consejo



Una vez que tus redes sociales optimizadas y atractivas, hayan captado la atención de los viajeros, estos querrán saber más sobre las instalaciones, políticas y servicios especiales de tu hotel, como demuestra el [estudio de HiJiffy](#) publicado en 2023 sobre las principales preguntas de los huéspedes de hoteles. Integrar un chatbot es, por tanto, esencial para **responder a más del 80% de las peticiones de los huéspedes, de forma autónoma**, las 24 horas del día, 7 días de la semana. Puedes aplicar estos potentes chatbots no solo en el sitio web de tu hotel, sino también en tus redes sociales, como Facebook Messenger, Instagram, Google Business Profile y otras plataformas de mensajería.

Además, los chatbots desempeñan un papel clave en la **recopilación de datos de los huéspedes de forma rápida y eficaz**. Esta función no solo nos permite responder proactivamente a las necesidades de los huéspedes, sino también ofrecerles recomendaciones personalizadas en función de sus preferencias. Si mantienes el interés de los huéspedes mediante interacciones relevantes, las posibilidades de conversión a una reserva aumentan considerablemente.

Elige una solución que **centralice todas las interacciones con los huéspedes en una bandeja de entrada omnicanal**. Este concepto simplifica radicalmente el proceso, eliminando la necesidad de hacer malabarismos con distintas plataformas para satisfacer las peticiones de los huéspedes. El resultado: menos carga de trabajo para tu personal, una gestión más eficaz de las peticiones y una respuesta rápida y coherente, todo ello desde una única plataforma.



Simplifica el proceso de reserva y aumenta la conversión

Guardar consejo



Una vez tus futuros huéspedes tengan sus respuestas, facilítales el proceso de reserva ofreciéndoles la opción de **reservar directamente a través de las redes sociales que utilizan**. Según datos de WebFX, más de la mitad de los hoteles han adoptado un motor de reservas o un *widget* en su página de Facebook para simplificar el proceso de reserva. Esta estrategia elimina la necesidad de pasar por otras interfaces, como el sitio web, para finalizar una reserva, lo que se traduce en una mejora significativa de la tasa de conversión y, en consecuencia, de las ventas.

Lo ideal es emplear una solución basada en IA que se integre fácilmente con tu **motor de reservas y PMS**. esto permitirá mostrar eficazmente la disponibilidad y las tarifas de tus habitaciones. La solución de HiJiffy se integra perfectametente con los principales software hoteleros del mercado, simplificando la implementación del chatbot en tus redes sociales.



¿Cómo puedes integrar fácilmente un chatbot en el sistema de mensajería de Facebook de tu hotel?

Conecta el Facebook Messenger de tu establecimiento a la solución omnicanal de HiJiffy. El chatbot responderá automáticamente a las preguntas de los futuros huéspedes y tus agentes podrán gestionar las conversaciones desde una plataforma centralizada: la consola HiJiffy.

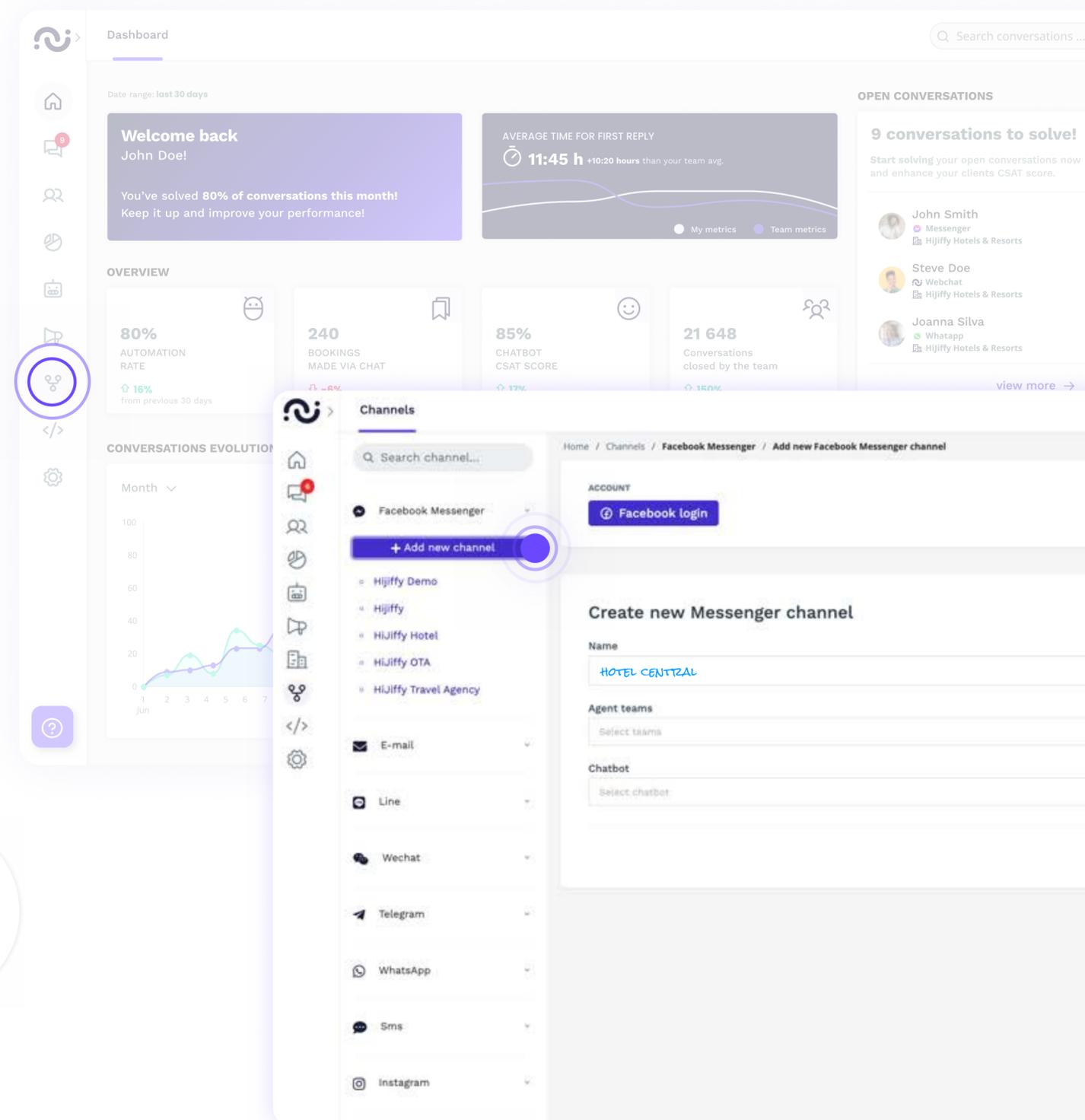
Sigue este procedimiento sencillo para integrar tu sistema de mensajería de Facebook en la Consola:



1. Accede a la consola y selecciona el menú **«Canales»** a la izquierda.
2. Selecciona el canal **«Facebook Messenger»** y haz clic en «+ Añadir un nuevo canal».
3. Accede a tu cuenta de Facebook. Para esto, debes ser el administrador de la página de Facebook.
4. **Selecciona las páginas** de Facebook que deseas añadir a la Consola.
5. También puedes seleccionar páginas de Instagram para simplificar la administración en el futuro. Para esto, asegúrate de que tu cuenta de Instagram es del tipo “profesional” y de que está vinculada a tu página de Facebook para poder seleccionarla.
6. Selecciona la página de **Facebook a la que deseas conectarte** y haz clic en «Conectar».
7. Cada página se trata como un nuevo canal. **Indica el nombre del canal**, selecciona los equipos que tendrán acceso, el chatbot y las propiedades asociadas al canal.
8. **Guarda los cambios.**
9. Repite este proceso para las demás páginas.



Para más información, pulsa [aquí](#) o contacta con tu Customer Success Manager.



¿Cómo integrar fácilmente un chatbot en la cuenta de Instagram de tu hotel?

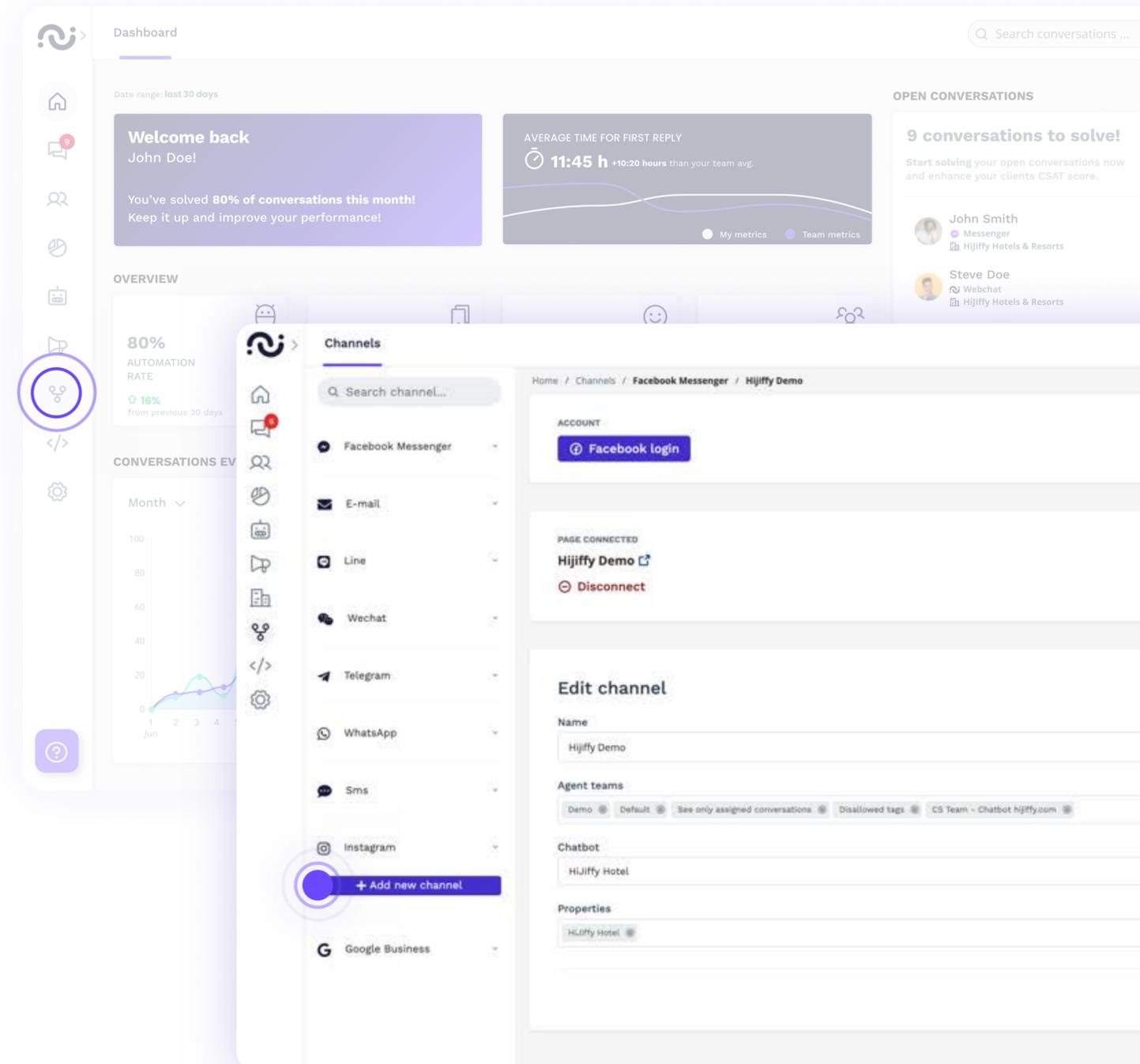
Optimiza la gestión de tu hotel en Instagram de manera sencilla activando un chatbot. Al integrar esta red social en la consola HiJiffy, el chatbot puede responder automáticamente a las preguntas más frecuentes de los huéspedes. Si es necesario, se pueden transferir las conversaciones a la bandeja de entrada de la Consola para que tu equipo las procese. Puedes añadir varias cuentas de Instagram, lo que es ideal si tienes varias propiedades con diferentes cuentas.

Sigue estos sencillos pasos para integrar la cuenta de Instagram de tu hotel en la consola HiJiffy:

Instagram

1. Accede a la consola y selecciona el menú **«Canales»** a la izquierda.
2. Selecciona el canal **«Instagram»** y haz clic en **«+ Añadir un nuevo canal»**.
3. Si tu página de Facebook ya está conectada, solo tienes que elegir la cuenta de Instagram. Si no es así, inicia sesión primero con tu **cuenta de Facebook Business**.
4. Selecciona las páginas de Instagram en las que deseas instalar el chatbot y haz **clic en «Instalar»**.
5. **Selecciona los equipos que estarán autorizados** a ver los mensajes en este canal, el chatbot y las propiedades que se muestran en este canal.
6. Guarda los **cambios**.

Para más información, pulsa [aquí](#) o contacta con tu Customer Success Manager.



¿Cómo puedes integrar fácilmente un chatbot en la cuenta de **Google Business Profile** de tu hotel?

Aunque el proceso es sencillo, a diferencia de Facebook Messenger e Instagram **necesitarás la ayuda de tu Customer Success Manager**.

Estos son los pasos que debes seguir para conectar tu cuenta de Google Business Profile a la consola HiJiffy:



1. Asegúrate de tener una cuenta de **Google Business Profile account**. Si no es así, sigue los pasos para crear tu ficha de empresa en la sección capítulo titulado «Cómo crear tu Google Business Profile para tu hotel en 3 sencillos pasos».
2. **Activa el canal de mensajes en tu cuenta GBP** seleccionando el menú «Mensajes» y haciendo clic en «**Activar mensajes**».
3. Una vez que el Equipo de Customer Success haya iniciado el proceso de configuración, **recibirás dos e-mails distintos**:
 - **el primero** contiene una clave de seguridad que deberás utilizar para responder al segundo e-mail. No respondas a este e-mail, solo tiene fines informativos.

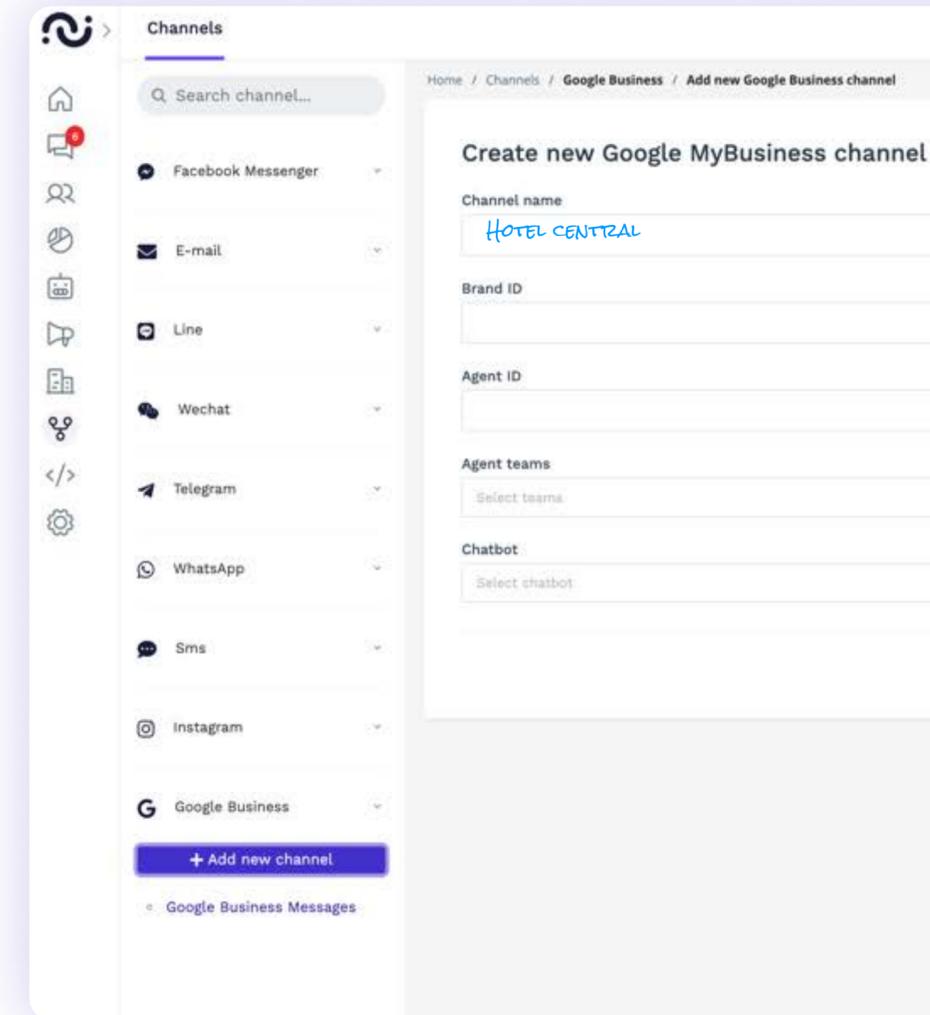


Asegúrate de que la dirección de e-mail que utilizas para recibir estos dos mensajes contiene el nombre de dominio de tu hotel o grupo. De lo contrario, Google no lo validará. Esta dirección se utiliza específicamente para enviar e-mails de verificación y Google no la emplea para ningún otro propósito. Para más información, pulsa [aquí](#) o contacta con tu Customer Success Manager.

- **el segundo e-mail** te pide tu autorización. Responde a bm-support@google.com siguiendo el modelo que figura a continuación y añade la clave de seguridad recibida en el primer e-mail:

«I, [name of brand employee] and [title of employee], grant [messaging_partner_name] the right to send Business Messages using the information specified in this email. Security key: [Google-provided security key from separate email]”».

4. Después de terminar el procedimiento de verificación del hotel por Google, te informaremos de que la conexión está activa.



Fuentes y lectura complementaria

Fuentes

BDM, 2023. Chiffres réseaux sociaux – 2023.

<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

BotNation. 2022. À qui et à quoi servent les chatbots ?

Notre réponse secteur par secteur.

<https://botnation.ai/site/fr/usages-chatbots/>

Digimind. 2023. Facebook les chiffres essentiels en 2023 en France et dans le Monde.

<https://blog.digimind.com/fr/agences/facebook-chiffres-essentiels>

Digimind. 2023. Instagram, les chiffres incontournables en 2023 en France et dans le monde.

<https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde>

Geolid. 2023. Étude Google My Business : Chiffres clés et tendances en 2023.

<https://lp.geolid.com/etude-google-my-business-chiffres-cles-et-tendances-2023>

Jemsu. 2023. How to Use Location Tags on Instagram to Boost Your 2023 Visibility.

<https://jemsu.com/how-to-use-location-tags-on-instagram-to-boost-your-2023-visibility/>

Kolsquare. 2023. L'influence marketing dans l'industrie du voyage en 2023.

<https://go.kolsquare.com/fr-fr/influence-marketing-dans-industrie-du-voyage-en-2023#download-assets>

Nosto. 2019. 5 Statistics That Prove Social Media Will Influence Your Next Travel Destination.

<https://www.nosto.com/blog/social-media-influence-travel-decisions/>

PwC. 2023. Holiday Outlook Trends 2023.

<https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/2023-holiday-outlook-trends.html>

Search Engine Journal. 5% of Google My Business Listing Views Result in a Customer Action.

<https://www.searchenginejournal.com/5-of-google-my-business-listing-views-result-in-a-customer-action/316723/>

Sprout Social. 2023. Instagram statistics you need to know for 2023. <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>

The Media Captain, 2023. 30 Google Business Profile Stats and Facts.

<https://www.themediacaptain.com/25-google-business-profile-stats/>

Thrive Agency, 2021. Google My Business Statistics You Should Know in 2021.

<https://thriveagency.com/news/google-my-business-statistics-you-should-know-in-2021/>

Travel Research Online. 2023. The Impact of Social Media on Travel: Uncovering the Statistics.

<https://www.travelresearchonline.com/blog/index.php/2023/02/the-impact-of-social-media-on-travel-uncovering-the-statistics/#:~:text=Social%20media%20plays%20a%20significant,97%25%20of%20Millennials%20doing%20so.>

WebFX. 2023. Social Media, Mobile, and Travel: Like, Tweet, and Share Your Way Across the Globe.

<https://www.webfx.com/blog/social-media/social-media-mobile-travel/>

Más información

HiJiffy. 2023. Lo que los Huéspedes de Hoteles realmente quieren saber: las 50 preguntas más frecuentes en el verano de 2023

[Informe gratuito]

<https://www.hijiffy.com/es/recursos/e-books/50-preguntas-mas-frecuentes-huespedes-hoteles>

HiJiffy. 2023. IA conversacional en hoteles: Cómo transformar el recorrido completo de tus huéspedes [E-Book gratuito]

<https://www.hijiffy.com/es/recursos/e-books/ia-conversacional-hoteles-transformar-recorrido-huespedes>

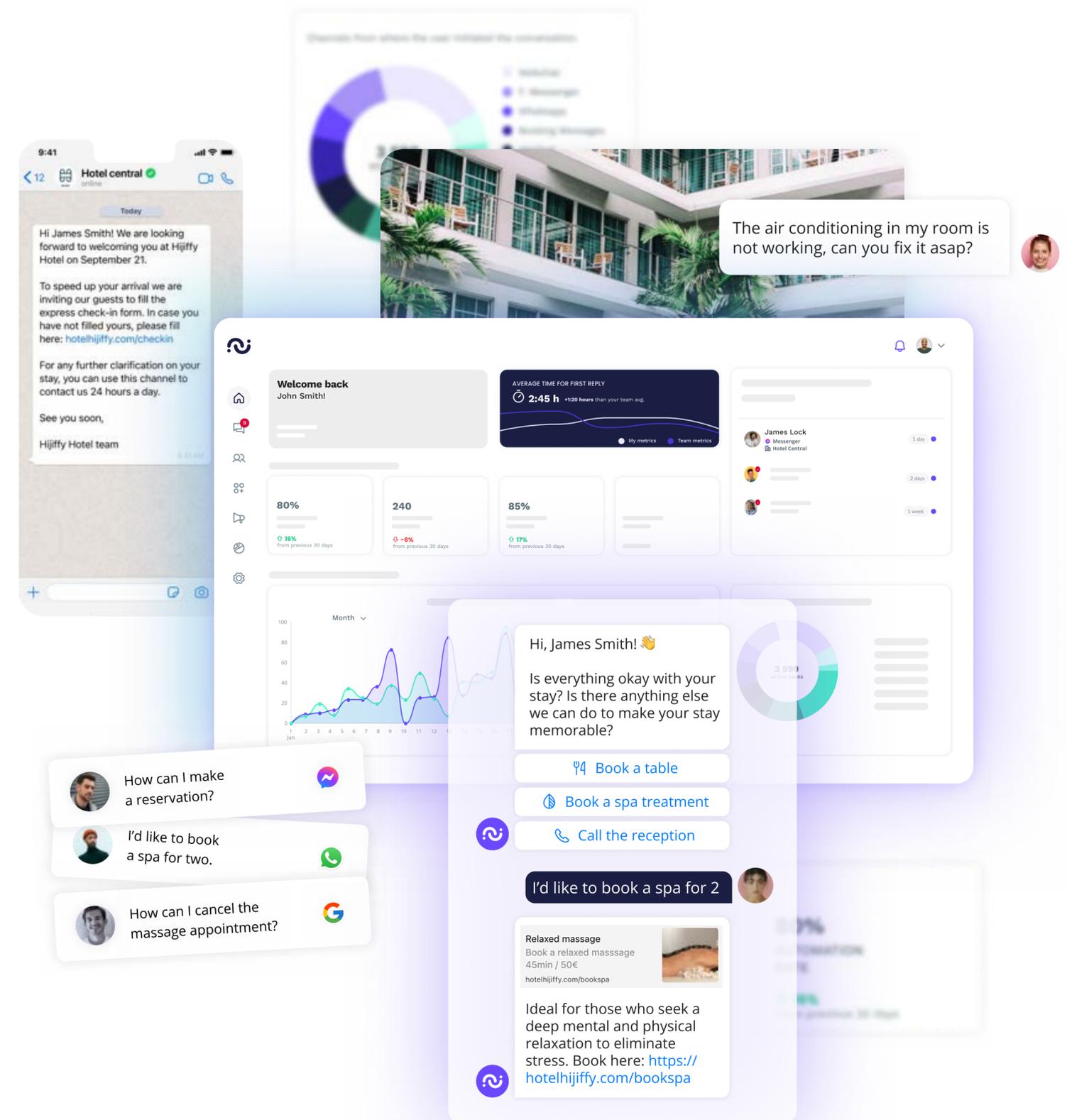
HiJiffy. 2022. La inteligencia artificial conversacional

<https://www.hijiffy.com/es/recursos/articulos/inteligencia-artificial-conversacional-tendencia-en-la-hoteleria>

Sobre HiJiffy

HiJiffy se fundó en 2016 con la misión de **desarrollar la IA conversacional más avanzada para la hotelería**. Para obtener la conexión perfecta entre los hoteles y sus huéspedes, HiJiffy creó la potente **Plataforma de Comunicación para Huéspedes**.

HiJiffy usa su IA patentada, **Aplysia**, a lo largo de todo el recorrido del huésped, para **aumentar los ingresos** de los hoteleros derivados de reservas directas y ventas dirigidas, **automatizando a la vez las tareas repetitivas** para reducir los costes operativos y mitigar la escasez de personal.



I need to update my reservation

Seamless integrations

- GUESTCENTRIC ROIBACK
- MEWS EXPERIENCE
- Host planet
- Guestline sequoiasoft

50+ integrations

Hi, I'm in room 456, and I would like to have a king-size bed please.

こんにちは、456号室にいます。キングサイズのベッドをお願いします

9:41

Hotel central online

express check-in form. In case you have not filled it, please fill it here: hotelhijiffy.com/checkin

For any further clarification on your stay, you can use this channel to contact us 24 hours a day.

See you soon,

Hijiffy Hotel team

0:17 9:41 AM ✓

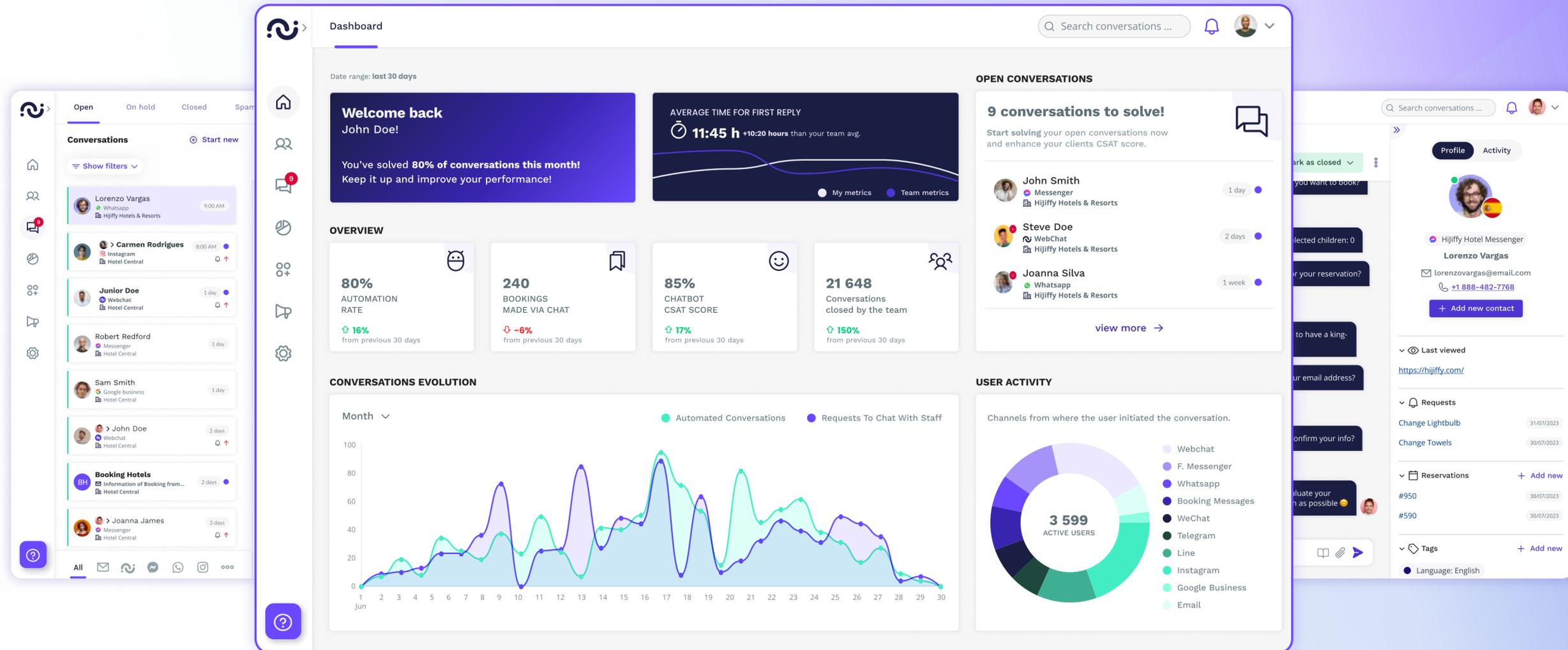
0:17 9:41 AM ✓

0:25 9:50 AM ✓

0:17 9:51 AM ✓

En 2024, más de 1800 hoteles en más de 50 países han redefinido sus comunicaciones con sus huéspedes con la solución omnicanal de HiJiffy con innovaciones tecnológicas de vanguardia como IA de autoaprendizaje, análisis de sentimientos, asistencia de voz, GPT-4 y más.

La experiencia del huésped gestionada desde un solo lugar



Centraliza, automatiza y mide tu atención al cliente y tu comunicación en una única y potente plataforma.

Contacta con nosotros

info@hijiffy.com

+351 21 123 0217

hijiffy.com



[Hotel Tech Report](#)

[#workatHiJiffy](#)

[Solicita una demo](#)