AI Hospitality

Insider

Primera Edición — **abril de 2024**

HiJiffy

Contenido

03
Editorial

Perspectivas de Tiago Araújo, CEO de HiJiffy 03

04
Caso de Éxito

Cómo la IA Transformó el Grupo Lamington 04

08
El Poder de la IA en la Hostelería

Potenciar en lugar de reemplazar a tu equipo 09

Utilizar la IA para la gestión de reservas 11

13
Cómo Empezar a Usar la IA

Seleccionando la mejor solución de IA para tu hotel 14

Una guía paso a paso para implementar herramientas de IA 16

18
La Mejor Solución de IA para Tu Hotel

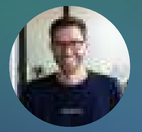
Soluciones Especializadas VS Soluciones Genéricas 19

Explorando las últimas Funcionalidades e Innovaciones de HiJiffy 24

25
Dossier

La Guía de Redes Sociales para la Hostelería: cómo potenciar la presencia de tu hotel e incrementar tus ingresos 26

Queridos lectores, queridas lectoras,



Tiago Araújo
CEO de HiJiffy

Es un placer presentarles nuestra primera edición de **AI Hospitality Insider**, un informe detallado que explora las últimas tendencias e innovaciones que están transformando nuestra industria.

Una aspecto clave de nuestro recorrido con HiJiffy ha sido integrar los elementos tradicionales de la hospitalidad con la tecnología. Creemos que la esencia de la hospitalidad radica en la personalización y la conexión humana. Nuestro enfoque ha sido potenciar, en lugar de reemplazarlos, estos elementos tradicionales. Por eso, esta edición de AI Hospitality Insider está dedicada al tema de la **inteligencia artificial en la Hospitalidad**.

Incluimos un **caso de estudio convincente sobre un cliente de HiJiffy** que muestra el poder transformador de la IA en una situación real. Con una impresionante **tasa de automatización del 97%** en conversaciones y una excepcional calificación de **satisfacción del cliente del 87%**, los resultados son claramente visibles a través de las innovadoras iniciativas del Grupo Lamington.

Además, abordamos cómo **equilibrar la tecnología y el contacto humano** asegurando que nuestras soluciones impulsadas por IA complementen, en lugar de suplantar, la interacción humana, y cómo **permiten al personal del hotel centrarse en** interacciones más personalizadas con los huéspedes. Este artículo te ayudará a **seleccionar la solución de IA ideal para tu hotel** y a **garantizar una integración y adaptación fluida para tu equipo.**

Analizamos qué soluciones de **IA especializadas o generativas** se adaptan mejor a tus necesidades específicas. Esta publicación también ofrece orientación práctica sobre cómo los hoteles pueden aprovechar eficazmente los **canales de redes sociales**, y adaptar sus estrategias a las necesidades de los viajeros modernos.

Para obtener una visión más detallada del **producto HiJiffy** y comprender los beneficios que puedes recibir de nuestra consola, te presentamos sus **principales características y ventajas.**

Te invitamos a explorar estas páginas y a descubrir el potencial de la IA.

Espero que disfruten la lectura,
Tiago Araújo

Caso de Éxito

Avance

Para compreender a fondo la calidad y eficacia de un producto o solución, es crucial observarlo en acción. En nuestro próximo caso de estudio, podrás observar cómo la teoría se materializa en la práctica. Con una impresionante tasa de automatización del 93% en conversaciones y campañas de WhatsApp y una tasa de apertura del 87 %, el Grupo Lamington demuestra el potencial de la inteligencia artificial conversacional. Descubre cómo HiJiffy puede ayudarte alcanzar resultados similares.

Lamington Group

Cómo el Lamington Group logró una automatización del 93 % y una puntuación CSAT del 87 % con la IA conversacional.

Lee el caso de éxito completo ↗

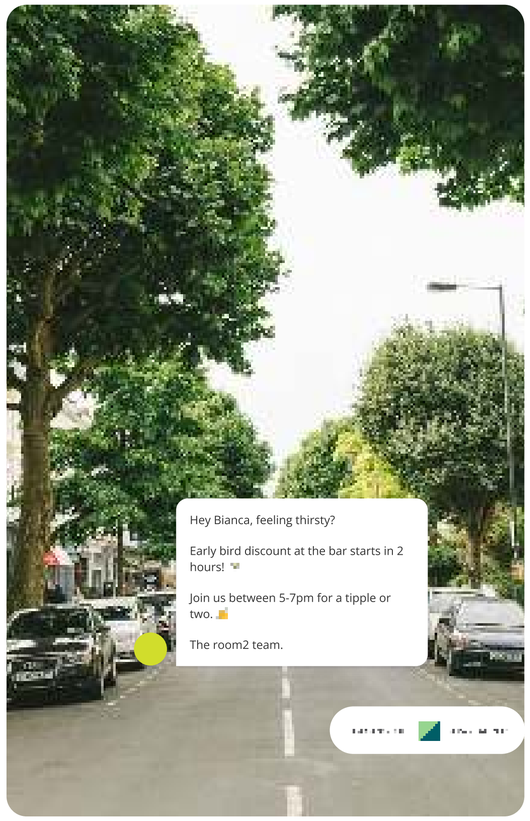
HiJiffy

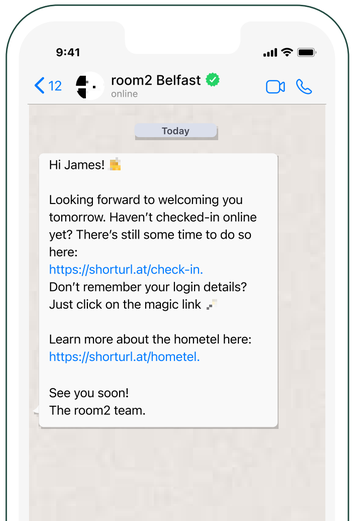
Caso de Éxito

Grupo Lamington

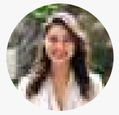
Este caso de estudio ilustra el éxito del Grupo Lamington al implementar la solución de HiJiffy en sus **cuatro hoteles Room2**, así como en sus **apartamentos con servicios**. La marca comenzó con un modelo híbrido (automatización parcial) en una de sus propiedades. Gracias a la rápida confianza que el equipo depositó en la precisión y eficiencia de la IA conversacional, se optó por una automatización completa y se extendió el uso de la solución a todas sus propiedades.

Cómo el Grupo Lamington logró una **automatización del 93 %** y una puntuación **CSAT del 87 %** com la IA conversacional





> “En la hotelería, nunca se puede eliminar el elemento del huésped, el toque humano. Eso suele causarnos reticencia hacia la IA en la hotelería. Sin embargo, deberíamos verla como una extensión de su equipo, una herramienta para apoyarlo en tareas repetitivas. Puede asumir esas tareas y así dejar que el equipo brille en lo que realmente es su especialidad: mejorar la experiencia de los huéspedes.”



Alicia van Wyk
directora de Proyectos de marketing en el Lamington Group

El Cliente: Lamington Group

Lamington Group es una empresa familiar que gestiona un grupo de marcas, entre las que se incluyen Room2, una colección de hoteles hogareños ecológicos que combinan las comodidades y la flexibilidad de un hogar con la seguridad y los servicios de un hotel; Lamington Apartments, un catálogo de **apartamentos con servicios** y Missionworks, **una marca de coworking brand**. El compromiso del grupo con las prácticas sostenibles desde el punto de vista medioambiental ha sido reconocido con el **certificado de empresa B-Cert.**

Caso de Éxito

Los Desafíos

Para la marca, también era importante trabajar con una solución específicamente diseñada para el sector hotelero y con una empresa que conozca a fondo el sector y que se guíe por la innovación.

Mejorar la experiencia del huésped

Optimizar los canales digitales de comunicación más allá de la web, así como implementar una guía automatizada de sus instalaciones y servicios.

Automatizar la comunicación con los huéspedes

Conseguir una automatización eficaz y fluida, desde la respuesta a preguntas antes de la estancia hasta el fomento de más reservas directas y la gestión de solicitudes durante la estancia.

Mejorar el check-in y check-out online

Con el fin de optimizar aún más la experiencia de los huéspedes y reducir la carga de trabajo del equipo.

Las Soluciones

- Responder a preguntas frecuentes (FAQ)
- Conversión de reservas directas
- Campañas de check-in en línea a través de WhatsApp
- Incremento de ingresos mediante cross-selling
- Promoción de la inscripción en programas de loyalty
- Envío de campañas de check-out

Caso de Éxito

Los Resultados

93 %
Tasa de Automatización

87 %
Tasa de apertura

87 %
Puntuación CSAT

"El porcentaje de **automatización de las conversaciones supera el 93 %.** Durante los primeros meses tras implementar la solución, el **9.3 % de las reservas directas** realizadas en el sitio web se lograron gracias a la inteligencia artificial conversacional del chatbot.

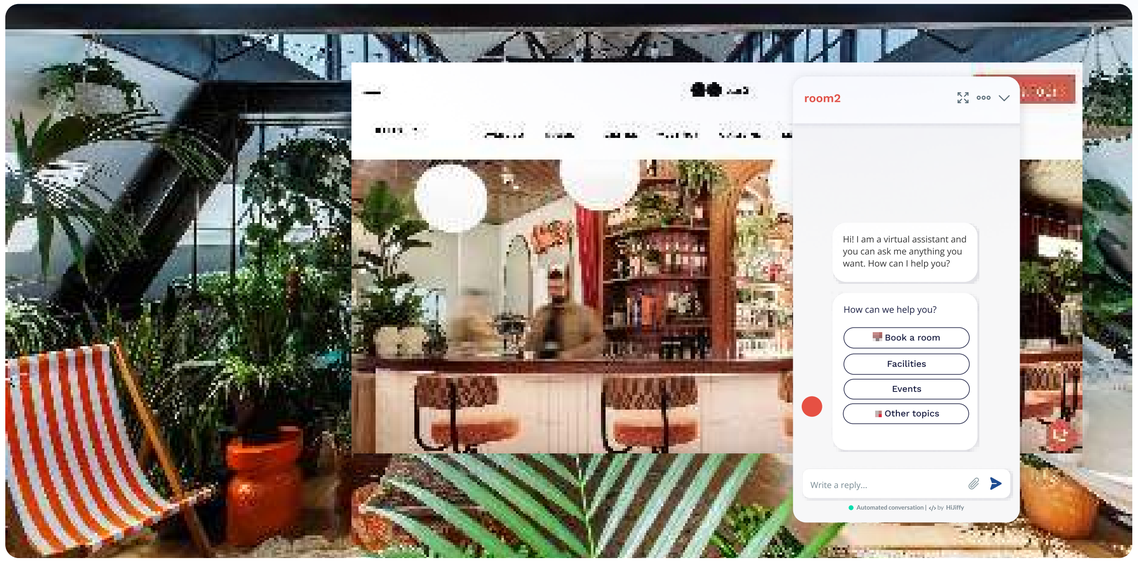
Campañas de WhatsApp eficientes con una tasa de apertura del 87 %

Lamington Group notó un impacto positivo de las campañas automatizadas de WhatsApp en el número de check-ins online y las suscripciones a programas de fidelización.

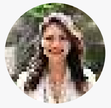
Liberando al equipo de tareas repetitivas y alcanzando una puntuación de CSAT del 87 %.

Tras proporcionar a la IA información específica sobre los servicios y comodidades de las propiedades de Lamington Group, el equipo se pasó de un modelo híbrido a uno totalmente automatizado.

Lee el caso de éxito completo ↗



«El proceso de implementación fue excelente. Supervisamos las conversaciones, dado que el chatbot solo conoce las respuestas correctas a las preguntas frecuentes que le suministramos. Fue un proceso importante que contribuyó a la puntuación CSAT elevada y también a que el equipo adoptara la solución automatizada.»



Alicia van Wyk
directora de Proyectos de marketing en el Lamington Group

«Sin duda, la herramienta ha reducido el número de mensajes que los equipos recibían diariamente, y gracias a la IA, mis equipos pueden concentrarse más fácilmente en sus tareas principales. Ahora que el chatbot/IA lleva a cabo el trabajo por ellos, también ha generado ingresos para nosotros sin suponer un trabajo adicional. En general, estamos adoptando este cambio y esperamos con ilusión el futuro.»

Will Calter
Director General del conglomerado de Lamington Group

Avance

En los últimos años, la inteligencia artificial ha generado impactos significativos, especialmente mediante la automatización de procesos. A pesar de cierto escepticismo, especialmente en torno a la pérdida de empleos, la IA puede ser una herramienta extremadamente valiosa en la industria hotelera. Esta tecnología puede aligerar la carga de trabajo del personal, permitiéndoles concentrarse en tareas más importantes. Además, la IA se ha convertido en un recurso crucial, especialmente durante períodos de escasez de personal. Descubre cómo la IA puede mejorar diversas áreas de la industria hotelera y cómo puede apoyar de manera específica a los equipos de reservas y back-office.

La relevancia de la IA en la industria hotelera: refuerza tu equipo, no lo sustituye

Lee el artículo completo ↗

Escasez de mano de obra en la hostelería: cómo la IA minimiza los desafíos de la gestión de reservas

Lee el artículo completo ↗

HiJiffy

La relevancia de la IA en la industria hotelera: refuerza tu equipo, no lo sustituye

¿Alguna vez has temido que la IA (inteligencia artificial) te quite el trabajo? Si es así, ¡tenemos buenas noticias para ti! En este artículo, te mostramos cómo utilizar la IA en el sector hotelero como herramienta para que puedas focalizarte en los aspectos importantes de tu trabajo y mejorar tu organización, no para reemplazarte!

El uso adecuado convierte a la IA en una herramienta poderosa y eficiente

La integración de la IA en los hoteles crea una dinámica compleja que afecta a todos los niveles de resultados y experiencias laborales. Con la implantación de estas tecnologías, se automatizan ciertas tareas que antes realizaban personas, lo que no solo tiene el potencial de aumentar la eficiencia, sino también de mejorar la **calidad del trabajo de los empleados**.

Conserje digital: optimización de la gestión laboral

"El uso de un conserje digital, como un chatbot que gestiona de forma independiente las consultas de los huéspedes 24/7, no solo representa un mejor uso de los recursos, sino que también **incrementa la satisfacción y la fidelidad de los huéspedes** al responder con rapidez y precisión a sus peticiones.

En la temporada de verano de 2023 (de junio a agosto), la IA de HiJiffy procesó 1,707,204 conversaciones de forma independiente. Sin la IA, habría sido el personal quien habría tenido que atender esta cantidad ingente de interacciones, lo que habría requerido mucho tiempo y recursos.

El poder de la IA

Aumento de ventas y mejora de la experiencia de los huéspedes

Para los posibles huéspedes, planear las vacaciones perfectas puede ser todo un desafío, especialmente ante la avalancha de información actual. **Responder a sus preguntas con rapidez y detalle** puede ser decisivo entre concretar una reserva satisfactoria y perder una oportunidad. En este contexto, la inteligencia artificial se convierte en un aliado clave, ya que no solo ofrece respuestas rápidas a las consultas, sino que también adapta sus respuestas a las necesidades individuales. Al ofrecer un proceso de reserva directa mediante IA, los hoteles no solo pueden mejorar la experiencia de los huéspedes, sino **también incrementar significativamente sus beneficios**.

Además, la aplicación de la IA en la hotelería genera nuevas oportunidades para **campañas de marketing personalizadas**, contribuyendo a la retención de huéspedes. Es posible enviar mensajes de bienvenida automatizados con ofertas específicas para el upselling y cross-selling, mejorando el valor de las reservas. Asimismo, la integración de los huéspedes en programas de fidelización mediante IA fomenta una mayor lealtad y los incentiva a regresar.

Datos para la personalización: anticiparse a las necesidades antes de que se manifiesten

La IA ofrece la oportunidad de **procesar datos más rápidamente y reconocer patrones** que pueden ser inadvertidos para los humanos. Esta tecnología puede ayudar a analizar el comportamiento y las preferencias de los huéspedes y ofrecer recomendaciones y servicios personalizados. Al procesar grandes cantidades de datos, de los huéspedes, es posible personalizar su experiencia y satisfacer sus deseos antes de que los expresen. Sin embargo, en última instancia, es el equipo humano quien proporciona estas experiencias personalizadas con calidez y atención dedicada. En un estudio de Oracle con predicciones sobre el sector hotelero hasta 2025, el 47 % de los consumidores afirma que las promociones basadas en IA y en compras anteriores mejorarían significativamente su experiencia de compra.

Una solución adaptada a ti y a tu hotel.

El uso estratégico de la inteligencia artificial para **complementar las capacidades humanas facilita una colaboración efectiva**. Un uso ético y transparente de la IA puede ofrecer grandes ventajas a tu hotel, sin pretender sustituir al factor humano. Esta tecnología puede asumir las tareas repetitivas y monótonas para liberar a los empleados y permitirles dedicarse más a la interacción creativa y personal.

Lee el artículo completo ↗

La plataforma de Comunicación para Huéspedes de HiJiffy ilustra perfectamente la estrategia de optimizar el uso de la IA en la hotelería. Esta herramienta se ha diseñado para **asistir a los hoteleros en la gestión de tareas repetitivas y brinda diversas ventajas a través del uso de IA conversacional.**

Escasez de mano de obra en la hostelería: cómo la IA minimiza los desafíos de la gestión de reservas

El departamento de gestión de reservas es, tal como su nombre lo indica, el encargado de manejar las solicitudes de reserva en los hoteles. Juega un papel crucial en **maximizar la tasa de ocupación del establecimiento y generar ingresos** a través de reservas directas. Si el servicio de reservas no es eficiente, estas son algunas de las posibles consecuencias:

01 Un servicio al huésped mediocre

02 Pérdida de ingresos

03 Sobrecarga de trabajo y falta de eficiencia operativa

En definitiva, la falta de personal en el departamento de reservas de tu hotel puede tener consecuencias graves y afectar tanto al funcionamiento del equipo, como la satisfacción del huésped y en los ingresos de tu establecimiento.

¿Cómo superar estos retos mediante la inteligencia artificial?

Automatizar y optimizar el proceso de reservas.

Uno de los mayores desafíos para los equipos de reservas es manejar las solicitudes en tiempo real, especialmente durante los periodos de alta demanda. La implementación de una **solución basada en IA facilita la gestión del flujo de solicitudes**, y garantiza una atención personalizada al huésped en todo momento. **El asistente virtual HiJiffy, disponible 24/7**, puede responder en más de 130 idiomas a más del 85 % de las preguntas de los huéspedes.

Prevenir el overbooking y los errores

Al integrar una solución de IA en la gestión de reservas, se reducen los riesgos de **overbooking y reservas duplicadas**. Esto lleva a una experiencia más fluida para el huésped, menos errores, e ingresos optimizados para tu establecimiento. A fin de cuentas, el uso de la IA en la gestión de reservas te permite ofrecer un servicio de alta calidad y maximizar la rentabilidad.

Analizar los datos de los huéspedes para proporcionar un servicio personalizado.

La IA puede, por ejemplo, **sugerir habitaciones con características específicas basándose en las preferencias anteriores del huésped**, o recomendar actividades o servicios adicionales que sean de su interés. Esto permite mejorar la satisfacción del huésped, incrementando al mismo tiempo los ingresos mediante el upselling.

Gestionar de manera eficaz los cambios y cancelaciones de reservas.

El asistente virtual con IA, **disponible 24/7**, facilita la gestión de cambios en las reservas, ofreciendo asistencia rápida y eficiente a los huéspedes para satisfacer sus necesidades.

Lee el artículo completo ↗

Cómo empezar a usar la IA

Avance

¿Listo para revolucionar la comunicación de tu hotel con inteligencia artificial, pero abrumado por la cantidad de opciones? ¿O te preguntas cómo lograr que tu equipo adopte la solución elegida sin problemas? ¡No busques más! Con nuestra lista de verificación, te guiaremos hacia **la solución de IA perfecta, adaptada específicamente a las necesidades**, de tu hotel. Además, facilitaremos una **adopción sin esfuerzo y con entusiasmo por parte de tu equipo** gracias a nuestra guía paso a paso.

¿Cómo elegir la solución de IA (ideal) para tu hotel?

Lee el artículo completo ↗

Guía para que los equipos de hoteles acepten el uso de herramientas de IA

Lee el artículo completo ↗

HiJiffy

¿Cómo elegir la solución de IA (ideal) para tu hotel?

Impulsada por la pandemia y la escasez de personal, las tecnologías y la inteligencia artificial (IA) son cada vez más utilizadas en la hotelería. Según el último Hotel Technology Report el **70 % de los directores de hoteles ya utilizan herramientas tecnológicas** para automatizar parte de sus operaciones y mejorar la eficiencia de los empleados.

70 % Utilizan herramientas tecnológicas

Identificación de necesidades

Después de analizar una posible solución, podrás **comparar tus objetivos con las características ofrecidas.**

Evaluación de la integración con sistemas existentes

Después de encontrar una solución que se ajuste a tus necesidades, evalúa su compatibilidad con el software hotelero existente.

Revisión de la interfaz y facilidad de uso

Debe ser **intuitivo, fácil de usar** y mejorar la satisfacción general del huésped, a la vez que es fácil de usar para tus equipos.

Confirmación de soporte dedicado y receptivo por parte del equipo de Customer Success

Es importante que tus equipos estén formados y acompañados siempre que la usen.

Cómo empezar a usar la IA

Elige una solución que mida y analice el desempeño

Busca una solución impulsada por IA que proporcione información y métricas procesables.

Pide opiniones y comentarios de quienes te rodean

Por último, antes de tomar una decisión final, considera la posibilidad de recopilar opiniones de hoteles que ya hayan adoptado la solución que estás considerando. ¿Están satisfechos? El boca a boca es la mejor recomendación, así que no dudes en hablar con otros hoteleros sobre la solución o soluciones que te hayas planteado para entender si se ajustan a ti. Siempre puedes leer nuestros testimonios reales de clientes. También puedes hacerte una opinión a partir de plataformas de reseñas independientes como Hotel Tech Report. Si ya consultas TripAdvisor o The Fork antes de reservar un restaurante, ¿por qué no hacer lo mismo a la hora de elegir tu próximo software hotelero?

Lee el artículo completo ↗

Estamos convencidos de que HiJiffy cumple con todos los criterios. Descubre cómo nuestra solución puede adaptarse **específicamente a tu hotel en una demostración personalizada.**

Guía para que los equipos de hoteles acepten el uso de herramientas de IA

Obtén el apoyo de la alta dirección

Recursos más allá del presupuesto: Asegúrate de que la dirección está de acuerdo en que los recursos necesarios también incluyen tiempo para formación y apoyo continuo

Compromiso con la innovación: Comprende el nivel de riesgo y experimentación con el que se sienta cómoda la alta dirección para asegurarse de que cuentas con su apoyo

Apoyo visible: Pide que la solución sea defendida activamente

Define la nueva infraestructura digital

Recurrir a la familiaridad: ¿Usa tu hotel otras herramientas basadas en IA?

Reemplazo de las herramientas existentes: ¿La nueva herramienta sustituye a alguna de las existentes?

Integraciones: Verifica cómo se integrará la nueva IA con los sistemas existentes (por ejemplo, motores de reservas, PMS, CRM) y haz una demostración al equipo.

Forma a tu equipo

Una sesión de presentación: No te lances directamente a la formación. Empieza con una perspectiva más amplia y comenta el papel de la IA en la hotelería.

Dales la oportunidad de hacer preguntas: Ofrecer un espacio para plantear preocupaciones y aclarar dudas hará que el equipo se sienta más implicado.

Proporciona una formación adecuada: Asegúrate de abordar diferentes funciones y niveles de conocimiento de la tecnología.

Comparte casos de estudio: Si el proveedor de tecnología dispone de estos recursos, preséntalos al equipo para ilustrar las ventajas de la nueva herramienta

¿Tus equipos no tienen del todo claro lo de incorporar **más tecnologías a su trabajo?** ¿Los has notado escépticos hacia la aplicación de la IA en la hotelería? Este artículo ofrece una útil lista de pasos para implantar con éxito la IA en tu hotel.

Cómo empezar a usar la IA

Comparte la estrategia de lanzamiento

Programa piloto: ¿Es mejor empezar a implantar la IA en una propiedad para recoger opiniones e ir ajustándola antes de introducirla en más propiedades? ¿O prefieres lanzar la solución en todas las propiedades a la vez?

Participación activa: Asegúrate de que todo el mundo utiliza activamente las nuevas herramientas desde el primer día para ponerlas realmente a prueba y recabar rápidamente un volumen de comentarios apropiado.

Supervisión: Haz un seguimiento de las métricas clave y los indicadores clave de rendimiento (KPI).

No dejes de aprender

Reuniones con el proveedor tecnológico: Establece la conexión entre tu equipo y tu contacto de customer success. Aprende a sacar partido de las nuevas funciones y a optimizar el uso de las herramientas.

Pide ideas al equipo: Los usuarios que usan la herramienta de IA a diario pueden aportarte las ideas más valiosas para mejorar su uso actual o identificar posibles problemas.

Reconoce el esfuerzo

Recompensa y reconocimiento: expresa tu agradecimiento por el esfuerzo que ha invertido el equipo en aprender la nueva herramienta.

Lee el artículo completo

La mejor solución de IA

Avance

Una vez que hayas experimentado todos los beneficios de la inteligencia artificial y decidas integrar una solución en tu hotel, solo te quedará elegir el mejor software. Sabemos que la elección puede ser complicada, pero estamos aquí para ayudarte a revisar las principales funcionalidades, precios, integraciones y otras características del software de comunicación con huéspedes más popular. Si ya estás utilizando una solución, pero no estás seguro de si es la adecuada, también te interesará aprender sobre las diferencias entre soluciones especializadas y genéricas para asegurar la mejor experiencia para tus huéspedes.

¿Cuál es el mejor software de comunicación con los huéspedes para hoteles en 2024?
Comparación entre soluciones especializadas y soluciones genéricas populares

Lee el artículo completo ↗

Novedades del Producto :
Últimos avances de HiJiffy

Descubre las funcionalidades de HiJiffy ↗

HiJiffy

La mejor solución de IA

¿Cuál es el mejor software de comunicación con los huéspedes para hoteles en 2024? Comparación entre soluciones especializadas y soluciones genéricas populares

Descubre por qué HiJiffy es la **mejor opción** para la industria hotelera.

En este artículo, hemos llevado a cabo un análisis detallado de cinco empresas - **Zendesk, Salesforce, Intercom, Drift y HiJiffy** - incluyendo sus funcionalidades, integraciones y precios, para ver cuál se adapta mejor a tus prioridades en la comunicación con tus huéspedes.

Compatibilidad con otros canales: ¿Es una solución omnicanal?

Integración mediante suscripción externa con Octopods.

	HiJiffy	Zendesk	Salesforce	INTERCOM	DRIFT
Website chat	✓	✓	✓	✓	✓
Email	✓	✓	✓	✓	✓
SMS	✓	✓	✓	✓	✓
Whatsapp	✓	✓	✓	○+	○
Facebook Messenger	✓	✓	✓	○+	✓
Instagram	✓	✓	○	○+	○
Google Business	✓	○	○	○+	○
WeChat	✓	✓	○	○	○
LINE	✓	✓	○	○+	○
Telegram	✓	○	○	○+	○
X (antes Twitter)	○	✓	○	○+	○

La mejor solución de IA

Precios y número de usuarios: ¿Qué plan se ajusta a tu presupuesto y necesidades?

Para comparar los precios, consideremos **un equipo de 5 empleados**:

HiJiffy	🛒	De 99 a 319 €
Zendesk	🛒🛒	De 275 a 575 €
INTERCOM	🛒🛒	De 195 a 659 $
salesforce	🛒🛒🛒	De 125 a 2500 € (Paquetes de Venta)
DRIFT	🛒🛒🛒	De 2,500 $

IA generativa para la hotelería: ¿hasta qué punto es inteligente la IA?

Zendesk ha integrado funciones de IA generativa en su oferta para aligerar la carga de trabajo de los equipos encargados de gestionar solicitudes repetitivas. Las capacidades de la IA incluyen respuestas generativas a las consultas de los clientes, resumen de llamadas y la reescritura de contenidos.

Salesforce incluye IA para la automatización en todas las áreas, pero las capacidades específicas de IA generativa pueden ser limitadas. La Solución Einstein se adiciona al precio y no está especializada ni adaptada previamente para el sector hotelero.

El chatbot con inteligencia artificial de **Intercom** promete responder inmediatamente al 50 % de las preguntas mediante conversaciones en lenguaje natural, pero tiene un coste de 0,99 € por pregunta respondida.

Drift utiliza IA y el aprendizaje automático para comprender las intenciones de los clientes, mantener conversaciones significativas y recomendar respuestas optimizadas.

La IA de **HiJiffy** puede procesar automáticamente consultas, gestionar reservas directas y asistir a los huéspedes durante toda su estancia. Con más de 200 temas de preguntas frecuentes especializados en el sector hotelero, su chatbot está perfectamente preparado. La IA conversacional de HiJiffy responde al 85 % de las preguntas de los huéspedes, una cifra impresionante que se debe a nuestra experiencia y a nuestra base de datos con información específica del sector.

HiJiffy's AI

+200 temas de preguntas frecuentes

Responde al **85 %** de las preguntas de los huéspedes

La mejor solución de IA

Multipropiedad: Gestión de varias propiedades hoteleras

HiJiffy	✓
Zendesk	✗
Salesforce	✗
Intercom	✗
Drift	✗

Este atributo distingue a HiJiffy, ya que ni el chatbot del hotel ni el conserje digital se facturan por empleado
o equipo. En cambio, están diseñados para ser utilizados en múltiples propiedades hoteleras. Esto se ilustra con el ejemplo de cómo el Hotel Gran Bilbao y Kora Living utilizan nuestra solución para gestionar dos propiedades cada uno. Esta estrategia reduce costes y facilita la maximización de ingresos desde cualquier cantidad de propiedades hoteleras, permitiendo el envío de campañas personalizadas o la respuesta
a consultas específicas de cada propiedad. De esta manera, podrás delegar tu atención a otras prioridades, asegurando una gestión eficiente y enfocada.

Idiomas: 你好

HiJiffy	130+
Intercom	45
Zendesk	20
Salesforce	17
Drift	4

El chatbot de Zendesk admite más de 20 idiomas, mientras que Salesforce brinda soporte para sus bots Einstein en más de 17 idiomas, y el chatbot AI de Intercom está disponible en 45 idiomas. Respecto a los idiomas disponibles.

Drift no especifica un número concreto de idiomas compatibles con su chatbot. La información disponible
se centra más en la asistencia lingüística para correos electrónicos en inglés, alemán, español y francés.

En contraste, el chatbot de HiJiffy puede interactuar en más de 130 idiomas. Esta amplia selección de idiomas facilita el alcance a un vasto número de usuarios en todo el mundo, garantizando que los huéspedes de diferentes nacionalidades se sientan bienvenidos y atendidos de manera efectiva.

Las necesidades particulares del sector hotelero demandan una solución específica.

Nuestro análisis de proveedores indica que, mientras Zendesk, Salesforce, Intercom y Drift proporcionan una amplia gama de soluciones para diversos sectores, **HiJiffy entiende los desafíos únicos de este sector** y desarrolla funciones personalizadas para mejorar la comunicación entre los hoteles y sus huéspedes.

Lee el artículo completo ↗

La mejor solución de IA

Bienvenidos a nuestra sección de Novedades del Producto, donde presentamos los últimos avances y actualizaciones importantes de HiJiffy. Nuestro equipo de expertos en IA trabaja incansablemente en mejorar nuestra solución para garantizar que ofrecemos nada menos que excelencia para las necesidades de su hotel.

Aquí no solo descubrirás las características más innovadoras, sino que también obtendrás un entendimiento completo de la amplitud y profundidad de las capacidades que la solución de HiJiffy ofrece.

Descubre las funcionalidades de HiJiffy

Buscar Novedades del Producto...

Chatbot
Tu configuración personalizada.
Leer más

Widgets
Personaliza la interfaz de tus usuarios.
Leer más

Canales
Agiliza toda la comunicación con tus huéspedes.
Read More

Campañas
Eleva tus campañas de marketing al más alto nivel.
Leer más

Informes
Información práctica sobre tus datos.
Leer más

Bandeja de Entrada
Optimiza la gestión de la comunicación con tus huéspedes.
Leer más

Escáner de Conocimientos de IA
Configura rápidamente las respuestas a las preguntas frecuentes de tu hotel.
Leer más

Mejora de Textos con IA
Adapta y mejora tus mensajes con IA para ahorrar tiempo.
Leer más

Dosier

Avance

En la competitiva industria hotelera actual, dominar las redes sociales es esencial para cualquier hotelero que desee destacar. Aprovechar al máximo el potencial de las redes sociales para aumentar la visibilidad y generar ingresos puede parecer abrumador, pero no tienes que preocuparte. **Nuestra guía especializada** para hoteleros es el recurso que necesitas para navegar por el mundo de las redes sociales, ofreciéndote conocimientos expertos y estrategias clave para convertir la presencia en línea de tu hotel en un verdadero éxito.

Guía de Redes Sociales para Hoteles: Cómo Crear la Mejor Página para tu Hotel y Maximizar tus Ingresos

Lee el artículo completo ↗

HiJiffy

Guía de Redes Sociales para Hoteles: Cómo Crear la Mejor Página para tu Hotel y Maximizar tus Ingresos

Esta guía te proporciona un recorrido detallado por los pasos cruciales para aprovechar al máximo estas plataformas, con consejos de expertos en el sector hotelero. Este manual resolverá tus interrogantes sobre:

- El impacto de las redes sociales en la hotelería
- Estrategias para desarrollar y perfeccionar tu presencia en redes sociales (Facebook, Instagram y Google Business Profile)
- Métodos para convertir esta presencia online en una fuente de ingresos incrementales.

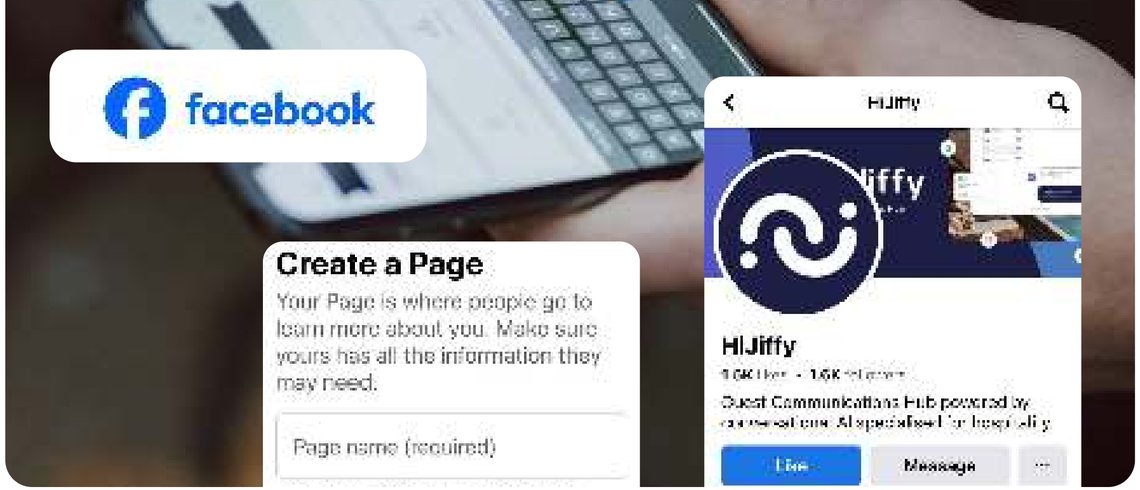
El impacto de las redes sociales en la hotelería

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). 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.**

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.

Dossier

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



Facebook

Con 40 millones de usuarios activos mensuales solo en Francia (Digimind, 2023), es crucial captar la atención de tus potenciales huéspedes con una página bien gestionada.

Publica regularmente contenidos visuales, atractivos e interesantes. Comparte fotos y vídeos de calidad que destaquen las características únicas de tu hotel.

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.

Lee el artículo completo ↗

Instagram

Con más de 2000 millones de usuarios en todo el mundo, Instagram es la tercera red social más popular, tras Facebook y YouTube. Instagram tiene una gran relevancia estratégica para el sector hotelero, ya que se perfila como la red social por excelencia para conseguir seguidores interesados en viajar.

Según el último artículo de Kolsquare, 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.

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 olvides 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 tienen (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 selfies 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.

Lee el artículo completo ↗

Dossier

Google Business Profile (antes 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 y mantener un perfil en GBP es fundamental en 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 esas visitas conducen a conversiones (Search Engine Journal, 2019)."

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).

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

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.

Lee el artículo completo ↗

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

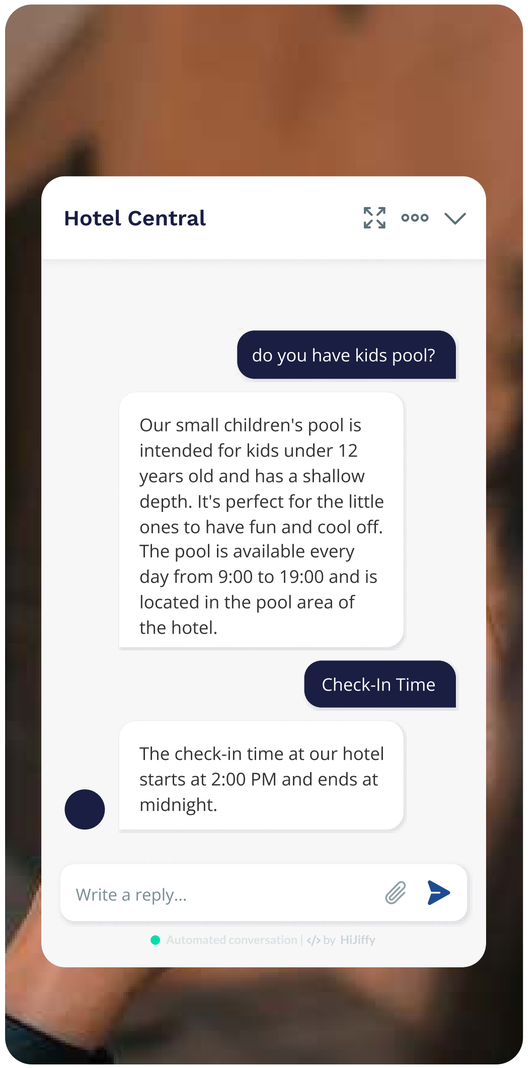
El uso de la IA en la hotelería ofrece ventajas innegables para optimizar los beneficios de tu hotel. Aquí te damos dos puntos clave si quieres convertir tus redes sociales en auténticos motores de ingresos:

Interacción instantánea y personalizada con los huéspedes

Una vez que tus redes sociales estén optimizadas y atractivas, habrán 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, los 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 juegan un papel clave en la **recopilación de datos de los huéspedes de manera rápida y eficiente**. 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

Una vez que 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 reduce 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 te permitirá mostrar eficazmente la disponibilidad y las tarifas de tus habitaciones. La solución de HiJiffy se integra perfectamente con los principales software hoteleros del mercado, facilitando la implementación del chatbot en tus redes sociales.

Resumen de las ideas clave:

Crear redes sociales para tu hotel es esencial para mejorar tu visibilidad y destacar entre tus competidores. Pero no basta con estar presente en estas plataformas: es necesario optimizarlas para que resulten atractivas y accesibles.

Más allá de su importancia como escaparate, las redes sociales representan una auténtica oportunidad para aumentar tus ingresos e impulsar las ventas de tu establecimiento.

La IA es una herramienta muy potente que puede ayudarte a aumentar tus ingresos en las redes sociales, al facilitar la interacción instantánea y personalizada con tus huéspedes y al simplificar el proceso de reserva.

La integración de un chatbot especializado en la hotelería, mediante inteligencia artificial conversacional, permite atender eficazmente más del 80 % de las consultas de tus futuros huéspedes directamente en sus redes sociales favoritas. Opta por una solución centralizada, como la consola HiJiffy, que ofrece la flexibilidad de gestionar todos los mensajes entrantes de varias redes sociales desde una única plataforma.

Nos vemos en la próxima edición con más **novedades sobre la hostelería**

Solicitar una Demo

Contacta con nosotros

info@hijiffy.com +351 21 123 0217 hijiffy.com

HiJiffy

AI Hospitality

Insider