

A photograph of two hands holding champagne glasses filled with bubbly liquid, clinking them together. The background is a blurred cityscape at sunset, with the Eiffel Tower visible in the distance. The lighting is warm and golden, creating a celebratory atmosphere.

BookingSuite

Migliora l'esperienza degli ospiti e aumenta i guadagni

Come servizi aggiuntivi, upselling e promozioni possono aiutarti ad aumentare la soddisfazione dei tuoi ospiti e migliorare i tuoi guadagni.



Quello che stai vendendo è un'esperienza: più la rendi migliore, più i tuoi ospiti saranno soddisfatti e di conseguenza, più sostanziosi saranno i tuoi guadagni.

Quando un ospite sceglie la tua struttura, hai tanti modi di rendere il suo soggiorno speciale, da un upgrade di camera a cene romantiche, noleggio di biciclette o massaggi con pietre calde.

E ogni volta che offri quel qualcosa in più per rendere l'esperienza dei tuoi ospiti il più piacevole possibile, aumenti anche le possibilità di guadagnare qualche extra. Dopotutto, sono proprio i clienti soddisfatti che lasciano le recensioni più entusiaste, così da attirare tanti nuovi potenziali ospiti. È una situazione vantaggiosa davvero per tutti!

In questa guida, parleremo di come upselling, cross-selling e promozioni possano aiutarti a migliorare le esperienze dei tuoi ospiti e i tuoi guadagni. Inoltre, ti mostreremo anche come alcune soluzioni tecnologiche possono darti una mano.

Scopri come la tecnologia può dare una spinta ai tuoi guadagni e creare esperienze personalizzate su misura per i tuoi ospiti, grazie a upselling, cross-selling e promozioni.

Scopri di più

Che differenze c'è tra upselling e cross-selling?

Quando vendi ai tuoi ospiti un prodotto "premium", di livello superiore, possiamo parlare di **upselling**: in questo modo, aumenti la loro spesa e, si spera, la loro soddisfazione generale. Un classico esempio per quanto riguarda l'ospitalità è offrire ai tuoi ospiti un upgrade di camera, quando proponi il passaggio a un alloggio superior per un piccolo extra.

Alcune ricerche confermano che le probabilità di vendere a un potenziale cliente si attestano tra il 5 e il 20%, mentre quando ci si rivolge a un cliente già acquisito si registra un aumento fino al 60-70%.¹ Quindi, una volta che l'ospite ha prenotato, le probabilità di vendere e aumentare i tuoi guadagni su quella prenotazione aumentano immediatamente.

Il **cross-selling**, invece, indica quando vendi a un ospite che ha già prenotato la tua struttura un **servizio aggiuntivo**. Visto che ogni soggiorno è una vera e propria esperienza, ci sono tanti modi per fare cross-selling, come una cena presso il tuo ristorante o un tour a piedi della tua città.

Studi recenti indicano come addirittura fino al 61% dei consumatori sia disposto a spendere di più se un servizio extra va a rendere migliore e completo l'acquisto originale.²

Quindi se più della metà degli ospiti sono disposti a spendere per qualche extra durante il soggiorno, significa che puoi approfittare di tantissime opportunità per aumentare i tuoi guadagni. È una questione di trovare la giusta occasione e di sfruttarla nel modo giusto.

Source:

1. Marketing Metrics
2. Ipsos Public Affairs





La vittoria della personalizzazione

Di fronte a un mondo sempre più connesso e alla realtà della globalizzazione, i consumatori cercano l'autenticità: dal miele bio ai vestiti unici di designer e boutique indipendenti, sono i prodotti più originali e su misura i più ricercati.

Il trend è ben visibile anche nel **settore della ricettività**, dove i viaggiatori si stanno sempre più concentrando su esperienze e soggiorni su misura, che possano rispondere alle diverse necessità ed esigenze del momento. Per esempio, potrebbe essere una buona idea dare la possibilità di scegliere il tipo di cuscino per il letto, o dare un caloroso benvenuto con un bicchiere di champagne e una nota personalizzata. Oppure (e questa diventa un'interessante possibilità di guadagno per te) mettere a disposizione servizi spa e benessere per chi ha avuto un viaggio davvero lungo o è atterrato un po' in ritardo. La personalizzazione può essere un modo molto efficace e vincente per offrire agli ospiti esperienze davvero uniche e aumentare i guadagni.

Crea esperienze personalizzate grazie a soluzioni tecnologiche smart.

[Scopri di più](#)

Opportunità di upselling e cross-selling

Upgrade di camera

Un modo sicuro per migliorare l'esperienza degli ospiti è dare loro una camera di livello superiore. Se puoi offrirla gratuitamente, ancora meglio: i tuoi clienti saranno felici di ricevere un servizio superiore senza pagare nulla e tu potrai dire di aver fatto tutto il possibile per offrire un soggiorno perfetto e magari ricevere una recensione super positiva.

Ricorda però che per la maggior parte degli upgrade, il momento in cui cerchi di venderli è fondamentale. Un modo molto efficace è tramite le e-mail prima del soggiorno: se mandi un'e-mail di benvenuto poco prima del viaggio, puoi anche ispirare i tuoi ospiti e spingerli ad avere proprio il meglio. Prova ad allegare foto della camera di categoria superiore, indicando la differenza di prezzo da pagare se necessario, per esempio "per soli 20 € in più". In questo caso, il modo migliore per vendere l'upgrade è mettere subito in evidenza per cosa vale la pena pagare di più: ad esempio, se la camera è più grande, se ha una terrazza o una vista unica e particolarmente suggestiva.

Per aiutarti a vendere ancora più facilmente, ci sono anche delle app che consentono agli ospiti di fare un'offerta per aggiudicarsi la

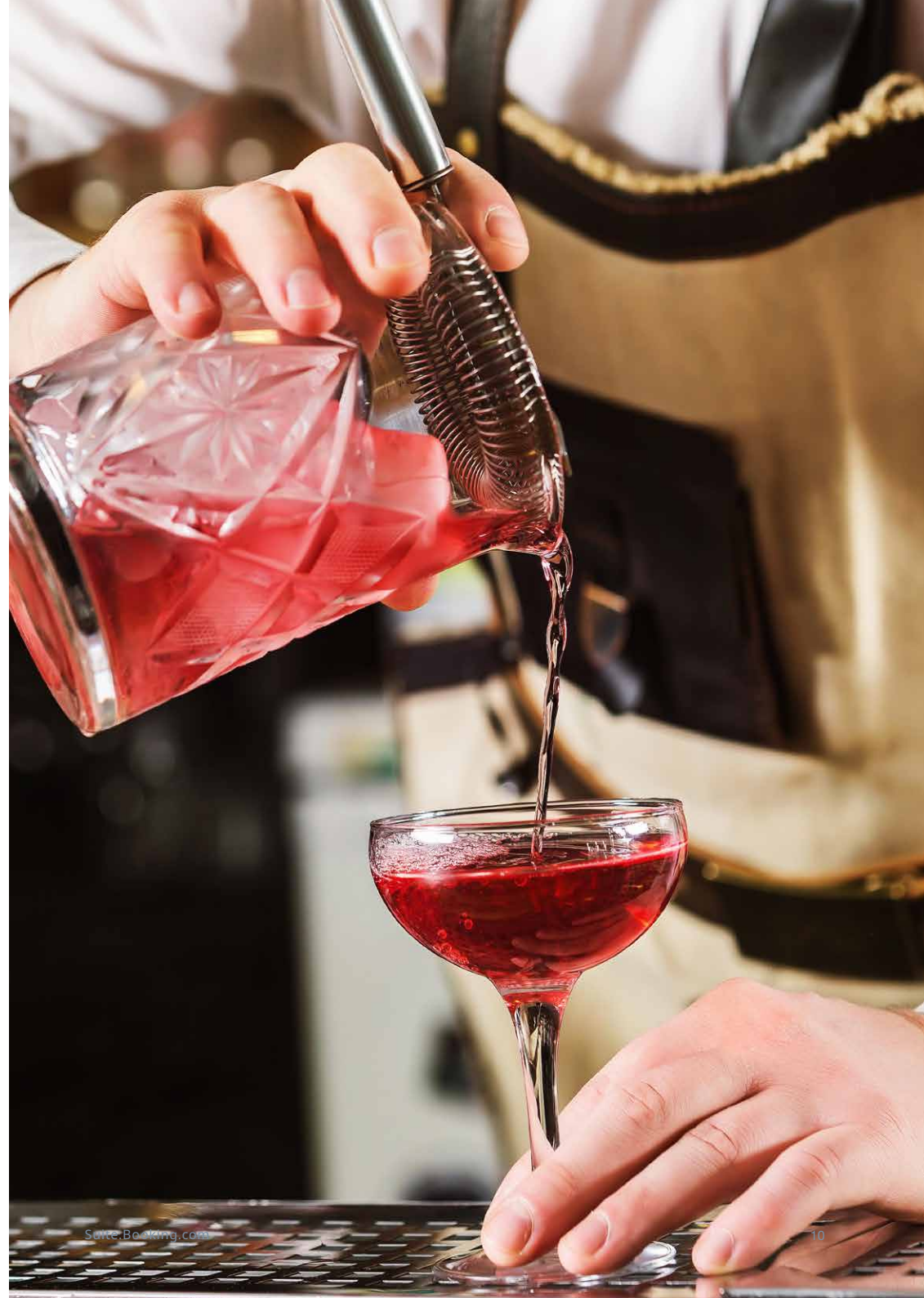
camera di categoria superiore: così i tuoi clienti saranno soddisfatti dell'affare concluso e tu potrai aumentare i tuoi guadagni.

Cibo e bevande

Il cibo e le bevande sono i cross-selling più diffusi nel campo dell'ospitalità, ed è facile capire il perché: tutti gli ospiti hanno bisogno di trovare un posto dove mangiare e bere durante il loro soggiorno, che sia presso la tua struttura o altrove.

Non ti preoccupare se la tua struttura non ha un ristorante, puoi guadagnare qualche extra mettendoti d'accordo con ristoranti e caffetterie locali, oppure offrendo drink nella lounge o direttamente in camera.

Se la tua struttura ha un bar o un ristorante, puoi invogliare i tuoi ospiti a passare lì la serata in tanti modi: puoi offrire (gratis o a pagamento) un drink di benvenuto, così da far iniziare la serata con il piede giusto. Più aiuti i tuoi clienti a rilassarsi e a sentirsi a proprio agio, maggiori saranno le probabilità che decidano di restare anche per cena (soprattutto se il drink è gratis e accompagnato da gustosi snack fatti in casa).





Occasioni speciali

Agli ospiti piace ricevere un trattamento speciale, soprattutto se si tratta di un'occasione particolare, come un compleanno o un anniversario. Ed è proprio qui che entra in gioco la personalizzazione.

Spesso sai già se un ospite ha prenotato un soggiorno per un viaggio speciale. In questo caso, puoi organizzarti per tempo, per esempio lasciando una bottiglia di vino e un biglietto personalizzato in camera, così che gli ospiti possano sentirsi coccolati e dell'umore giusto per lasciare una recensione molto buona.

Anche se non hai tali informazioni in anticipo, è sempre una buona idea includere nell'e-mail inviata prima del soggiorno l'opzione di acquisto per prodotti come champagne o cioccolatini. Spesso chi ha prenotato vuole sorprendere il partner, la famiglia o i compagni di viaggio con qualche extra, anche a pagamento.

Attività per il tempo libero

Alcuni ospiti arrivano già con un itinerario dettagliato, ma la maggior parte aspetta di raggiungere la destinazione per scoprire cosa fare durante il soggiorno. Questo significa che in qualità di host, puoi darti da fare per trovare tante opportunità di cross-selling.

Non devi per forza offrire direttamente delle attività, ma puoi appoggiarti a compagnie o iniziative locali, per esempio per tour a piedi del centro storico, o per organizzare attività all'aria aperta se la tua struttura si trova in campagna.

Le e-mail inviate prima del soggiorno sono molto utili e aprono la porta a possibili acquisti per servizi e prodotti extra: se aggiungi dettagli e informazioni sulle attività possibili nei dintorni, puoi invogliare gli ospiti ad acquistare qualcosa in più al loro arrivo.

Servizi spa e benessere

Questi servizi possono essere offerti non solo a chi viaggia proprio per rilassarsi e staccare la spina, ma anche ad esempio a chi ha avuto un lungo viaggio, un volo in ritardo o cancellato o una giornata intensa piena di riunioni di lavoro.

In effetti, proprio questi ospiti potrebbero essere quelli che ne hanno più bisogno! Se sai che i tuoi clienti hanno affrontato un lungo viaggio, perché non offrire loro un massaggio gratis? È un modo molto efficace per migliorare la loro esperienza di soggiorno e l'opinione che hanno della tua struttura e a invogliarli a dare un'occhiata anche agli altri servizi che offri. E anche se non ne prenoteranno altri in futuro, il loro viaggio è iniziato alla grande e di sicuro influenzerà il resto del soggiorno e la recensione lasciata al ritorno.



Le offerte

Stagionali

Molte destinazioni hanno un'alta e una bassa stagione. Ma abbassare i tuoi prezzi non è l'unico modo per riempire le tue camere. Grazie a offerte e promozioni stagionali su misura per i tuoi ospiti, come per esempio relative ai pasti o ad eventuali attività disponibili, puoi vendere i tuoi alloggi proprio quando ne hai più bisogno.

Pacchetti per matrimoni

Se la tua struttura si trova vicino a una location per matrimoni (o ancora meglio, se offri questo servizio) hai una fantastica opportunità di guadagno: puoi infatti offrire un vero e proprio "pacchetto" sul tuo sito, mettendo a disposizione uno spazio per il ricevimento oppure offrendo il trasporto da e per la location. Visto che spesso chi organizza cerca di trovare il prezzo più vantaggioso, offrire un unico pacchetto può davvero fare la differenza.

Pacchetti per eventi

Se nella tua zona si svolge ogni anno un festival, una conferenza o un evento perché non pensare di offrire pacchetti proprio in questa occasione? Dopotutto, è molto probabile che i partecipanti e le persone interessate cerchino un alloggio nei dintorni dell'evento, e questa diventa per te occasione di guadagno. I pacchetti

offerti nel modo e nel momento giusto possono aiutarti a vendere i tuoi alloggi e riempire la tua struttura.

Programmi fedeltà

Se il soggiorno dei tuoi ospiti è andato per il meglio, si spera decidano di tornare in futuro: per spingerli a scegliere di nuovo la tua struttura, puoi offrire degli sconti. In questo modo, puoi anche assicurarti qualche prenotazione in più in bassa stagione o quando hai più bisogno di vendere i tuoi alloggi. Invia un'e-mail a chi ha già soggiornato presso la tua struttura, magari per offrire uno sconto speciale durante il weekend.

Collaborazioni e partnership

Molti ospiti cercano sempre i prezzi più vantaggiosi e, allo stesso tempo, cercano esperienze particolari, ad esempio per una cena o un giorno speciale. Puoi metterti d'accordo con altre realtà locali, come parchi a tema, ristoranti o musei, per offrire qualcosa in più a questi clienti.

Queste promozioni sono molto vantaggiose sia per te che per le attività locali, che così possono risparmiare sul marketing e ricevere comunque pubblicità. E tu puoi raggiungere un nuovo segmento di ospiti, che può trasformarsi in colonna portante della tua strategia.

Perché la segmentazione è importante?

Ovviamente, ognuno di noi cerca qualcosa di diverso nel momento in cui prenota una struttura, non solo per quanto riguarda la tipologia di alloggio o di camera, ma anche l'esperienza e le attività da provare.

Quando si parla di opportunità di cross-selling, questo aspetto assume una grandissima importanza: sapere chi sono i tuoi ospiti e dove potrebbero spendere qualche extra può aiutarti ad aumentare in maniera considerevole i tuoi guadagni.

Il processo di identificazione dei clienti viene definito "segmentazione del mercato" ed è una pratica usata molto di frequente da attività e aziende in diversi settori.

In quello dell'ospitalità, significa individuare chi prenota la tua struttura o chi vuole farlo e offrire le migliori opportunità di cross-selling, su misura per loro.

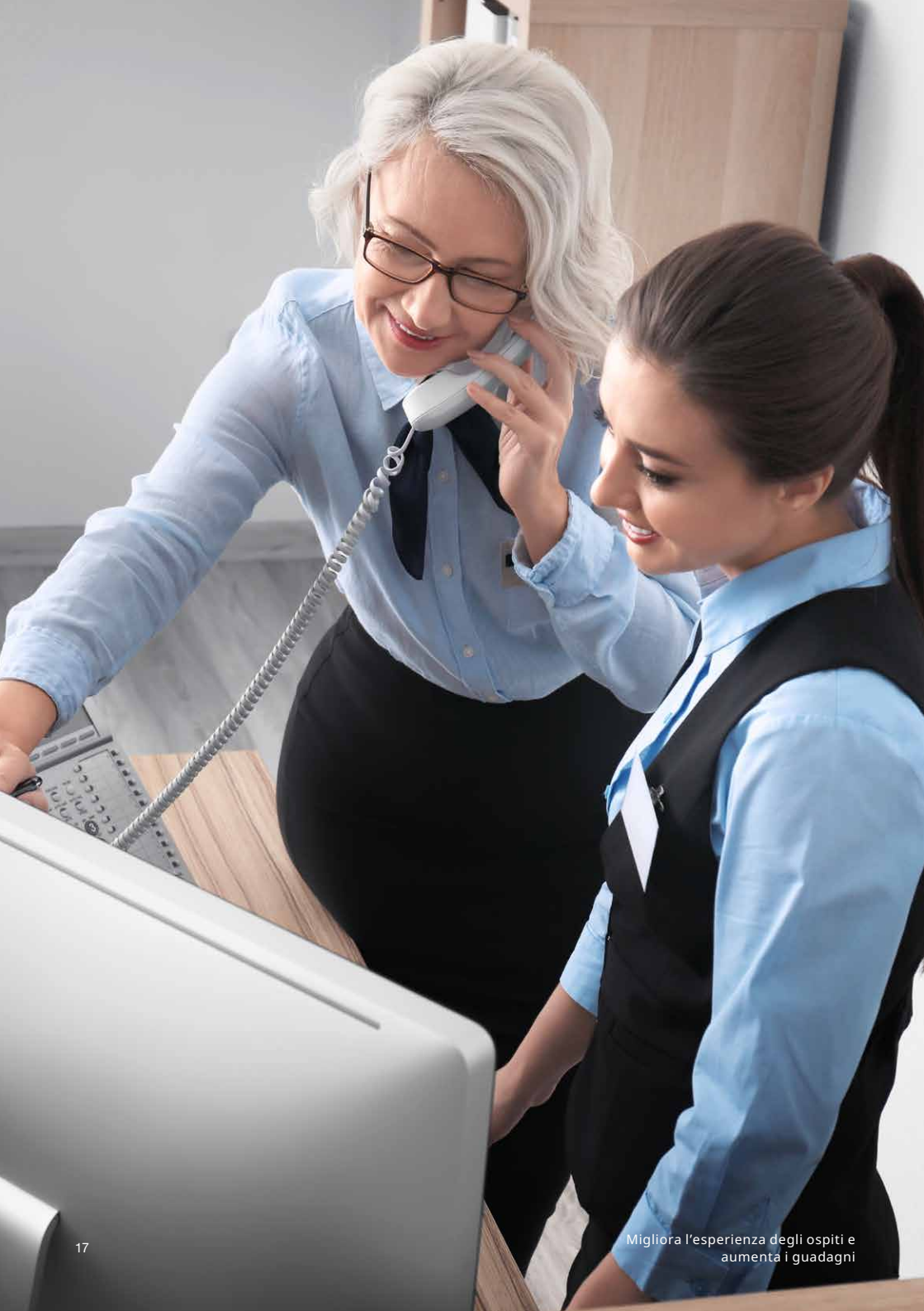
Per esempio, se ospiti molti viaggiatori business, potresti offrire servizi di lavanderia, opzioni di trasporto da e per punti di interesse per il mondo degli affari o perché no, massaggi e trattamenti relax. Se invece ti trovi in campagna e ricevi molte prenotazioni dalle coppie, puoi concentrarti su altro, come cene romantiche, oppure un upgrade a una camera con un letto più grande.

Più lavori sulla segmentazione, più saranno rilevanti le tue opportunità di cross-selling e la possibilità di dare una spinta ai tuoi affari.

Scopri nuovi strumenti tecnologici che ti aiutano ad aumentare i guadagni grazie a offerte e promozioni.

[Scopri di più](#)





Migliora l'esperienza degli ospiti e
aumenta i guadagni

Come ti può aiutare la tecnologia?

Come per altri aspetti della tua vita, la tecnologia può anche aiutarti nel tuo lavoro: ci sono tante app sviluppate per ottimizzare i guadagni provenienti da ogni prenotazione, basate su dati e statistiche che ti possono dare una mano per vendere in modo ancora più efficace, senza risultare troppo insistente.

Per esempio, puoi lavorare sulle comunicazioni che invii prima del soggiorno, creando e-mail interessanti e di benvenuto personalizzate in base al tuo brand, offrendo opzioni di trasporto, upgrade di camera, attività o promozioni speciali. Il tutto per far sì che gli ospiti si sentano elettrizzati all'idea di partire e soggiornare nella tua struttura.

Puoi anche investire in sistemi che mettono in contatto via app gli ospiti e il tuo staff alla reception, ad esempio per risolvere problemi sul nascere, piuttosto che vederli poi riportati in recensioni negative. Puoi anche vendere opzioni relative al servizio in camera e informare gli ospiti se ci sono eventi o attività nella tua zona.

E che ne dici di inviare un messaggio di ringraziamento personalizzato dopo il check-out o un voucher per soggiorni futuri? Per risparmiare tempo, puoi creare e inviare questi messaggi in modo automatico, grazie alla tecnologia.

Sorprendi i tuoi ospiti e aumenta i tuoi guadagni,
grazie a strumenti tecnologici facili da usare.

[Scopri di più](#)

L'idea di massimizzare la spesa per cliente non è di certo nuova. E l'upselling, il cross-selling e le promozioni possono aiutarti a trarre il maggior profitto da ogni prenotazione.

La parte migliore è che ogni opportunità di cross-selling è anche l'occasione per migliorare l'esperienza dei tuoi ospiti. Se riesci a ottenere il massimo sia in termini di profitti che di esperienze degli ospiti, puoi davvero ritenere di aver raggiunto l'eccellenza nella tua attività.

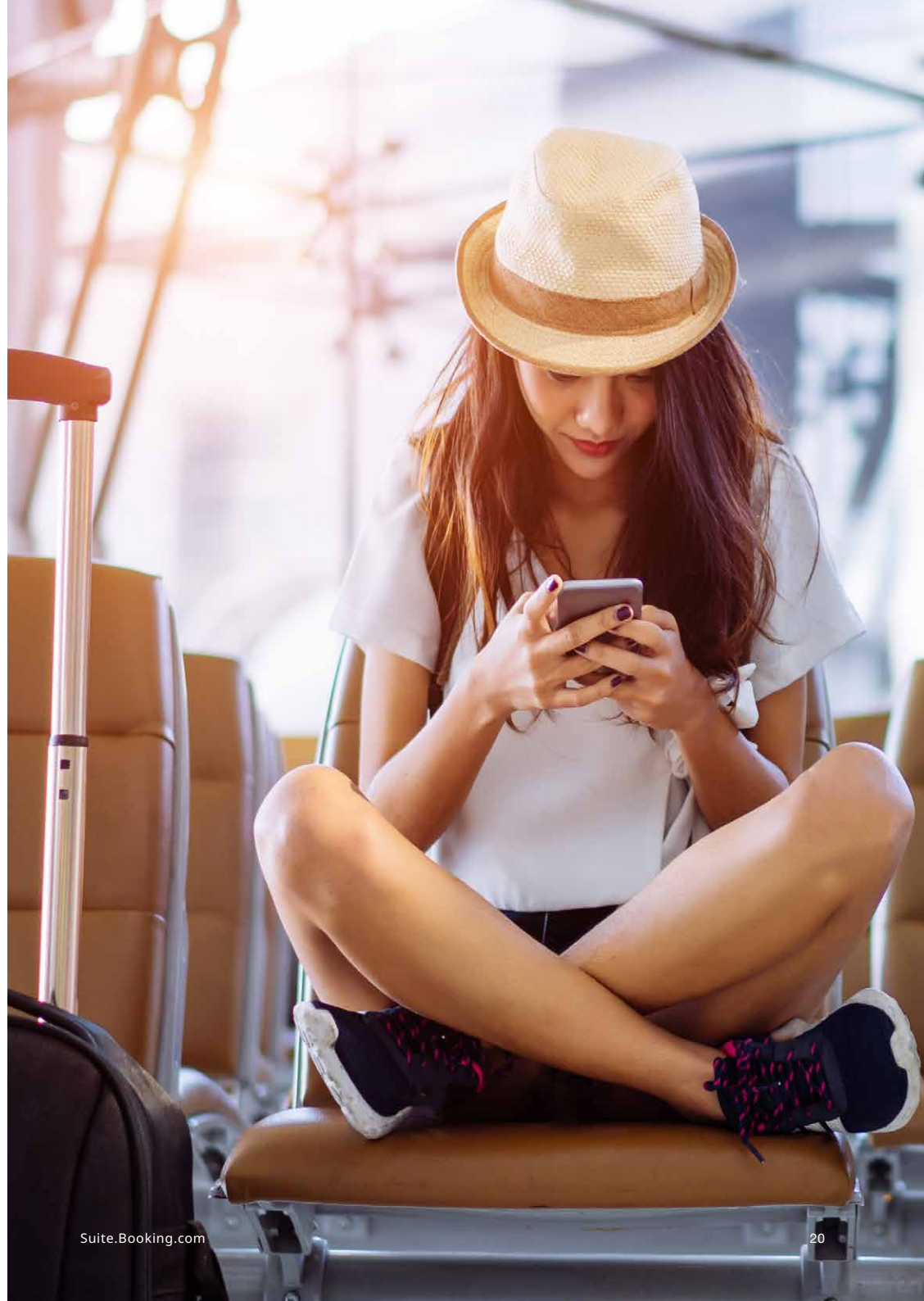
La tecnologia è qui per aiutarti: tra le soluzioni disponibili sul mercato, ti basta trovare quelle che più si adattano al tuo modo di lavorare.


Con così tanti prodotti a tua disposizione, può essere un po' difficile capire da dove iniziare.

Per fortuna l'App Store di BookingSuite ti semplifica la vita, offrendoti una selezione delle migliori soluzioni tecnologiche pensate per il settore dell'ospitalità.

Tutti i prodotti e le app che trovi sull'App Store sono state suggerite e consigliate da esperti del settore e prevedono tutte un periodo di prova gratuito, così potrai capire se fanno davvero al caso tuo.

[Dai un'occhiata al nostro App Store](#)



A photograph of two women in an office environment. The woman on the left has long dark hair and is wearing glasses and a light blue button-down shirt. She is holding a tablet. The woman on the right has reddish-brown hair tied back, is wearing glasses and a plaid shirt, and has her hand to her chin in a thoughtful pose. They are both looking at the tablet. The background is a blurred office space with a desk and a keyboard visible.

Tu ti occupi dei tuoi ospiti. Noi pensiamo alla tecnologia.

BookingSuite fornisce soluzioni facili da usare per il settore dell'ospitalità e aiuta oltre 350.000 strutture in tutto il mondo a offrire ai propri ospiti la migliore esperienza possibile.

BookingSuite

Scopri di più su: suite.booking.com/it