Worldhotels con GuestDriven per aumentare il guest engagement

Aumentare il **guest engagement** significa aumentare i **ricavi**, aggiungendo alla vendita delle **camere** quella dei servizi accessori. Per questo **Worldhotels** ha stretto una partnership con **GuestDriven**, piattaforma specializzata nell'ascolto e nel coinvolgimento on-line dei clienti. In particolare, il target dell'operazione sono i cosiddetti **Millennials**, nativi digitali che con il loro comportamento d'acquisto influenzano altri gruppi demografici. L'attività di promozione inizia quando l'ospite ha prenotato e si protrae per tutta la fase che precede l'arrivo. È qui che il Millennian, soddisfatto da un ventaglio di offerte dedicate, seleziona quella che riassume insieme la giusta tariffa e un forte potere d'attrazione. Per questo, per essere efficace, la strategia di vendita dell'albergo deve prevedere un **intensificato approccio di marketing** anche per l'**utilizzo via mobile**, canale preferito per oltre il 60% degli ospiti che prenotano servizi addizionali.
"È immenso – dice **Carina Stegmayer,** vice president global operations di Worldhotels - il valore che risiede nell'anticipare alcuni dei bisogni e dei desideri degli ospiti, fornendo loro offerte e servizi secondo le preferite modalità di ricezione".