Hotel, ecco come "spiano" i profili social per evitare critiche e fare promozione

Gli hotel "spiano" i profili social dei clienti per evitare critiche e fare promozione. Sono sempre di più le catene che allestiscono i cosiddetti **social media command** per monitorare cosa si dice sui social dei propri hotel. Se il 46% dei consumatori vede sui web cosa si scrive a proposito degli hotel prima di prenotare una stanza, gli hotel a loro volta guardano cosa scrivono i clienti. In questo modo, in caso di lamentela possono intervenire tempestivamente, magari con un omaggio, per evitare ulteriori post negativi e tenere alta la reputazione dell'albergo.

Qualche esempio? In **Marriott** la struttura si chiama M Live, a Taj Hotels Taj-Live. Nomi simili per una funzione uguale, ovvero arginare eventuali criticità, come una stanza poco pulita o il wi-fi scarso. L'obiettivo è evitare pubblicità negativa e ingraziarsi i clienti regalando un voucher, la spa, una bottiglia, un upgrade, o un invito a cena in cambio di un post positivo.

Alla base, riporta Il Corriere della Sera, c’è la tecnologia **geofencing**, che consente di vedere gli interventi sui social pubblicati in un determinato luogo. Il tutto senza violare la privacy, ovviamente, poiché si tratta di post pubblici.

"Se qualcuno pubblica sui social la foto di un fidanzamento e si trova da noi, M Live lo segnala e alla coppia si porta un pensierino", racconta alla Cnbc Karin Timpone, Global Marketing Officer Marriott International. E in caso di post "negativi", nell’istante in cui un cliente scrive che qualcosa non va il social media team contatta il servizio clienti per risolvere la questione.