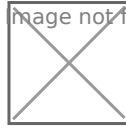


Η σημασία των social media για ένα ξενοδοχείο

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#)

image not found or type unknown



[139471415_1468404821](#)

Οι ταξιδιώτες σήμερα έχουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουν ένα ξενοδοχείο και να μάθουν γι' αυτό, είτε βρίσκονται στην αίθουσα αναμονής ενός αεροδρομίου, είτε κάτω από τα σκεπάσματα του κρεβατιού τους.

Σε αυτό έχουν συμβάλει με το δικό τους τρόπο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν αλλάξει τον τρόπο που οι πελάτες μπορούν να αλληλεπιδράσουν με τις αεροπορικές εταιρείες, τα ξενοδοχεία, μερικές φορές ακόμα και με τους προορισμούς τους.

Ωστόσο πίσω από τα social media υπάρχουν πολλές φορές εξαιρετικά δημιουργικά πνεύματα, τα οποία φροντίζουν να μας υπενθυμίζουν ακόμα και το check-in.

Τα περισσότερα brands ξενοδοχείων αποζητούν τη μέγιστη ανταπόκριση - απάντηση προς τους πελάτες τους εντός 30 λεπτών, με μέγιστο χρόνο ανάλυσης των δεδομένων, διάρκειας 48 ωρών σύμφωνα με την αναφορά του Skift's.

Εξάπλωση σε έξι διαφορετικά μέρη του πλανήτη, σε διαφορετικές ζώνες ώρας

Είναι χαρακτηριστικό ότι ο επικεφαλής της αλυσίδας Starwood, διευθύνει μία ομάδα 30 ατόμων, η οποία είναι εξαπλωμένη σε έξι διαφορετικά κέντρα του πλανήτη και εργάζεται σε διαφορετικές ζώνες ώρας. Στόχος της διάρθρωσης της ομάδας κατ' αυτόν τον τρόπο είναι να υπάρχει πάντοτε διαθέσιμος ένα υπάλληλος στην Αυστραλία, ο οποίος θα απαντήσει σε κάποιον πελάτη στη διάρκεια της νύχτας, στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Ιεράρχηση των μηνυμάτων

Όλες οι εταιρείες πάντως στέκονται στη σημασία της ιεράρχησης των μηνυμάτων των επισκεπτών. Οι καταγγελίες και οι αιτήσεις κρατήσεων πρέπει να διεκπεραιώνονται πρώτες, ενώ ακολουθούν τα σχόλια και οι γενικότερες ερωτήσεις σχετικά με το επερχόμενο ταξίδι.

Οι σύντομες απαντήσεις το στοίχημα των επιχειρήσεων

Έτσι, πίσω από τη λειτουργία και την αξιοποίηση των social media υπάρχει ένας πολύ καλός λόγος. Δίνουν στους πελάτες τη δυνατότητα να εκφράσουν τα παράπονά τους ή τις εμπειρίες τους μέσω μίας δημόσιας πλατφόρμας. Ωστόσο μία γρήγορη απάντηση μπορεί να αναδείξει το μέγεθος μιας επιχείρησης, από την άλλη όμως μία απάντηση που έρχεται με καθυστέρηση μπορεί να τη βλάψει.

Σε ό,τι αφορά τις θέσεις, αυτή του διευθυντή μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε ένα ξενοδοχείο, έχει εξελιχθεί στη διάρκεια των ετών – αναφορικά με τα καθήκοντά του- και συνεχίζει να εξελίσσεται μέρα με τη μέρα, αποκτώντας καθοριστικό ρόλο στη στρατηγική μάρκετινγκ μιας επιχείρησης.

Οι επιλογές προς τους πελάτες

Οι πελάτες από την πλευρά τους, στο ξενοδοχείο Capital Hilton, έχουν τη δυνατότητα να τιτιβίσουν μέσω twitter για τις επιθυμίες τους σχετικά με το γεύμα στο εστιατόριο καθώς και για οδηγίες που επιθυμούν να λάβουν σε σχέση με το πού θα πάνε και πώς θα κινηθούν μέσα στην πόλη κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

Ωστόσο τα είδη των χρηστών είναι γεγονός ότι μεταβάλλονται από μέσο σε μέσο. Για παράδειγμα το Pinterest μπορεί ευκολότερα να δώσει βήμα έκφρασης σε μία νύφη, το Linkedin προσφέρεται για όσους προγραμματίζουν ένα επαγγελματικό ταξίδι, ενώ το Instagram προσφέρεται για νεότερους χρήστες.

Πηγή: supply.gr