

Prepara la web de tu hotel para triunfar este verano

Estrategias creativas para convertir el tráfico estacional
de tu canal directo



¿Está preparada la web de tu hotel para la avalancha del verano?

¡Este verano, los viajes vuelven con fuerza! Con una demanda en máximos históricos, los viajeros ya están planificando y reservando sus escapadas más esperadas. Es el momento perfecto para aprovechar esta oportunidad de oro y potenciar tus reservas directas.

En esta guía, te mostramos una selección de campañas veraniegas de alto rendimiento pensadas para inspirarte y ayudarte a reforzar tus propias estrategias estacionales. Descubrirás cómo adaptar los mensajes de tu web a la temporada para captar la atención e impulsar las conversiones a lo largo de todo el proceso de reserva.

¿Preparado para surfear la ola del turismo veraniego?
¡Vamos allá!



Encontrar la combinación ideal de formatos de mensaje

Antes de ver ejemplos reales de nuestros clientes, dediquemos un momento a repasar los formatos de diseño disponibles en la plataforma de The Hotels Network, todos ellos completamente personalizables para adaptarse a la identidad de tu marca.

El impacto visual de tus mensajes de marketing juega un papel clave a la hora de captar la atención de los visitantes en tu web, por lo que es fundamental elegir una combinación de formatos que se integre de forma armoniosa con la estética general de tu web.

Layers

Crea una experiencia personalizada y atractiva para el usuario

Notas

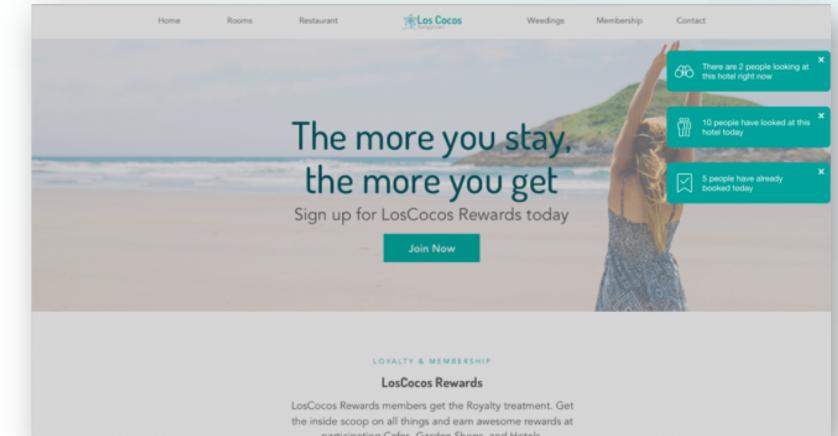
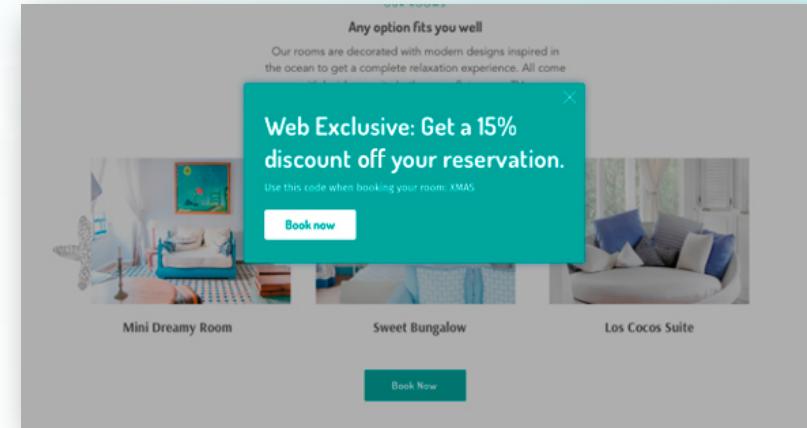
Anima a los usuarios a reservar con notificaciones en tiempo real

Inliners

Capta la atención con mensajes sutiles sin interrumpir la experiencia

Exits

Convence a los visitantes que están a punto de abandonar para que permanezcan en tu web



Reglas de segmentación para que los mensajes sean relevantes para los usuarios

Activa mensajes personalizados para tus usuarios según su comportamiento en la web en puntos clave del proceso de reserva online, con el objetivo de generar urgencia, reducir el riesgo de rebote e incentivar la interacción.

Calendario

Rango de fechas | Días de la semana | Hora del día | Zona horaria

Buscar en

Fechas de estancia | Días de la semana | Días hasta el check-in | Duración de la estancia | Valor específico / Agotado / Disponible

Grupo de viaje

Número de adultos | Número de niños | Número de habitaciones

Perfil del visitante

Geolocalización | Fuente de tráfico | Dispositivo

Comportamiento de los visitantes

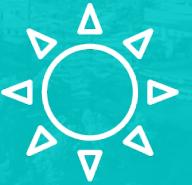
Visitante nuevo o recurrente | Visitante registrado o no registrado | Interacciones previas en la web

Variables de datos

Variables en la URL | UTMs de campaña | Variables de capa de datos | Segmentación desde CRM

Reglas dinámicas

Cambio detectado en el precio | Demanda del mercado



Impulsa las reservas de verano en tu canal directo

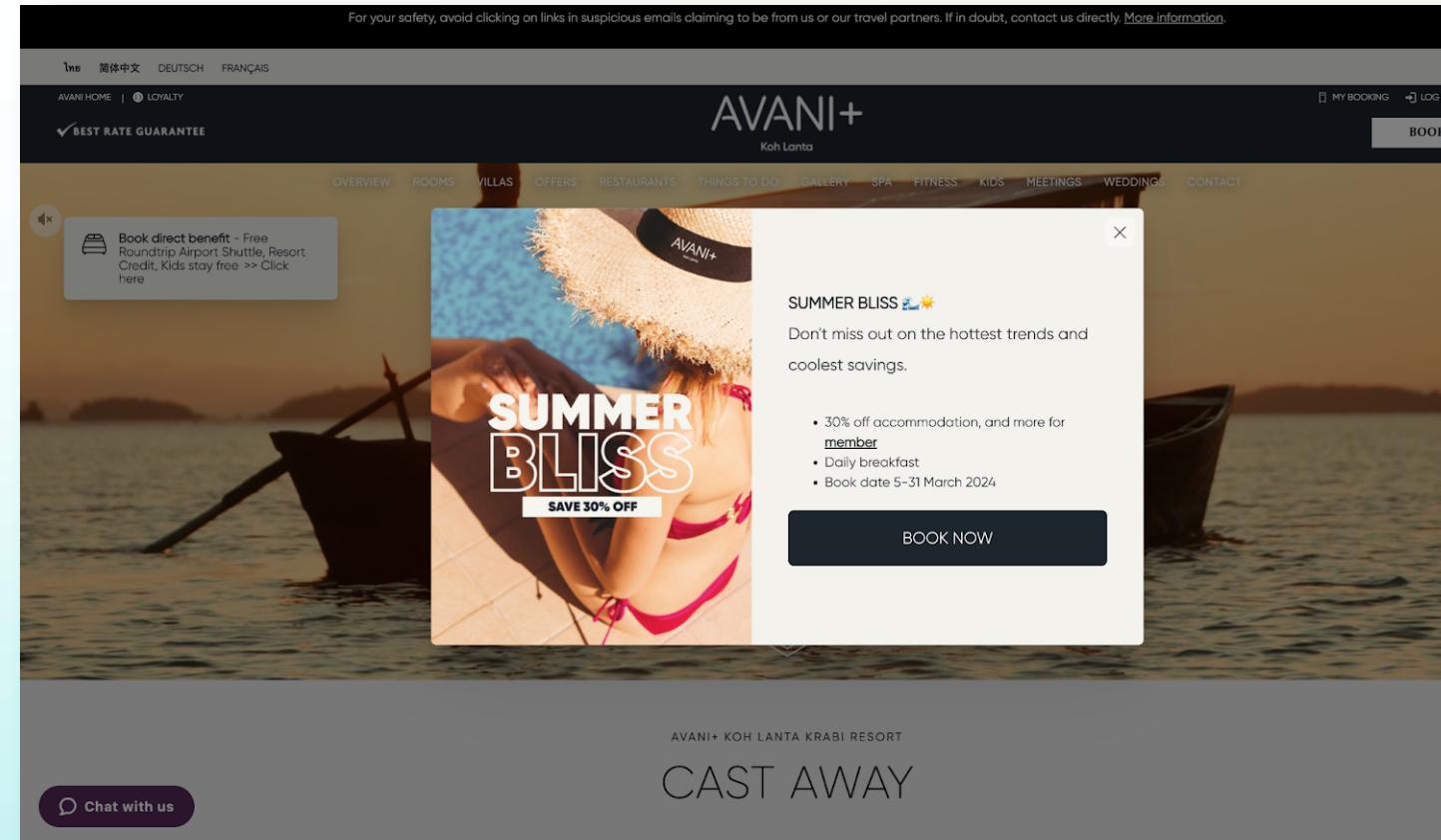
Inspira con tus mejores propuestas de temporada

Destaca tus ofertas exclusivas de verano

Una primera impresión personalizada

Con tantas opciones de alojamiento disponibles, es fundamental que tu hotel destaque desde el primer momento.

Recibe a los visitantes de tu web con un mensaje cálido y personalizado que promocione claramente tus ofertas veraniegas, mostrándoles al instante que tu hotel es la elección perfecta para su próxima escapada.

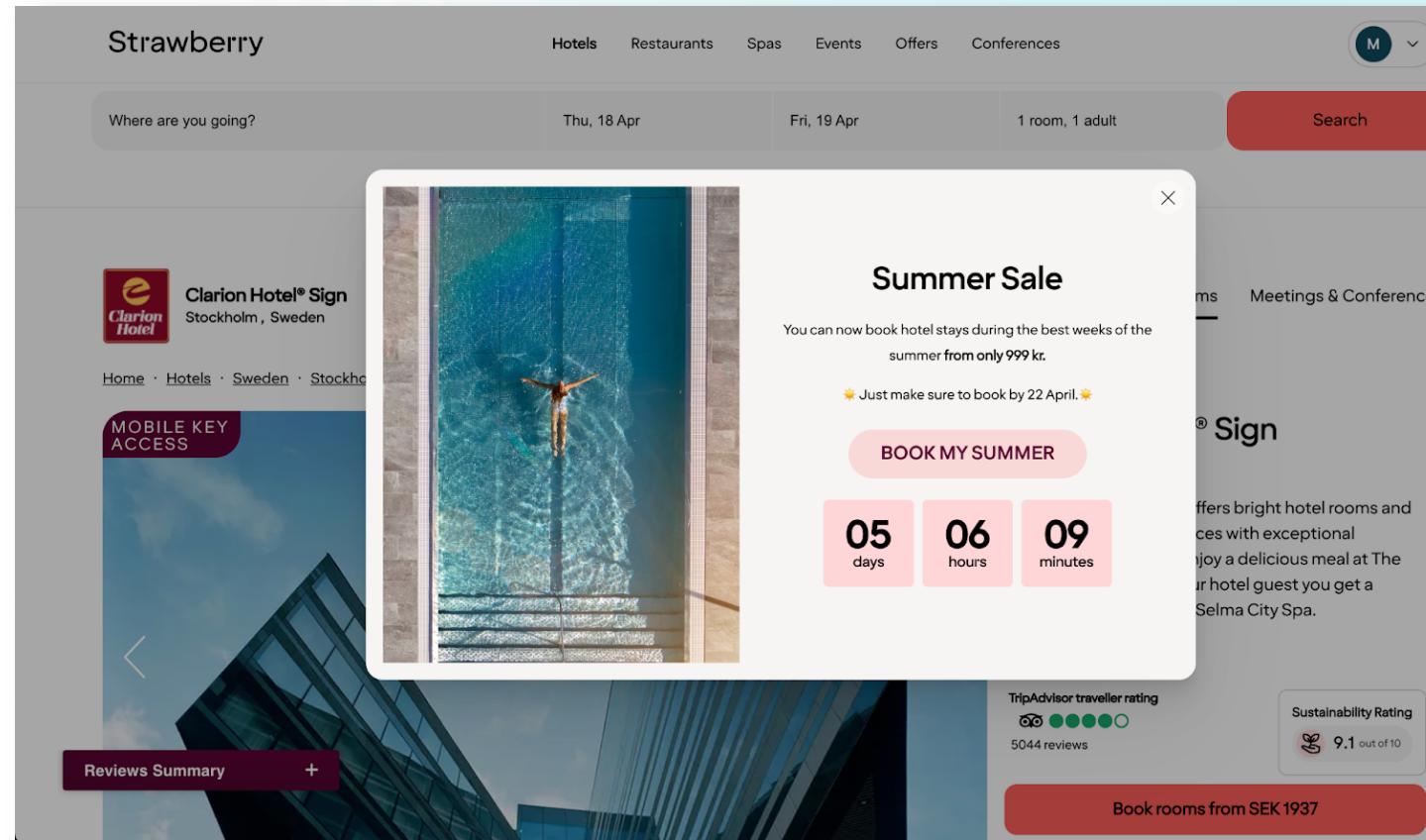


Impulsa las reservas de verano con ofertas flash por tiempo limitado

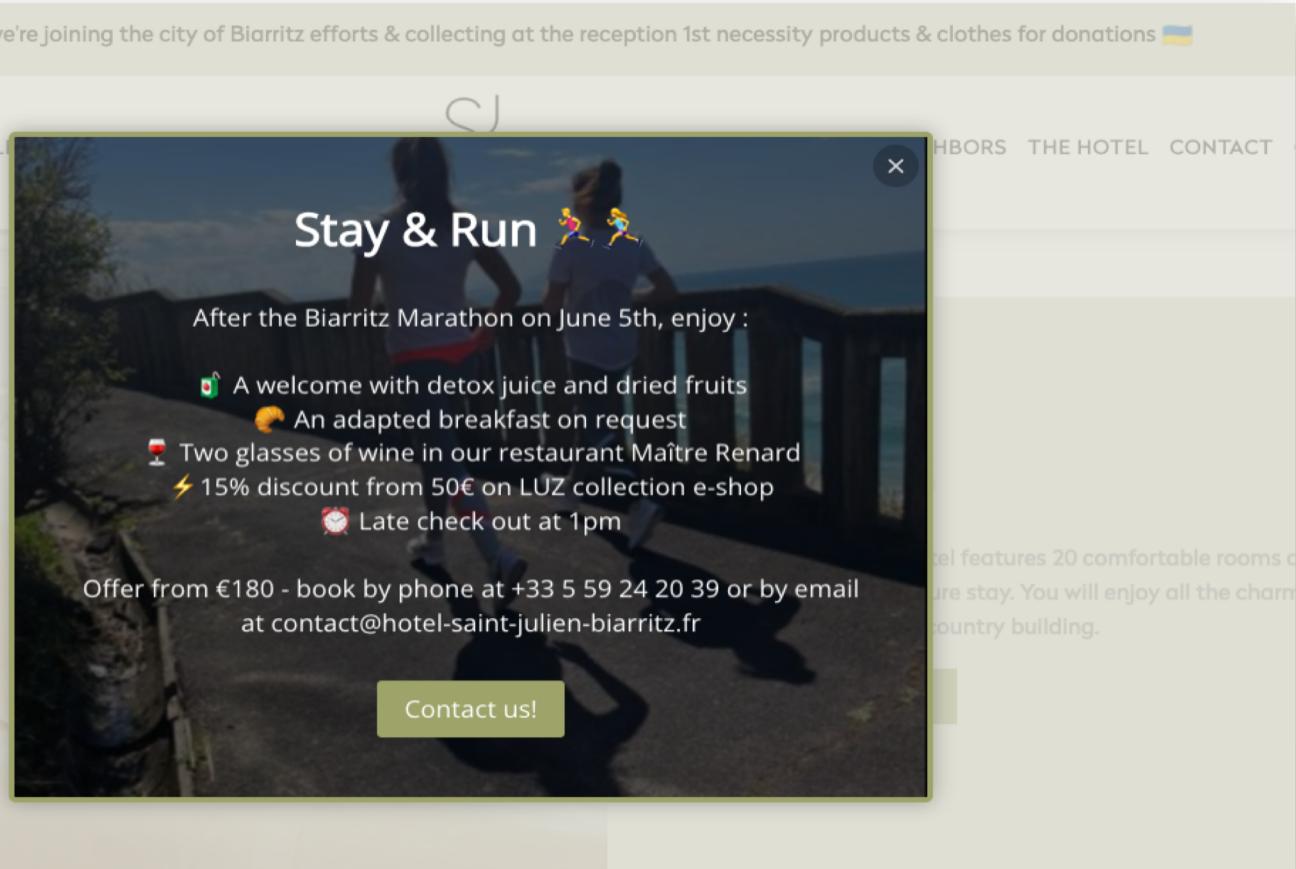
Actúa rápido - ¡la oferta termina pronto!

Las ofertas flash son una forma eficaz de activar las reservas de verano e incentivar una acción inmediata. A todos nos encanta la emoción de conseguir una oferta irresistible antes de que desaparezca.

Para maximizar el impacto, muestra un contador regresivo junto a la oferta flash para generar urgencia y aumentar la emoción. Combinar esta estrategia con imágenes veraniegas atractivas hará que a los visitantes les resulte aún más difícil resistirse a hacer clic en "reservar ahora".



Convierte los eventos locales en oportunidades de reserva



Corriendo hacia el bar

No se trata solo de lo que ocurre en tu hotel: los eventos locales y los puntos álgidos de la temporada son potentes motores de demanda durante el verano.

Refuerza tu estrategia alineando tus ofertas con lo que está por venir. ¿Alojas a huéspedes durante el fin de semana del maratón? Añade detalles pensados para los corredores, como snacks energéticos, desayuno temprano y una copa de vino para celebrar tras la carrera.

Este tipo de experiencia personalizada hará que tu hotel destaque y se consolide como la opción preferida para quienes asisten a eventos.

Demuestra a los visitantes que tu hotel es la elección perfecta

Deja que tu reputación hable por sí sola

Al planificar su escapada de verano, los viajeros suelen consultar sitios de reseñas para conocer la opinión de otros. ¿Por qué no facilitarles el proceso mostrando esas opiniones directamente en tu web?

Añadir un resumen de reseñas en tu motor de reservas permite a los visitantes ver de inmediato tus buenas valoraciones, reforzando la confianza y reduciendo la necesidad de buscar validación en otros sitios.



Summer offer

Grab our exclusive offer while you still can!

[Book now](#)

Valid for stay for a minimum 2-night stay between July 12 and August 31st, 2024

4.5/5 Excellent



Basé sur 967 avis
[En savoir plus](#)

TripAdvisor
4.5/5

Booking.com
8.7/10

Hotels.com
9.2/10

Destaca lo que hace única a tu ubicación



ACTIVE SUMMER UNDER SAIL

Sailing training at Solmarina:

- Learning the basics of sailing
- Learning sailing knots
- Motorboat rides
- Bike tours
- Mini kayaking trips
- A discovery pack for every child

[BOOK NOW](#)

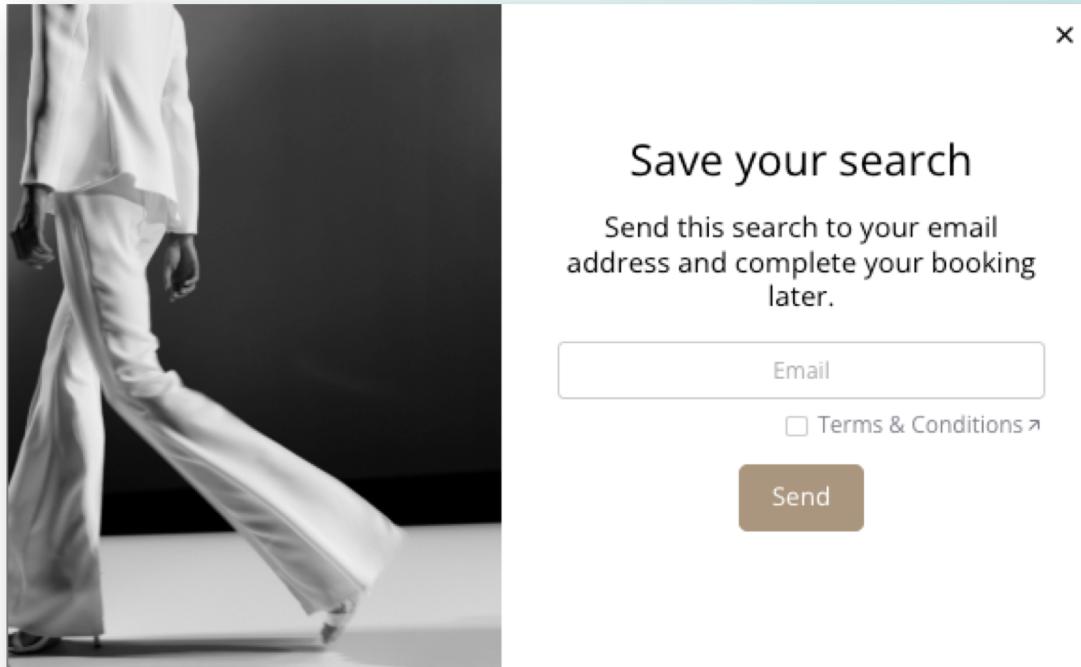
x

Un lugar al que llamar hogar

Antes de convencer a los huéspedes para que reserven tu hotel, insíralos con el encanto y la esencia de tu destino.

Los viajeros buscan experiencias inolvidables en lugares extraordinarios, así que resalta lo que diferencia a tu ubicación y hazles saber que tu hotel es la puerta de entrada a una auténtica aventura local.

Recoge datos de los visitantes que aún no están listos para reservar



Mantén viva la conexión

No todos los visitantes de tu web estarán preparados para reservar sus vacaciones de verano en su primera visita, pero eso no significa que la conversación tenga que terminar ahí.

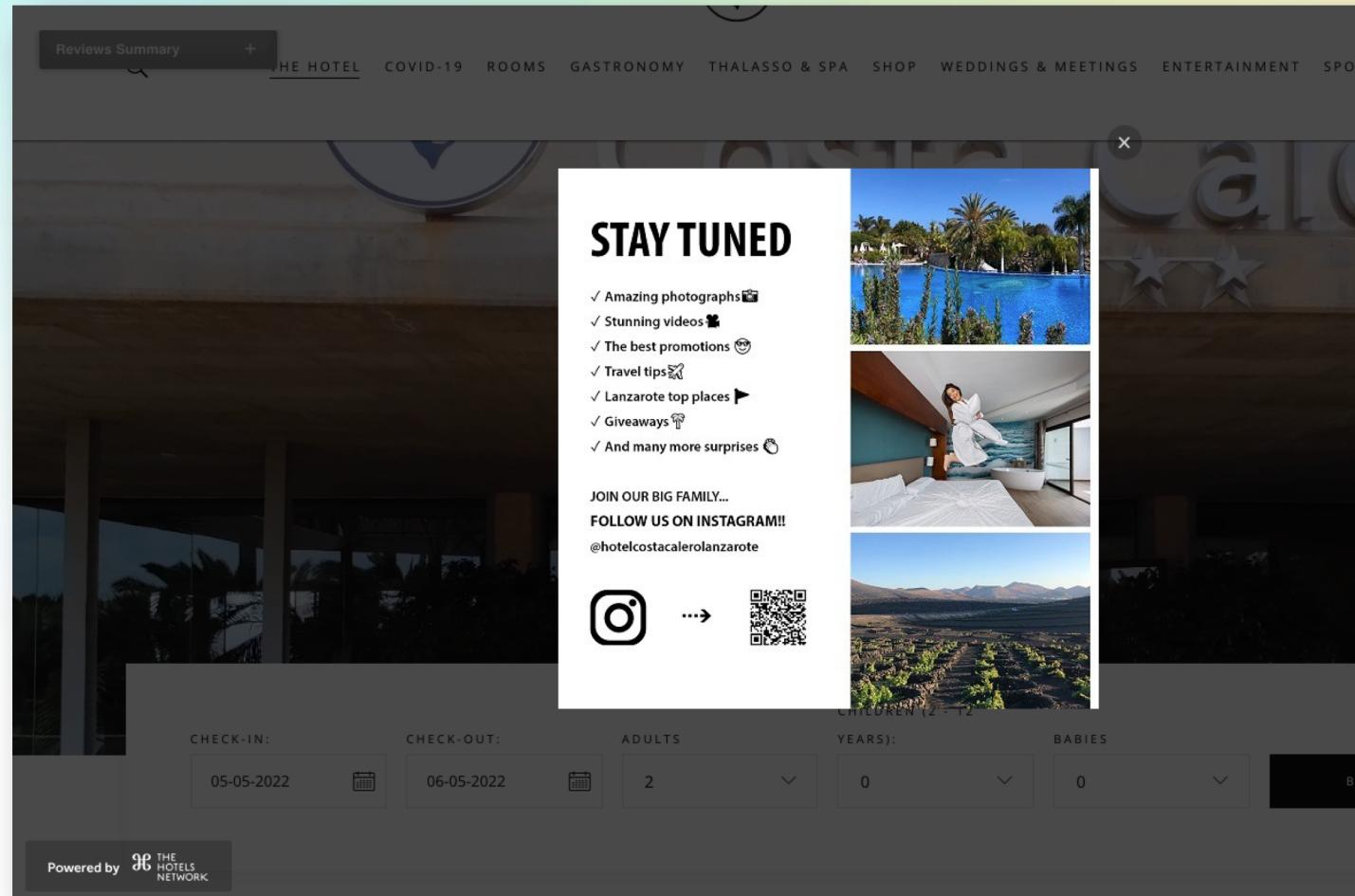
Aprovecha al máximo los Mensajes *Exit* capturando direcciones de correo electrónico de quienes están a punto de abandonar tu web. Es una forma eficaz de recopilar datos propios, construir una lista de contactos cualificada y acompañar a los posibles huéspedes en futuras acciones de marketing.

Mantén a tu audiencia implicada a través de las redes sociales

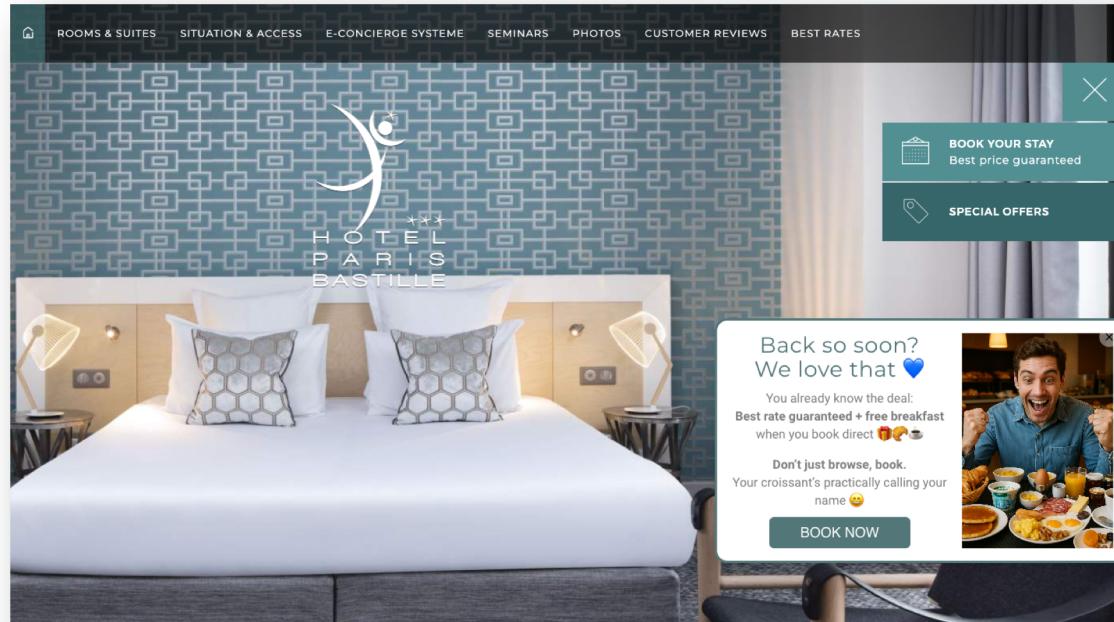
#HelloSummer

Con el verano a la vuelta de la esquina, los viajeros recurren a Instagram y otras plataformas en busca de inspiración para sus vacaciones. Es el momento ideal para reforzar la presencia de tu hotel en redes sociales y despertar el interés entre potenciales huéspedes.

¿Un truco eficaz? Invita a los usuarios que están a punto de abandonar tu web a seguirte en redes sociales. Es una excelente forma de mantener el contacto, fomentar futuras reservas y hacer crecer tu comunidad de seguidores al mismo tiempo.



Conecta con los visitantes recurrentes con un toque personalizado



Cierra la reserva

Lo más probable es que los usuarios visiten tu web varias veces antes de confirmar su reserva de verano.

Identifica a esos visitantes recurrentes y dales la bienvenida con una oferta irresistible que reactive su interés, dándoles el empujón final que necesitan para completar la reserva contigo.

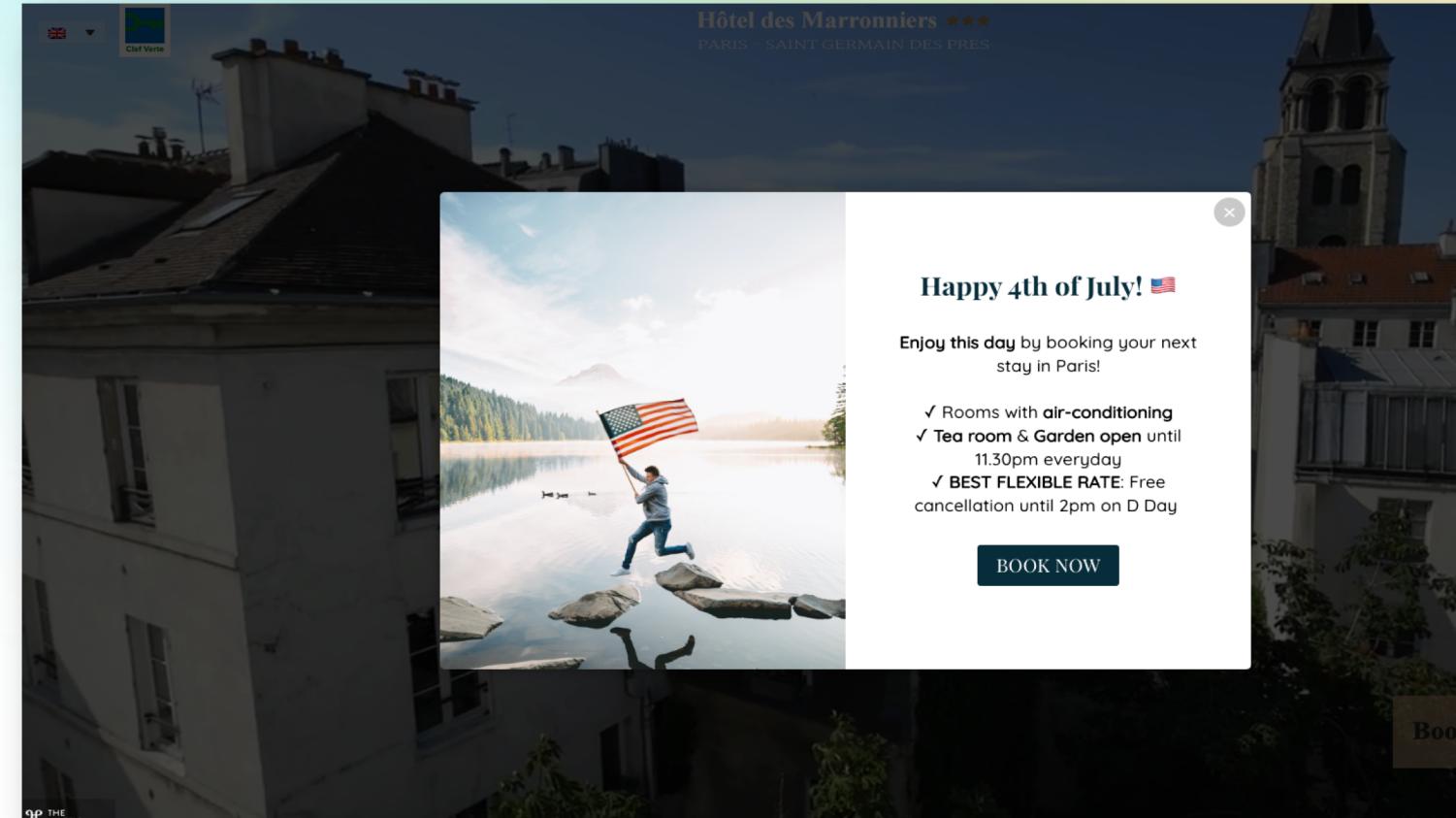
Aprovecha las festividades locales de tus visitantes internacionales

Un mundo de oportunidades

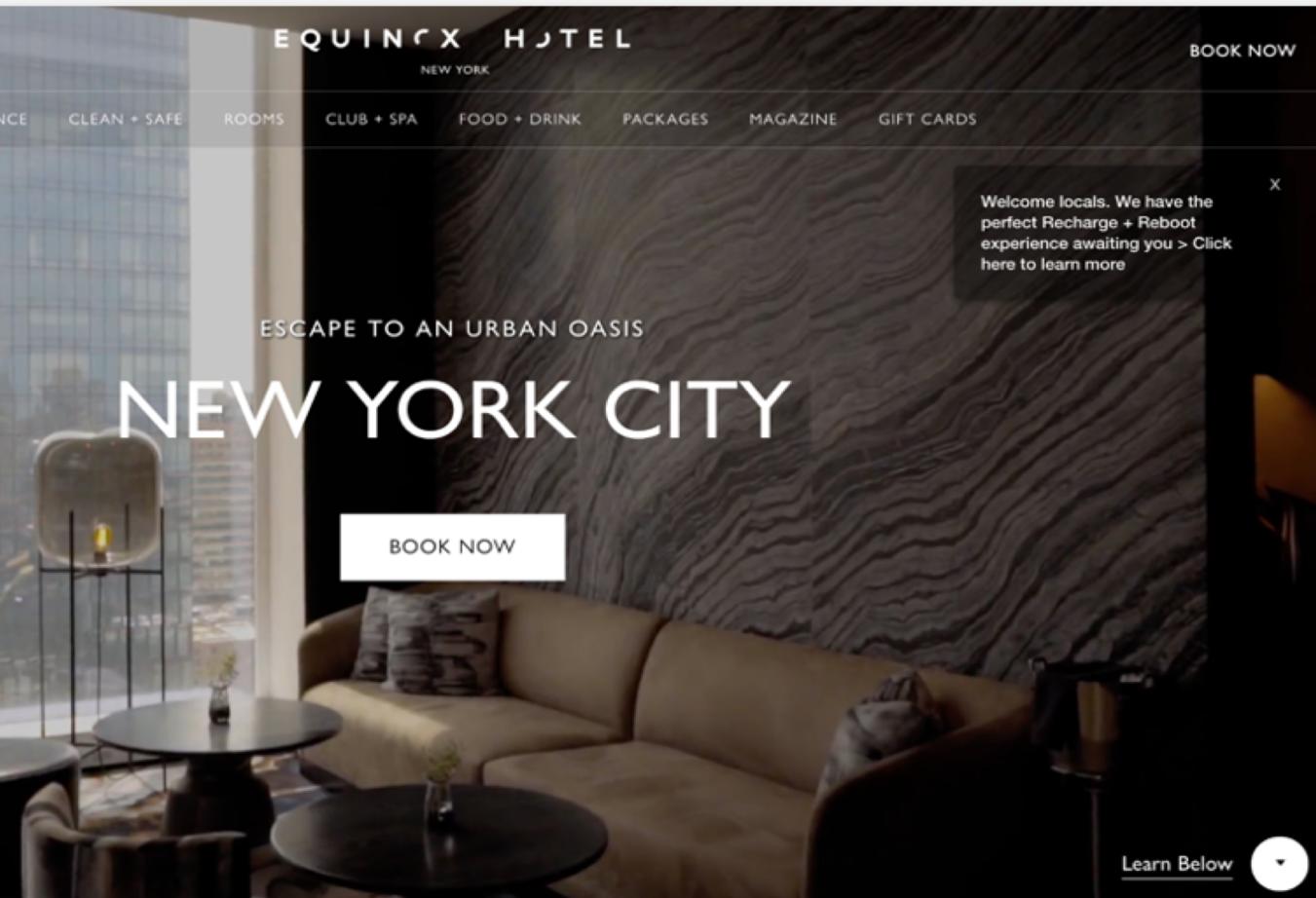
Segmentación por geolocalización

Cada mercado celebra sus propias festividades y ocasiones especiales, lo que representa una oportunidad valiosa para aumentar tus reservas directas.

Conoce desde dónde navegan tus visitantes y ten en cuenta sus celebraciones nacionales. Por ejemplo, si detectas un alto volumen de tráfico desde EE. UU., considera lanzar una promoción especial para el 4 de julio dirigida específicamente a los usuarios estadounidenses.



Aprovecha el potencial del turismo nacional



Los viajeros locales también cuentan

Aunque recibir huéspedes internacionales siempre resulta emocionante, tu mercado nacional merece la misma atención.

Diseña ofertas exclusivas de verano pensadas para el público local, destacando experiencias únicas en los alrededores que les animen a reservar directamente. Utiliza reglas de segmentación para que estos mensajes se muestren solo al público adecuado y cuida el texto para que la oferta se perciba claramente como algo pensado especialmente para ellos.

Inspira con elementos visuales que captén la atención



SUMMER IN PARIS ☀

Escape to Paris with our exclusive offer:

-10% on your stay of 2 nights or more, with a free picnic basket to enjoy summer in Parisian style.

Book now and enjoy the sun just steps from the Arc de Triomphe!

[Plan your stay ☀](#)

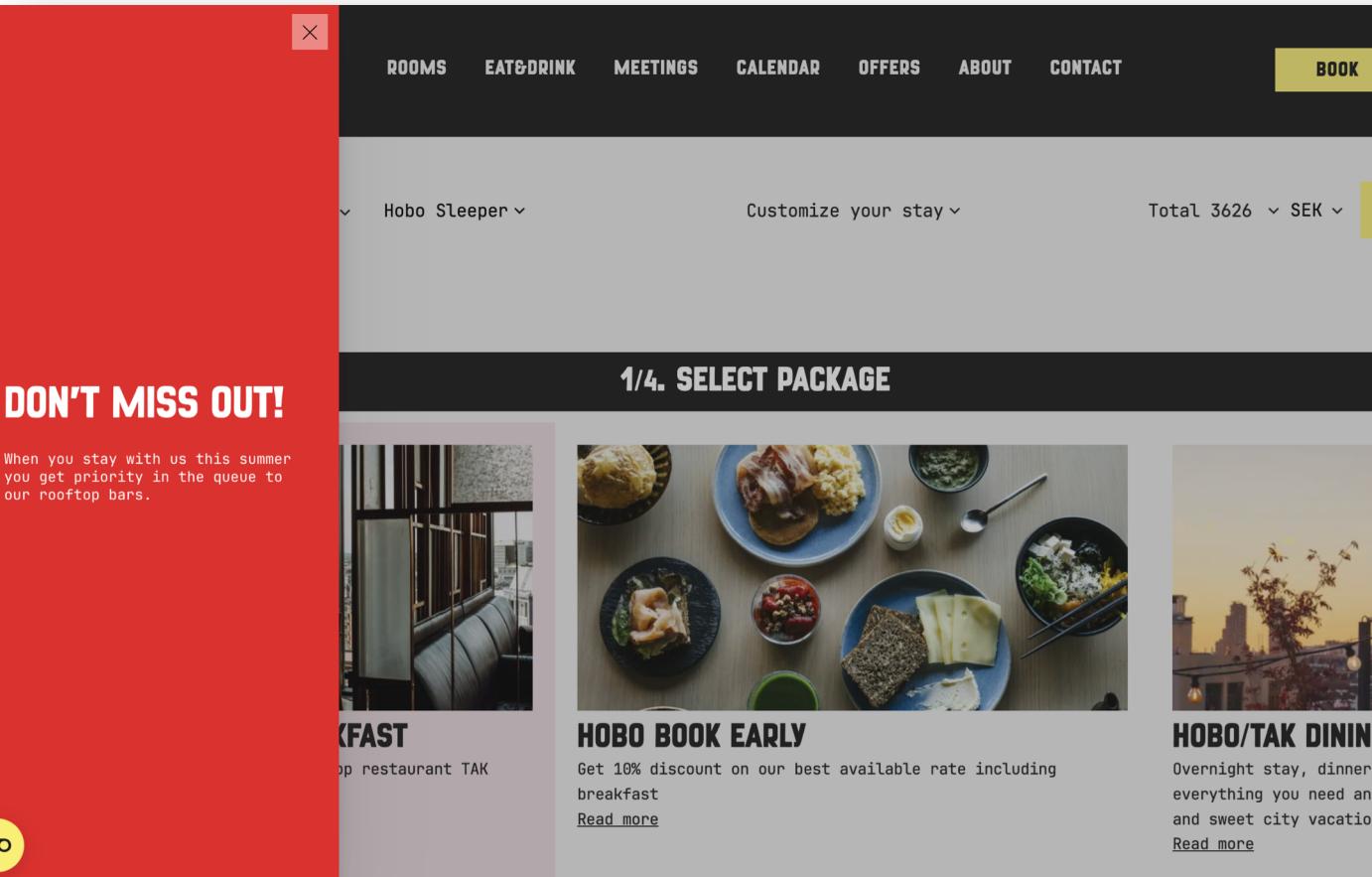
Valid for stays in July and August 2025
Subject to availability

Da rienda suelta a tu creatividad

Más allá de ofrecer una experiencia personalizada, tu web debe despertar las ganas de viajar, y aquí es donde las imágenes potentes marcan la diferencia.

Elige imágenes que complementen tu mensaje, transmitan la sensación de una escapada de ensueño y motiven a los visitantes a convertir esa inspiración en una reserva confirmada.

Días soleados y terrazas con encanto: un imprescindible del verano



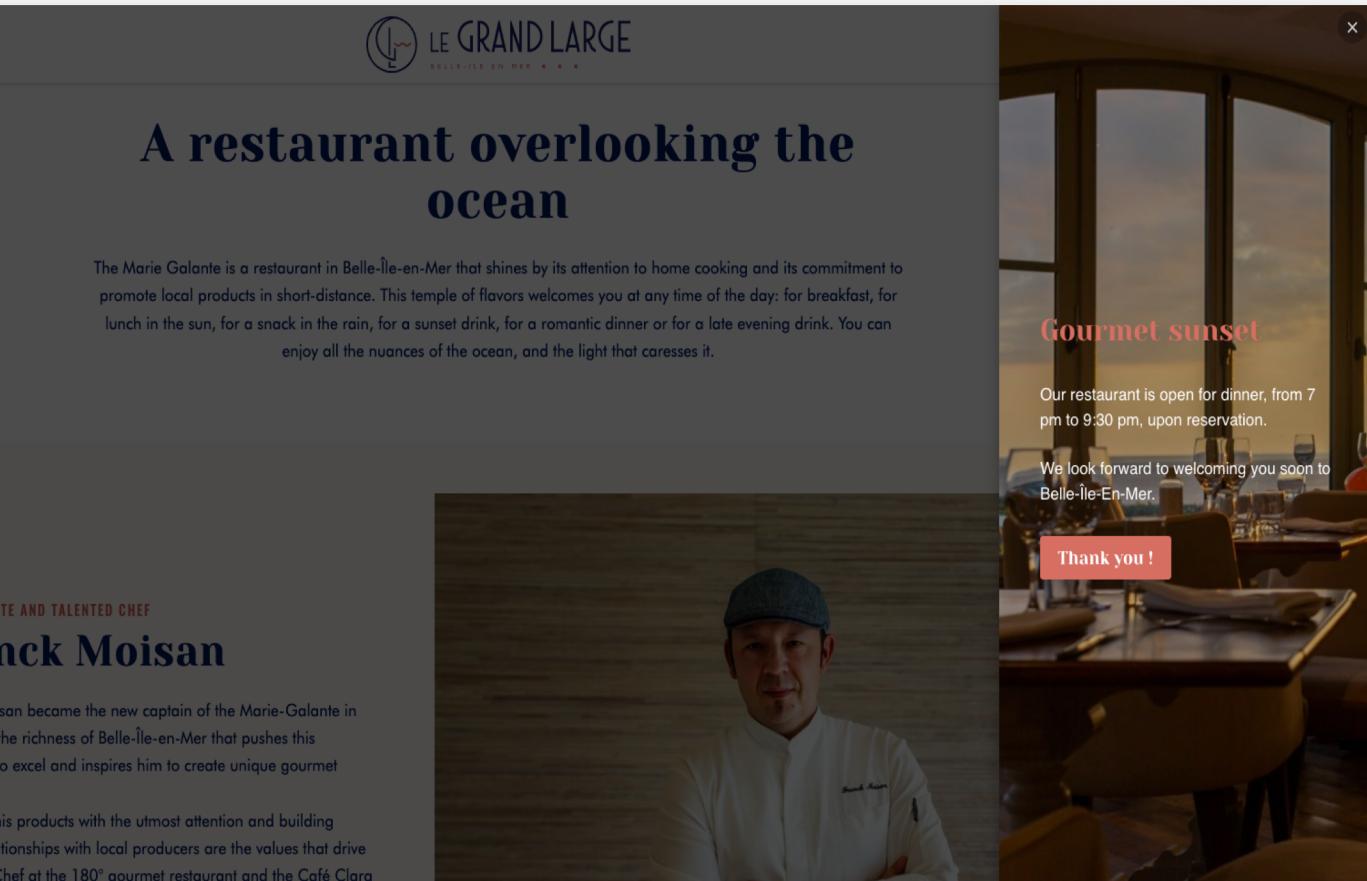
The screenshot shows a hotel website's booking process. The top navigation bar includes links for ROOMS, EAT&DRINK, MEETINGS, CALENDAR, OFFERS, ABOUT, and CONTACT, with a prominent yellow 'BOOK' button. The main content area displays a 'Hobo Sleeper' room type, a 'Customize your stay' section, and a total price of 3626 SEK. A red sidebar on the left features a 'DON'T MISS OUT!' section with a photograph of a rooftop bar and text about priority access to rooftop bars. Below this are sections for 'BREAKFAST' (with a photo of a restaurant interior) and 'HOBO/TAK DINING' (with a photo of a rooftop dining area at sunset). The central part of the page is titled '1/4. SELECT PACKAGE' and shows a grid of food items including bread, cheese, and various dishes. Below this are two promotional offers: 'HOBO BOOK EARLY' (with a 10% discount on breakfast) and 'HOBO/TAK DINING' (described as an overnight stay with dinner and a sweet city vacation).

Los pequeños placeres del verano

Días más largos y bares en la azotea... ¿qué más se puede pedir esta temporada?

Este clásico veraniego prácticamente se promociona solo, así que asegúrate de que tenga protagonismo en tu web. Es un gran ejemplo de cómo destacar los servicios únicos de tu hotel para cautivar a los visitantes durante los meses de sol.

Destaca todo lo que tu marca tiene para ofrecer



Haz realidad el sueño

¿Quién podría resistirse a una experiencia gastronómica al atardecer?

Este es un gran ejemplo de cómo un hotel puede aprovechar sus ventajas exclusivas de verano para generar urgencia e impulsar las reservas. Al resaltar las vistas panorámicas del restaurante, el mensaje genera un atractivo inmediato y ayuda a aumentar los ingresos.

Inspira a los huéspedes a alargar su estancia

¡Haz que dure!

Segmentación basada en fechas de estancia

Cuando un visitante navega por tu motor de reservas, ya está mostrando un alto interés... así que ¿por qué no tentarle con un buen motivo para quedarse más tiempo?

Si segmentas a los usuarios que buscan fechas concretas y les ofreces un incentivo atractivo para extender su visita, podrás aumentar de forma efectiva el valor medio de cada reserva.

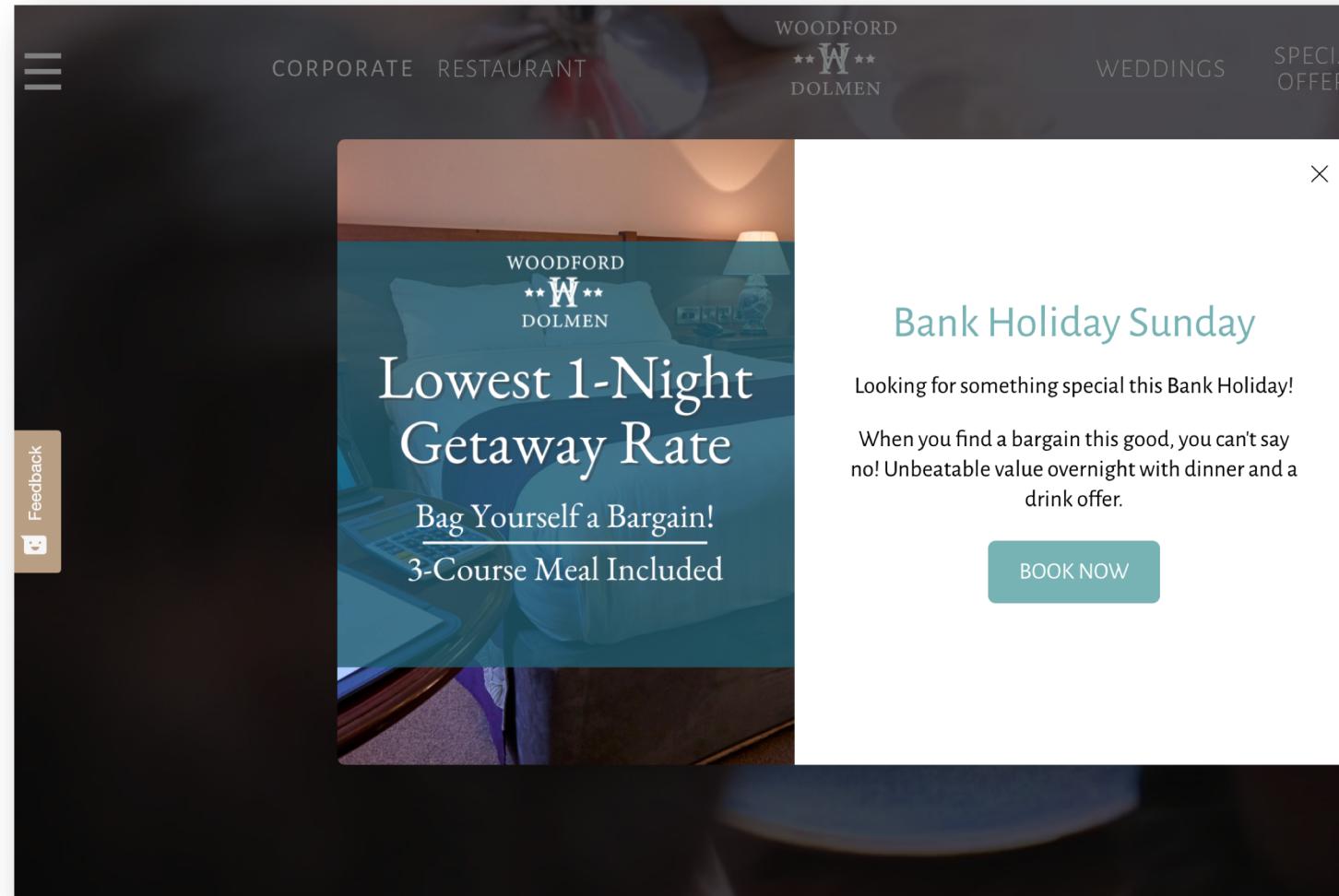
The screenshot shows a promotional offer from 25hours hotels. At the top left is the 25hours hotels logo. On the right, there are navigation links for 'FAQs', 'Mein', and a search bar. The main content features a woman in sunglasses holding a wine glass, with a blurred city skyline in the background. A pink 'book now' button is in the top left of the image area. A large yellow diagonal banner on the right contains the text 'stay & unwind, leave worries behind.' in pink. A pink circle in the bottom right corner contains the text 'stay for 3, pay for 2'. Below the banner, smaller text reads 'stay a little longer for your urban summer trip. stay for 3 nights, pay for 2 nights and book between 24.06 and 14.07.2024'. At the bottom, a small note states: '*offer valid for all 25hours hotels upon availability, limited allotment, black out dates included, available for stays from 15.07 - 31.08.2024 (exceptions may apply). minimum stay of 3 nights required, cancellation 1 day prior, full payment upon check-out.' Below the main image, there are three smaller images showing cityscapes of Dubai, Düsseldorf, and Florence.

Promociona habitaciones premium para aumentar el gasto por huésped

Sedúcelos con una mejora

Con el aumento de la competencia durante el verano, el upselling es una estrategia eficaz para diferenciar tu hotel.

Este es un ejemplo inteligente de cómo utilizar mensajes persuasivos durante el proceso de reserva para resaltar una propuesta de valor irresistible. Al promocionar la tarifa más baja para una noche junto con una oferta de cena de tres platos con bebida incluida, el hotel apela al deseo de los viajeros con conciencia de precio que buscan una escapada breve pero indulgente.



Utiliza una segmentación inteligente para acoger a todo tipo de familias

Una cálida bienvenida para cada familia

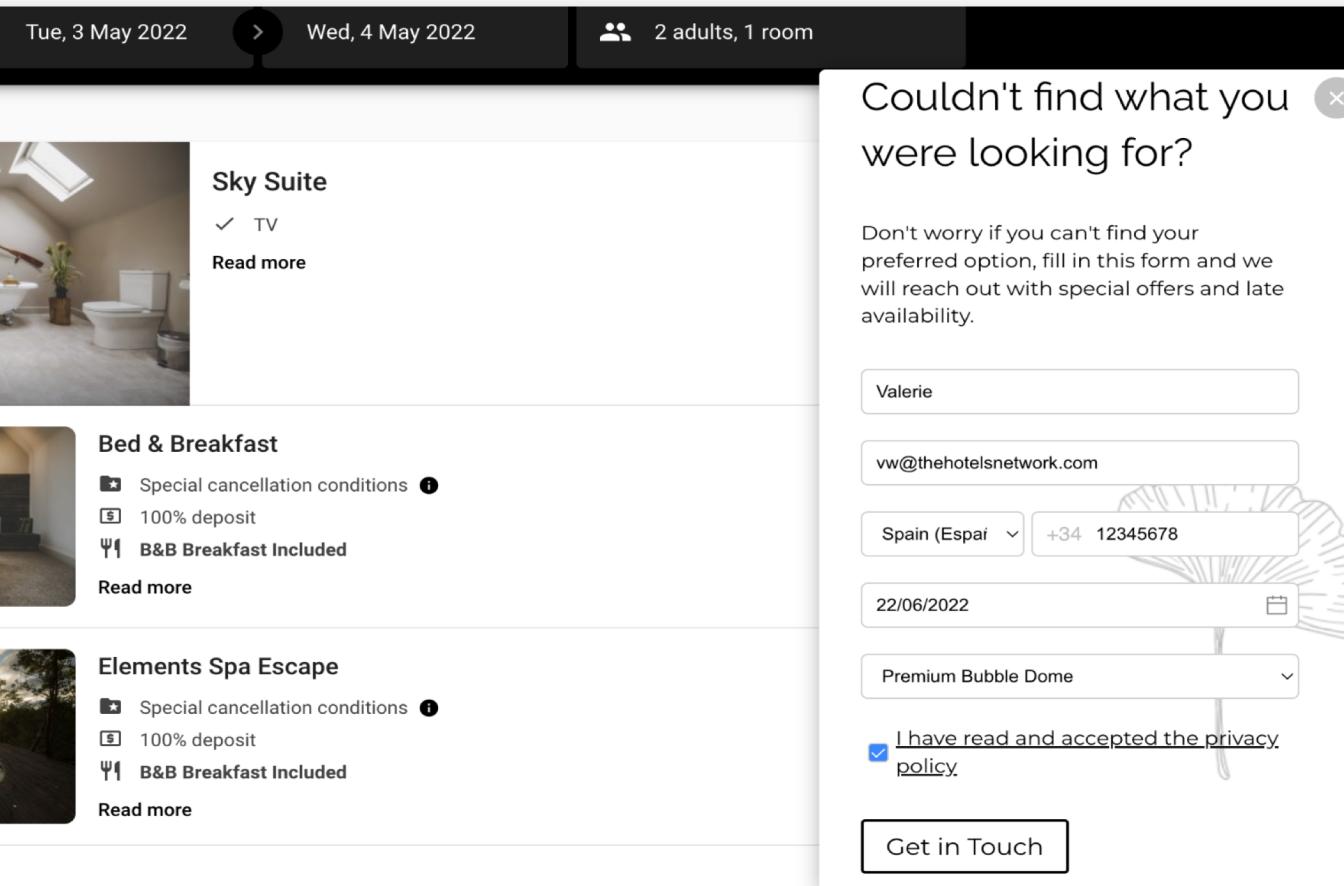
Segmentación para familias

El verano gira en torno a las escapadas familiares, así que destaca los servicios y actividades pensados para familias para atraer a este segmento clave.

Con mensajes dirigidos, puedes adaptar tu comunicación para que las familias se sientan reconocidas, valoradas y entusiasmadas por disfrutar de una estancia veraniega inolvidable en tu hotel.

The screenshot shows a website for DreamPlaceHotels. At the top, there's a navigation bar with 'HOTELS AND DESTINATIONS' and a search bar. Below the header, there's a large image of a child sliding down a water slide. To the left of the main image, there's a logo for 'GRAN CASTILLO TAGORO' with the tagline 'FAMILY & FUN' and 'PLAYA BLANCA'. A small inset image shows a family in a room. Below the inset, a promotional message reads: 'Start the summer with your family Up to -25% discount! Enjoy a family holiday in Lanzarote. You can also enjoy a superior room with beach view for the same price as the superior double.' A 'Book now' button is at the bottom of this box. At the bottom of the page, there's a link to 'https://www.dreamplacehotels.com/en/hotel-gran-tagoro/' and the name 'Hotel Gran Castillo Tagoro'.

Ofrece alternativas cuando estés completo



Tue, 3 May 2022 > Wed, 4 May 2022 2 adults, 1 room

Sky Suite
✓ TV
Read more

Bed & Breakfast
Special cancellation conditions ⓘ
100% deposit
B&B Breakfast Included
Read more

Elements Spa Escape
Special cancellation conditions ⓘ
100% deposit
B&B Breakfast Included
Read more

Couldn't find what you were looking for?

Don't worry if you can't find your preferred option, fill in this form and we will reach out with special offers and late availability.

Valerie

vw@thehotelsnetwork.com

Spain (Espai) +34 12345678

22/06/2022

Premium Bubble Dome

I have read and accepted the [privacy policy](#).

Get in Touch

¿Sin disponibilidad? ¡Aún hay potencial!

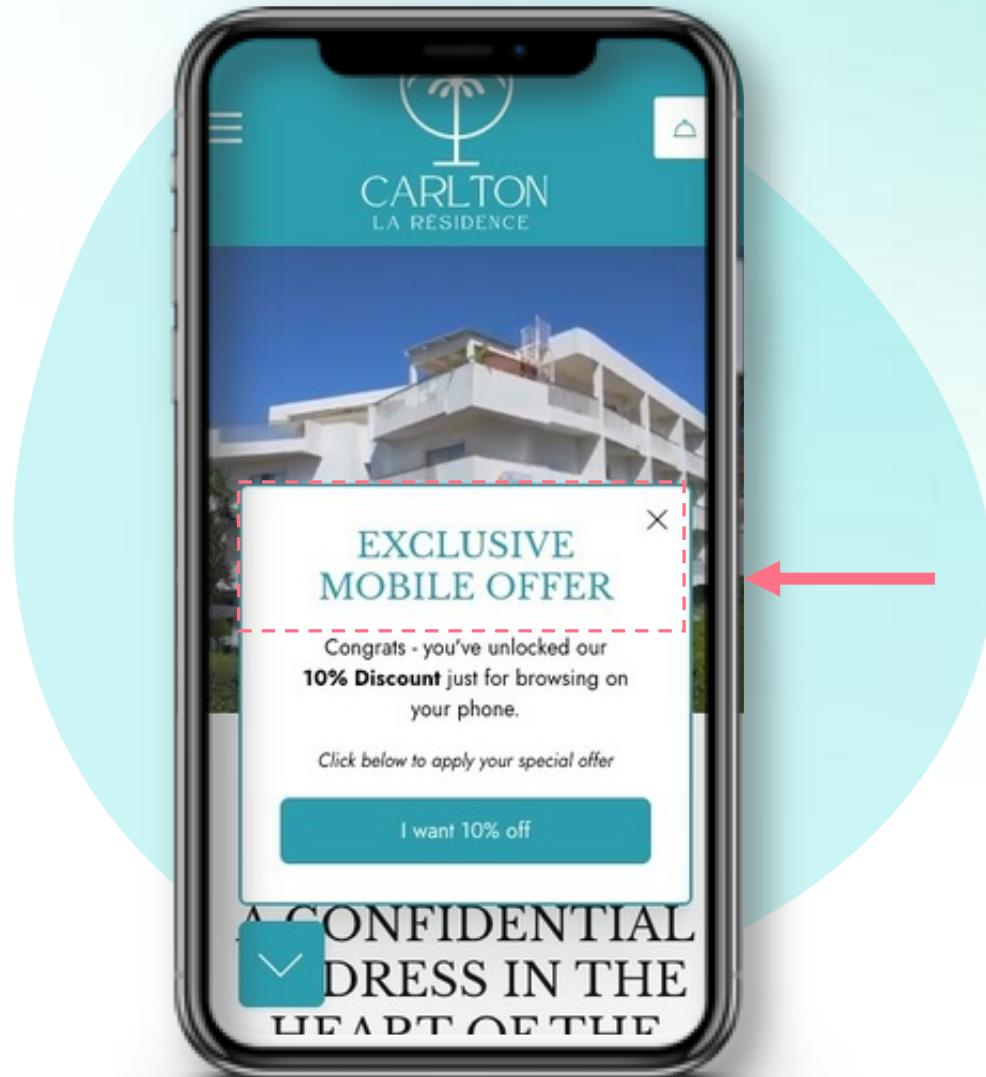
Segmentación de búsquedas sin disponibilidad

Si tu hotel está completo para ciertas fechas de verano, ¡enhorabuena!

Pero no dejes que los posibles huéspedes se vayan con las manos vacías. Recoge sus datos para poder avisarles si se libera alguna plaza, y al mismo tiempo sigue ampliando tu base de datos para futuras oportunidades.

Con los Formularios, recopilar información de los visitantes para usar en campañas posteriores es rápido y sencillo.

Da prioridad al móvil para ofrecer un proceso de reserva fluido



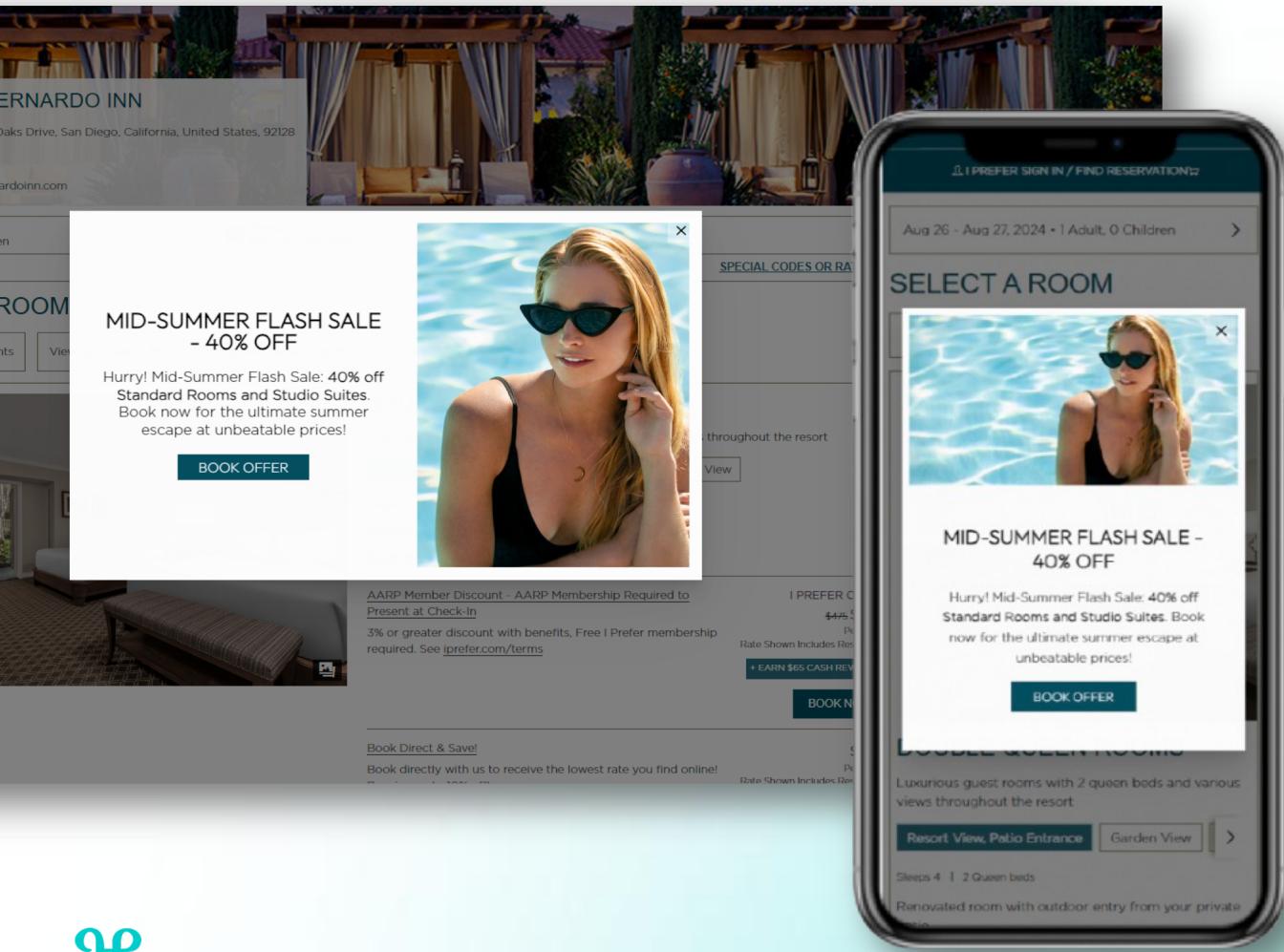
El móvil importa

Con el aumento del tráfico móvil, ofrecer una experiencia fluida y personalizada es esencial para los hoteleros este verano.

En esta campaña exclusiva para móviles, los usuarios reciben un mensaje que capta su atención al instante y los redirige al motor de reservas. Como los usuarios móviles suelen abandonar antes, este paso resulta clave. Una vez en el motor, descubren que han desbloqueado un 10 % de descuento solo por estar navegando desde el móvil.

Es una forma sencilla pero eficaz de crear una sensación de personalización y acompañar al usuario de forma natural a lo largo del embudo de conversión.

Adapta el diseño de tus mensajes según el dispositivo

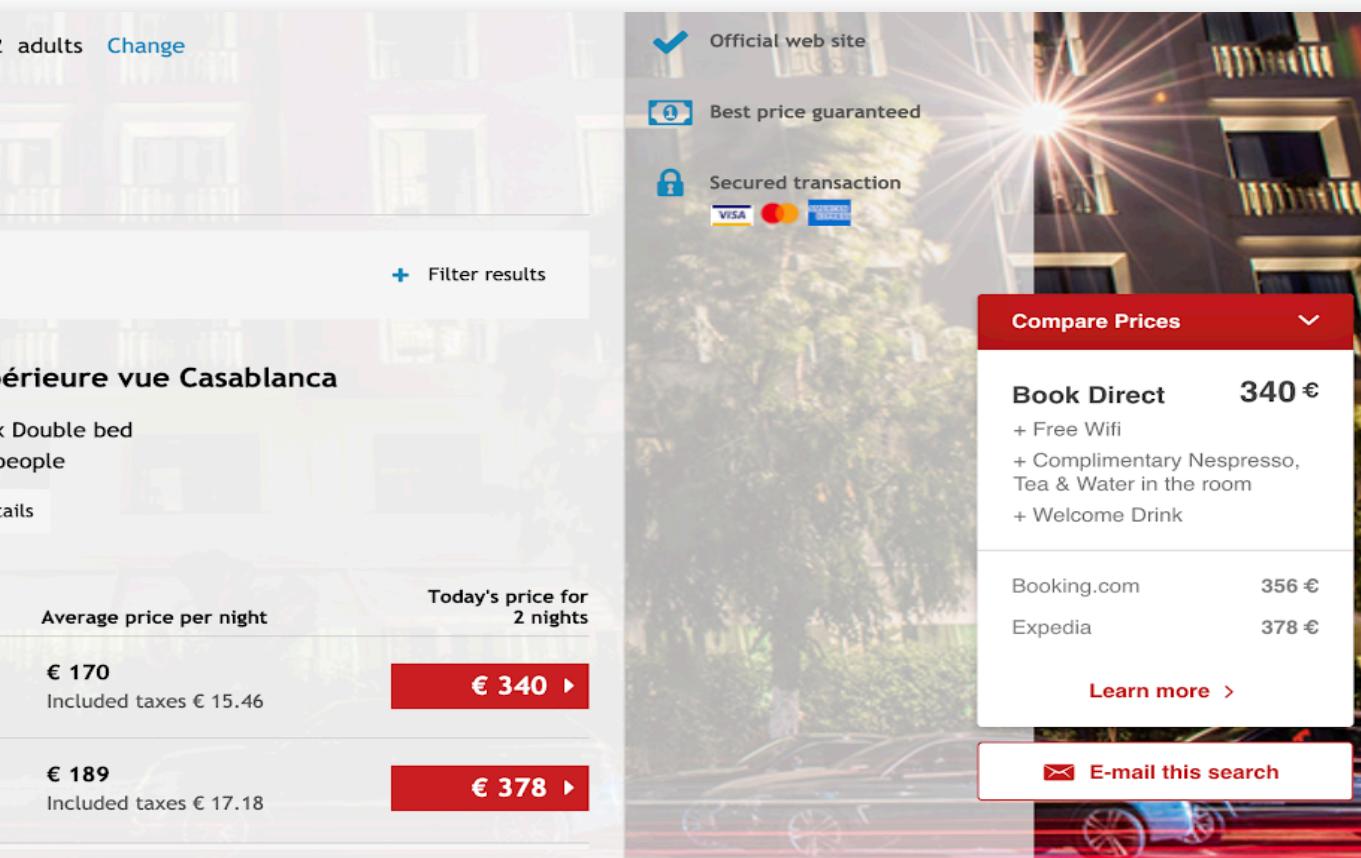


Breve y directo

Los estudios indican que solo tienes siete segundos para captar la atención de un usuario móvil, así que cada palabra cuenta.

Mantén tus mensajes de marketing claros y concisos, asegurándote de que se adapten bien a pantallas pequeñas. Prioriza el impacto sobre la cantidad para fomentar una interacción más rápida y obtener mejores resultados.

Deja claro que ofreces la mejor tarifa disponible



Siempre la mejor opción

Es habitual que los visitantes abandonen tu web para comprobar precios en OTAs y otras plataformas... al fin y al cabo, ¡todos buscan la mejor oferta de verano!

Con la herramienta del Comparador de Precios, puedes demostrar con confianza que tu tarifa directa es la más competitiva. Además, al resaltar dentro de la propia herramienta las ventajas de reservar directamente, refuerzas el mensaje de que tu web es la mejor elección para completar la reserva.

Aborda las disparidades de precio en tiempo real

Igualación de precios

¿Las OTAs están mostrando tarifas más bajas que tu web? Activa **Price Match** para corregir estas disparidades al instante e impulsar las reservas directas.

Cuando se detecta una diferencia de precio, los visitantes verán una oferta para igualarla: al hacer clic, se aplica automáticamente un descuento que alinea tu tarifa con la de la OTA. Además, puedes establecer reglas de segmentación para definir quién ve la oferta, cuándo aparece y cuánto se descuenta.

The screenshot shows the 'Rooms & Rates' section of the Peaceful Garden Hotel website. At the top, there is a navigation bar with links to Home, Rooms, Restaurant, Weddings, Membership, and Contact. The 'Rooms' link is highlighted. The main heading is 'Rooms & Rates' with the sub-instruction 'Plan your perfect stay at our hotel'. Below this is a three-step process: 'Choose your room' (step 1, highlighted with a green circle), 'Enhance your stay' (step 2), and 'Enter your information' (step 3). The 'Choose your room' section displays two room types: 'Internal Garden Room' and 'Green View Room'. The 'Internal Garden Room' is described as 'Comfortably and tastefully furnished, it is the ideal room to come to after a fabulous adventure exploring the surroundings.' It has a size of '25m²', 'Beds: 1', 'People: 2', and a price of '€130'. The 'Green View Room' is described as 'The perfect blend of comfort and culture, our room' (partially cut off). To the right, there is a 'Compare Prices' section showing a 'Book Direct' price of '117 €' (130 €) with a 'Best Rate Guarantee', a '15% off Spa treatments', and a 'Room Upgrades' option. A green box highlights a 'Special offer available! Click here to get 10% off' link. Below this are 'Check in' (From 15.00h), 'Check out' (Before 12.00h), 'Reservation date' (From 4/12/2019 to 5/12/2019), and 'People' (1 Adults, 1 Child). A green arrow points to the 'Special offer available!' link. The 'Compare Prices' section also lists prices from other platforms: Agoda (122 €), Booking.com (122 €), Hotels.com (130 €), and Expedia (134 €). A 'Learn more >' link and an 'E-mail this search' button are also present.



Principales conclusiones

- El verano está a la vuelta de la esquina y los viajeros ya están reservando, así que una preparación anticipada es clave.
- Diseña ofertas y experiencias de temporada irresistibles, y asegúrate de que estén claramente comunicadas en la web para captar la atención e impulsar la interacción.
- Facilita el proceso de reserva eliminando cualquier fricción. Utiliza mensajes oportunos, relevantes y visualmente atractivos para aumentar las conversiones en cada etapa del recorrido.
- Adopta un enfoque *mobile-first*. Mantén los mensajes breves y claros para los usuarios móviles, sin perder la coherencia en el tono a través de todos los dispositivos.
- Y, por último, destaca aquello que hace especial a tu establecimiento. Personaliza el contenido para cada visitante y asegúrate de que tu hotel no solo se diferencie, sino que permanezca en la mente de los viajeros durante toda la temporada.

Sobre The Hotels Network

The Hotels Network es una compañía de tecnología innovadora que trabaja con más de 20.000 hoteles en el mundo, proporcionándoles una plataforma para el crecimiento del canal directo. Su conjunto de herramientas integradas y de análisis, permite a las marcas hoteleras atraer, convertir y conectar con los huéspedes durante el proceso de reserva.

Además de la comparación de precios, el resumen de reseñas y un conjunto de opciones de personalización, la suite de IA de THN está profundamente integrada en su plataforma, abarcando desde el análisis predictivo hasta la IA generativa. La personalización predictiva utiliza el aprendizaje automático para predecir el comportamiento del usuario y adaptar automáticamente los mensajes y las ofertas a cada visitante. La herramienta de evaluación comparativa BenchDirect proporciona datos competitivos inigualables para el canal directo. Entre las innovaciones más recientes se encuentran KITT, un recepcionista virtual de voz impulsado por IA, y Loyalty Lite, una solución de login fluido para ofrecer experiencias de reserva personalizadas a los huéspedes.

[Contáctanos](#) para saber más.

THN se enorgullece de haber sido reconocida por sus innovaciones de producto, su rápido crecimiento y su cultura de trabajo única por tercer año consecutivo, siendo nombrada recientemente [Mejor Herramienta de Reserva Directa para 2025](#) en los prestigiosos HotelTechAwards.





www.thehotelsnetwork.com

Crecimiento para tu canal directo

Oficinas en Barcelona con un equipo alrededor del mundo

Athens · Austin · Bangkok · Barcelona · Colombo · Frankfurt · Hong Kong · Istanbul
Mexico City · Miami · New York · Paris · San Francisco · Singapore · Vancouver

