

# Implementación de estrategias de marketing digital para el hotel Ángel

[Subtítulo del documento]

Autor: Adriana Perete Encarnación

1-7-2021

# Índice

## Contenido

Resumen.....	2
Palabras clave.....	3
Introducción .....	4
Desarrollo .....	5
Google mi negocio.....	5
Estrategias en Facebook.....	6
Fan page .....	7
Configurar la siguiente información:.....	7
Después de la configuración de los datos es importante planificar nuestro contenido.....	8
Estrategias de SEO.....	9
Objetivos .....	9
Implementación de App.....	10
Objetivos .....	10
¿Cómo sería la app? .....	11
Esquema .....	11
Valor agregado de la App.....	12
Conclusión .....	13
Recursos Anexos en la biografía.....	14
Bibliografía .....	14
Ilustraciones .....	14

## Resumen

La finalidad de este Proyecto es plasmar algunas estrategias de marketing digital para el hotel Ángel, aprendidas durante la Especialidad de Marketing Digital.

La industria hotelera realiza grandes esfuerzos para ofrecer servicios de calidad utilizando generalmente herramientas de:

Marketing digital

Social media

E - commerce

Blended marketing

Implementación de campañas

Ingeniería aplicada

Posicionamiento web

Haciendo uso del conocimiento estas herramientas, tendrán gran importancia para complementar nuestro servicio y conocer más acerca de las inquietudes y propuestas de los clientes al momento de tener la experiencia de nuestro servicio.

Todas las estrategias aplicadas en este proyecto, son tomadas para la mejora de nuestro servicio y estar a la vanguardia en el entorno digital para el posicionamiento del hotel Ángel, con el objetivo de cumplir en lo posible con las expectativas de los clientes.

La finalidad de este Proyecto es plasmar algunas estrategias de marketing digital para el hotel Ángel, aprendidas durante la Especialidad de Marketing Digital.

## Palabras clave

Estrategias, Marketing digital, Industria hotelera, Servicio de calidad, Social media, Blended, Campañas, Posicionamiento web, Nuevos segmentos, Google mapa, Redes Sociales, Dominio, Posteo, Contenido, Creator studio, Estadísticas, Aplicación.

## Introducción

El hotel Ángel, se encuentra ubicado en el Estado de México Municipio de Ocuilan poblado la Pastoría, cerca del cuarto monumento religioso más grande de México y el más grande del mundo dedicado a la virgen de Guadalupe y a 15 minutos de la iglesia del Señor de Chalma partiendo de ahí la ubicación del lugar lo hace ser una zona turística.

En la iglesia se veneran muchas imágenes durante todo el año, lo que hace que las peregrinaciones no falten, la calle insurgente donde se está construyendo el hotel es el camino para las personas que van con rumbo a Cuernavaca, para los peregrinos con destino a Chalma, Malinalco, Tenancingo, Santiago Tianguistenco y Toluca, también nos encontramos con viajeros que buscan resguardarse durante su camino.

El hotel cuenta con habitaciones individuales, matrimoniales y familiares como principal Giro venta de servicios de alojamiento al público en general con servicio de calidad.

Este proyecto está basado en el desarrollo de estrategias de marketing digital, social media, venta, posicionamiento e implementación de campañas para atraer nuevos segmentos de mercado.

Cada una de las estrategias de marketing digital, que utilizaremos para la comercialización llevadas a cabo en los medios digitales, serán relevantes para que el target interactúe. (MD, s.f.)

## Desarrollo

### Google mi negocio

Nuestra competencia directa son los hoteles que están ubicados en las áreas turísticas y nuestra competencia indirecta son los moteles y posadas más cercanas de nuestra ubicación. En el mapa que se muestra de lado derecho figura 1 de Google maps nos muestra que en el municipio de Ocuilan sólo hay hotel cercano a nuestra ubicación. Esto nos posiciona en ventaja, a la mayoría de los internautas se les facilita googlear lo que necesitan. Estas

estrategias de Google mi negocio nos ayudará a que los visitantes nos encuentren y convertirnos en la primera o segunda opción. Claro, esto dependerá de los gustos y la capacidad económica que tengan los turistas.

Una vez incluyendo nuestra información en Google mi negocio, los visitantes podrán tener acceso a la información de nuestro hotel, recepción, costo, instalaciones, ubicación, contacto directo etc. Es importante resaltar que existen más hoteles que no aparecen en Google maps pero que cuentan con su servicio activo, de bajo costo, son familiares y pequeños.

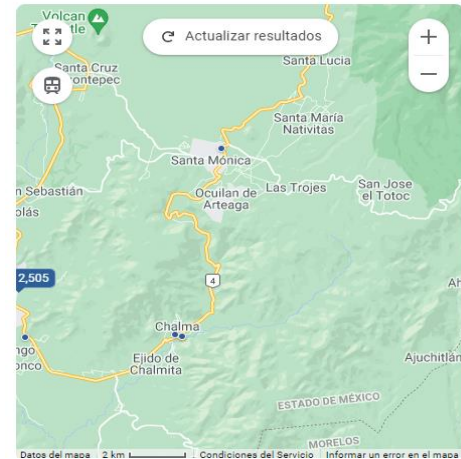


Figure 1 Hoteles en Google Maps

## Estrategias en Facebook

### ● FACEBOOK ES LA RED SOCIAL QUE PREDOMINA EN MÉXICO

\*Nota: Los datos representan audiencias alcanzables con publicidad reportada en cada plataforma y puede que no reflejen el total de usuarios activos en cada red social.

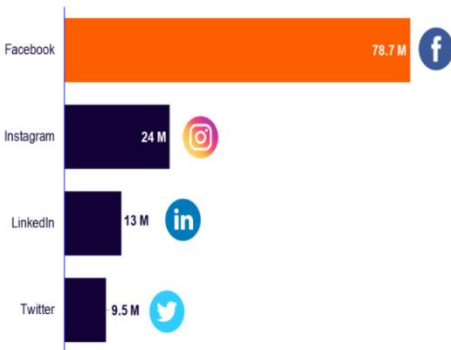


figura 2

Redes Sociales

Hoy vivimos en una evolución a consecuencia de la contingencia del Covid 19. Se ha aumentado el porcentaje de usabilidad de los internautas, México cuenta con 136.1 millones de habitantes, de los cuales el 69% cuenta con un perfil en alguna de las redes sociales que están disponibles. (Solares, 2021) Entonces hay más de 90 mil usuarios activos en México. Una de las herramientas más usadas en social media es

Facebook, la cual nos ayuda a romper barreras geográficamente, abriendo distintos canales de comunicación aumentando y mejorando el

compartir información, no es necesario tener una inversión muy grande para darte a conocer, ya que con un bajo presupuesto podemos ir posicionando al hotel Ángel en la mente de nuestro target o de nuestros posibles consumidores mientras se activa la venta de nuestro servicio.

Conectar con la audiencia joven esto lo haremos mediante plataformas como Facebook, Instagram en la que se postearan contenido de prueba y error, para entender qué tipo de contenido genera mayor impacto para la retención de nuestros clientes y poder concretar reservaciones.

Facebook Ads, buscamos visibilidad o generar interacción con nuestra comunidad y público objetivo disponiendo de un presupuesto bajo para comunicar un mensaje a nuestra audiencia y que capte su interés.

En la siguiente figura se muestran los resultados de estudio de las plataformas más demandadas por los internautas, es por eso que hemos decidido utilizar las 3 primeras.

En social media hace mayor énfasis del cómo muchas de las empresas han tenido que adaptar sus servicios para estar en contacto directo con sus consumidores. El objetivo para nuestra marca es conseguir followers en la fan page, nuestros seguidores podrán acceder a toda nuestra información más relevante e interactuar con un like, comentar y realizar reservaciones.

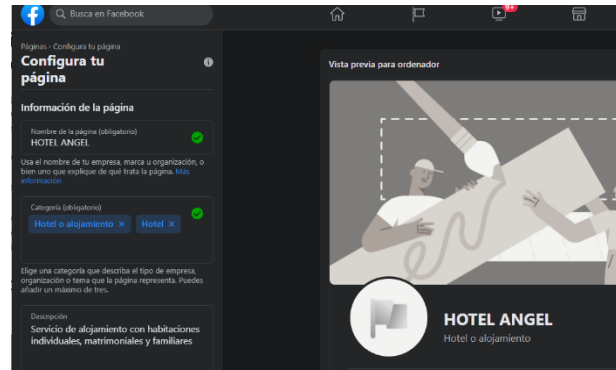


Figure 2 Creación de la Fan page

## Fan page

A continuación, desarrollaremos el procedimiento de la creación de la Fan page. En la figura número 4 que se muestra de lado derecho, podemos observar los pasos para la creación de Fan page.

- ✓ Nombre de la página: HOTEL ÁNGEL
- ✓ Categoría: Hotel o alojamiento, Hotel
- ✓ Escribe algo para empezar: Servicio de alojamiento con habitaciones individuales, matrimoniales y familiares.
- ✓ Agregar imagen de perfil: En mi caso solamente agregue algunas imágenes que represente nuestro giro, ya que nuestras instalaciones no se encuentran activas.
- ✓ Agregar imagen de portada: En mi caso solamente agregue algunas imágenes que represente nuestro giro.

Configurar la siguiente información:

- Añadir un sitio web
- Añadir información de ubicación
- Añadir el horario.
- Añadir número de teléfono
- Conecta WhatsApp
- Añadir botón



Después de la configuración de los datos es importante planificar nuestro contenido

#### *Territorios de marca*

Resaltaremos nuestras oportunidades

Nuestra ubicación permite que nuestros huéspedes puedan desplazarse a diferentes lugares turísticos, además de ahorrar dinero, tiempo y estrés.

Nuestra presencia en redes sociales con el fin de promover la participación de nuestros huéspedes

#### *Estilo y tono*

##### Estilo

- Informativo
- Emocional
- Honesto

##### Tono

- Informativo
- Corporativo
- Testimonial

#### *Categoría y formatos*

- Imágenes emotivas
- Francés o citas
- Tips
- Cupones
- Gifs
- Fotos sorprendentes

#### *Ingredientes de un buen post*

Texto: atributos, ventajas y beneficios de nuestro servicio.

#hashtags: de tendencia, nuestra campaña, post que proponemos

Contenido temporal

Contenido en tiempo real

Contenido planificado

Esto dependerá del calendario de posteos y temporadas.

Nuestras publicaciones se realizarán en Creador estudio y Facebook bussines esto a consideración de la estrategia de lanzamiento del contenido a publicar y de saber qué es lo que queremos lograr; enfocada a más target, ayudar a que nuestra página sea más reconocida, campañas pagadas para potenciar el tráfico y evaluar el resumen de las estadísticas en términos generales alcance, público y contenido.

Dentro de nuestras estrategias crearemos una campaña en Facebook Ads para generar lead ya que es una plataforma que está de moda y nos permite obtener un retorno de inversión ROI y ver resultados de un día para otro de nuestro anuncio, partiendo de una lista básica de la gente a la que queremos llegar o también podemos crear públicos similares para poder llegar a mucha gente.

### Estrategias de SEO

Partiendo de esto se comprará el dominio ya que es el nombre único que recibe un sitio web en internet. Este nombre identifica a una página web concreta sin que puedan existir dos o más sitios web, aportando seriedad y profesionalidad a nuestro proyecto para apuntarlo a las redes sociales que en nuestro caso son Facebook (Fan page) e Instagram para generar tráfico y nos pueda dar opciones que complementarán nuestras estrategias en este caso el dominio servirá como un lugar de alojamiento. Se utilizará una cuenta de WordPress ya que nos da varias herramientas.

### Objetivos

#### *Obtener el dominio*

*Crear artículos en WordPress*; seo, legibilidad, redes sociales.

#### *Activar:*

- Google Analytics

Es el servicio de análisis web que utilizaremos con el que obtendremos diferentes tipos de información de un sitio, como su número de visitantes o la tasa de conversiones, en tiempo real.

- **Google Search Console**  
Google Search Console es un servicio gratuito de Google que nos ayuda a supervisar, mantener y solucionar los problemas de aparición de tu sitio web en los resultados de la Búsqueda de Google.
- **Instalación de Plugins**  
Los plugins permiten añadir características y funcionalidades adicionales, nuevas actividades, nuevos tipos de preguntas para exámenes, nuevos reportes, integraciones.
- **Configuración de Plugins**  
En cada uno de los Plugins las configuraciones son diferentes, esto dependerá de las herramientas que quieras activar.

### Implementación de App

También se impulsará el desarrollo de la aplicación. Esta será el ADN de las diferentes funcionalidades para el hotel en las que se medirán cuestiones administrativas, delimitación de actividades y responsabilidades para los colaboradores y de servicio para los huéspedes.

### Objetivos

- Maximizar la presencia de la marca
- Aumentar engagement con nuestra aplicación
- Incentivar y sugerir la descarga de nuestra app
- Posicionar mejor la web Mobile o la aplicación en los resultados de búsqueda (los buscadores posicionan mejor la web, carguen rápido y que tengan un mejor rendimiento)
- Acceso a todas nuestras redes sociales

Crear una experiencia fluida mediante la aplicación durante la estancia del huésped en el Hotel Ángel, creando un alto nivel de acercamiento y poder brindar un servicio de alta calidad a nuestros huéspedes.

¿Cómo sería la app?

La app para nuestros huéspedes es brindar comodidad; podrán pedir directamente desde su teléfono inteligente desde snacks, bebidas, comidas, toallas, reservar habitación, catálogo de productos y otros; todo con servicio habitación o en cualquier otra área del hotel. (VALLVÉ, 2017)

Esquema

La app funcionara de dos maneras como un producto y/o servicio canal por el cual se ejecutarán las responsabilidades

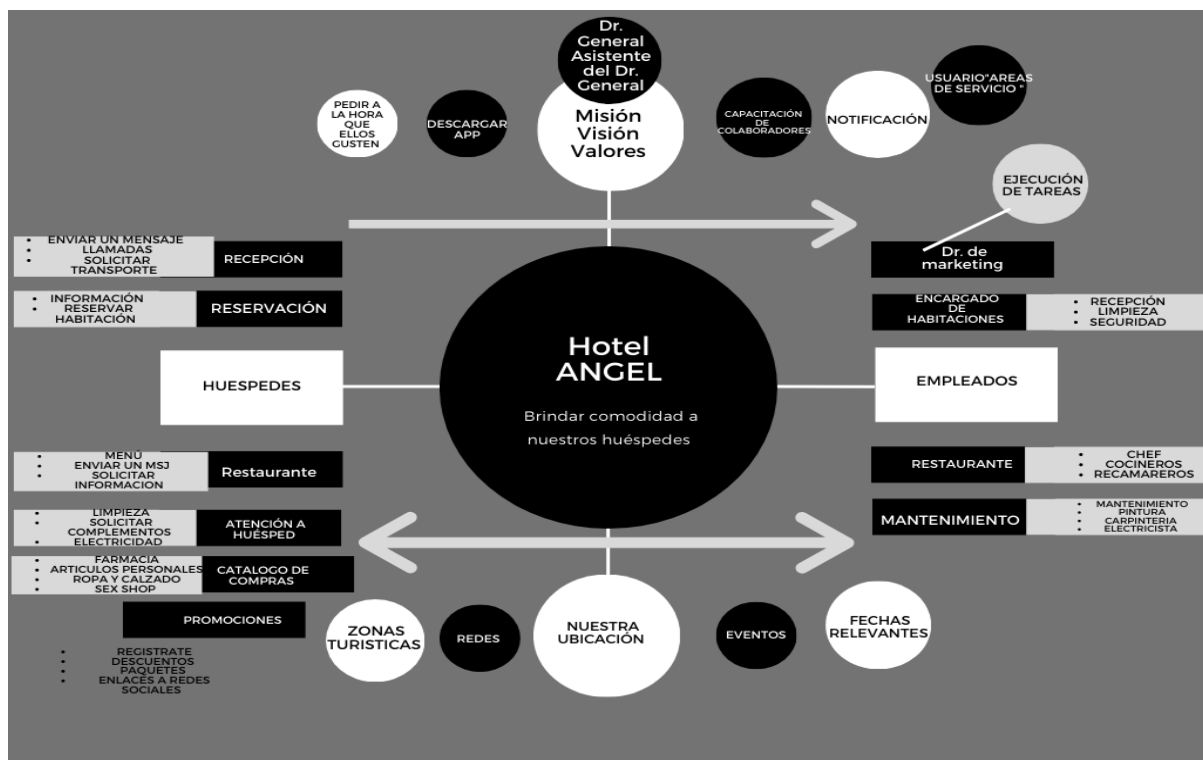


Figure 3 Esquema

## Valor agregado de la App

- ✚ Utilización de la app para satisfacer las necesidades de los huéspedes
- ✚ Hacer una reservación
- ✚ Hacer el Check in y check out.
- ✚ Registro de equipaje.
- ✚ El servicio a huésped es personalizado
- ✚ Solicitar servicio a habitación de las diferentes áreas del hotel (Restaurante, bar, compras, servicios de mantenimiento habitación).
- ✚ Comprar en el catálogo de productos.
- ✚ Encontrar información de zona turísticas y celebridades de pueblos vecinos.
- ✚ Pagos de servicio dentro de la misma app

## Conclusión

El marketing digital evolucionó a consecuencia del confinamiento derivado del virus denominado SARS-CoV-2, impulsando a emprendedores, empresarios de pequeñas, medianas y grandes empresas a utilizar las diferentes plataformas digitales para anunciar sus productos y servicios. Es por ello que en este tiempo el marketing es una de las herramientas más importantes para el presente proyecto, pues de esa manera lograremos llegar a diferentes segmentos y poder ofrecer un mejor servicio dentro del hotel. Las plataformas (Facebook, Facebook ADS, Google mi negocio, Wordpress, etc.) establecidas en este proyecto nos ayudarán a difundir los diferentes contenidos con base a lo plasmado en este documento.

## Recursos Anexos en la biografía

### Bibliografía

MD. (s.f.). Obtenido de MD: <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Solares, C. (2021). *iLB*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/redes-sociales-mas-utilizadas-en-mexico-en-2021/2020/11/>

VALLVÉ, A. M. (2017). EL MOBILE MARKETING Y LAS APPS. En A. M. VALLVÉ, *CÓMO CREAR APPS E IDEAR*. UOC.

### Ilustraciones

Figure 1 Hoteles en Google Maps .....	5
Figure 2 Creación de la Fan page .....	7
Figure 3 Esquema .....	11