

**VENTA DIRECTA**  
**VS**  
**VENTA INTERMEDIADA**

*By Francisco Nájera*

# **VENTA DIRECTA**

Venta que el hotel consigue a través de sus canales directos al menor coste de distribución posible.

# **VENTA INTERMEDIADA**

Venta que el hotel consigue a través de un tercero previo pacto de una comisión o precio negociado.

# PILARES DE LA VENTA DIRECTA

WEB CORPORATIVA



FIDELIZACIÓN / CONOCIMIENTO DEL CLIENTE



ATENCION PERSONALIZADA



MOTOR DE RESERVAS



VENTA TELEFONICA



PRESENCIA EN REDES



# PILARES DE LA VENTA DIRECTA

WEB CORPORATIVA



INFORMACIÓN PRÁCTICA Y VERAZ

USABILIDAD

INDEXACIÓN

INTERACCIÓN

# PILARES DE LA VENTA DIRECTA

EXTRANET INTUITIVA

ALTA CONVERSIÓN

INTEGRACIÓN CON GOOGLE ADS Y  
METABUSCADORES

ESTADÍSTICA / BUSINESS  
INTELLIGENCE

MOTOR DE RESERVAS



# PILARES DE LA VENTA DIRECTA

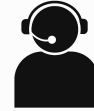
## FIDELIZACIÓN / CONOCIMIENTO DEL CLIENTE



CRM

INFORMACIÓN Y OFERTAS  
PERSONALIZADAS MULTICANAL

## VENTA TELEFÓNICA



INFORMACIÓN Y RESERVAS

MONITORIZACIÓN

# PILARES DE LA VENTA DIRECTA

## ATENCIÓN PERSONALIZADA



### COMUNICACIÓN MULTICANAL:

WEB  
TELÉFONO  
CHAT  
RRSS  
EMAIL

## PRESENCIA EN REDES



DAR VISIBILIDAD

CONSEGUIR TRÁFICO A LA WEB

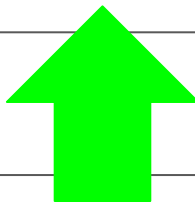
CANAL DE COMUNICACIÓN  
CLIENTES

# CREENCIA POPULAR

**VENTA  
DIRECTA**

**PRECIO DE VENTA PÚBLICO  
100€**

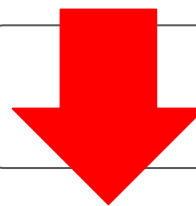
**BENEFICIO  
100€**



**VENTA  
INTERMEDIADA**

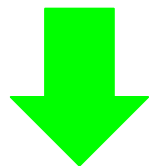
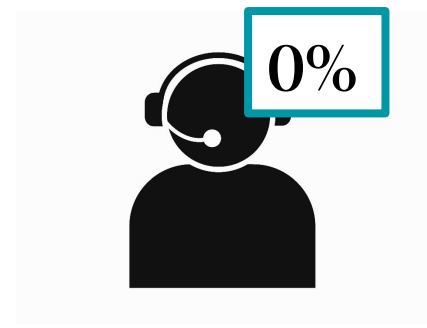
**PRECIO DE VENTA PÚBLICO  
100€ - 15%-25% COMISIÓN**

**BENEFICIO  
80€**

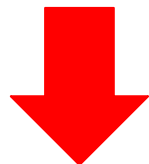




# NIVEL 1 DE VENTA DIRECTA



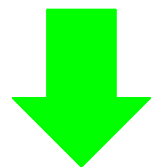
**COSTE DE INTERMEDIACIÓN**



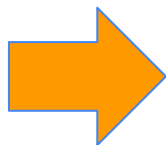
**RESERVAS DIRECTAS**



# NIVEL 2 DE VENTA DIRECTA



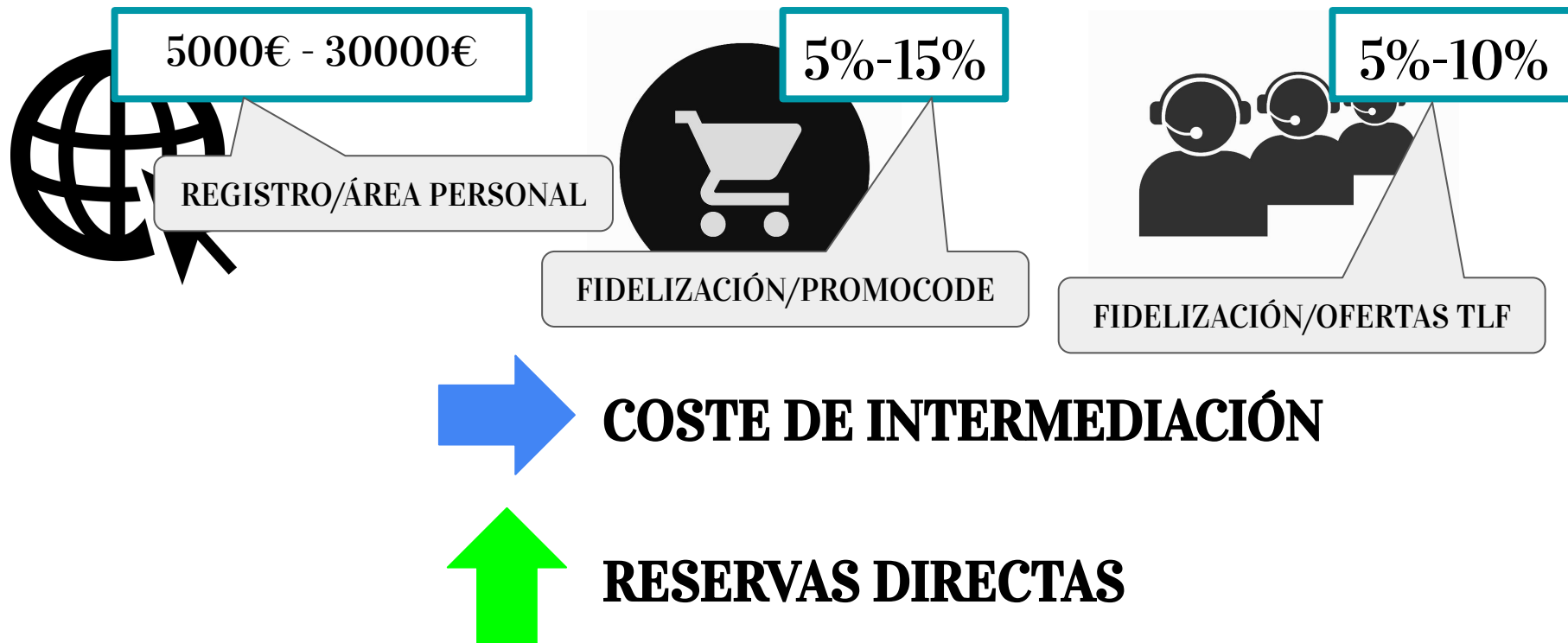
**COSTE DE INTERMEDIACIÓN**



**RESERVAS DIRECTAS**



# NIVEL 3 DE VENTA DIRECTA



# NIVEL 4 DE VENTA DIRECTA

 Google AdWords

30000€ - 200000€

REGISTRO/ÁREA PERSONAL



10%-20%

FIDELIZACIÓN/PROMOCODE



10%-15%

FIDELIZACIÓN/OFERTAS TLF



**COSTE DE INTERMEDIACIÓN**



**RESERVAS DIRECTAS**



# VENTA INTERMEDIADA



**Destinia**

**OTAs**

Booking.com

**momondo**

**METABUSCADORES**

**trivago**

**MAYORISTAS  
BANCO DE  
CAMAS**

**w2m**  
WORLD2meet  
DYNAMIC TRAVEL PARTNER

**TUI**

**TTOO  
TRADICIONALES**



**Thomas Cook Group**

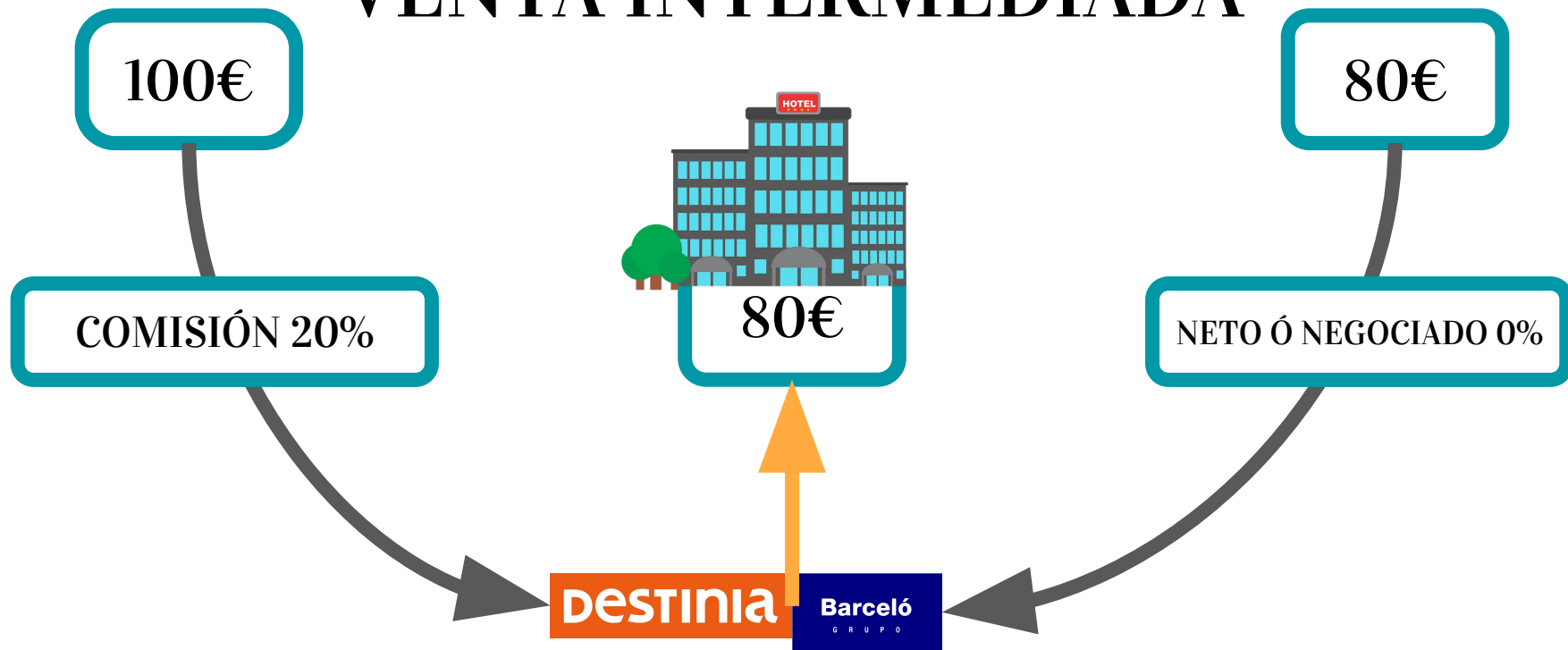
**Sabre**  
**GDS**



**Viajes**

**AAVV  
MINORISTAS**

# VENTA INTERMEDIADA



# LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN EN OTAs



# ¿CÓMO MEJORAR NUESTRA DISTRIBUCIÓN EN OTAs?

- 1.** Maximiza tus esfuerzos reduciendo la contratación.
  - Con mucha contratación estarás canibalizando y creando competencia entre mayoristas y como consecuencia entrarán en una guerra de precios.
  - Las propias mayoristas te harán perder el tiempo enviando disparidades del resto de mayoristas. RECUERDA si tu PVP es 100€ y debes recibir 80€ esa no es tu GUERRA.
  - Tus clientes llamarán constantemente al hotel pidiendo igualaciones de precios.
- 2.** Contrata SOLO con aquellas Mayoristas o Banco de Camas de tengan un valor añadido o lleguen a mercados a los que nunca llegarías.
- 3.** Contrata directamente con las OTAs (ONLINE TRAVEL AGENT) negociando condiciones que hagan respetar tu PVP.





# LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN EN METABUSCADORES



## HOTEL CENTRO DE MADRID

4 estrellas - Hotel

Madrid, a 0,8 km de Puerta del Sol (Centro de la ciudad)

**7.9** Bueno (2037 opiniones)

Ubicación excelente (8.7 / 10)

Web del hotel  
**165 €**

Expedia  
**165 €**

bedfinder  
**170 €**

+ ofertas desde  
**135 €** ▼

WEB HOTEL

~~170 €~~  
**165 €**

Paga en el hotel

**Ver oferta** >

Fotos Info Opiniones **Ofertas**

### Mostrar ofertas con:

☐ Desayuno gratis ☐ Paga en el hotel ☐ Express Booking

**HOTEL INFO**

Consulta la web de reserva para ver más detalles.  
Desayuno no incluido

**135 €** >

**Trip.com**

Premium Room  
Desayuno no incluido

**154 €** >



¿CÓMO MEJORAR NUESTRA DISTRIBUCIÓN EN  
METABUSCADORES?







**¡NO CONTRATAR CON  
METABUSCADORES HASTA  
TENER CLARA LA  
DISTRIBUCIÓN EN OTAs!**

(PÁG 11)



# LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN CON TTOO TRADICIONAL

		
	<b>RESERVA DIRECTA</b>	

		
		<b>RESERVA DIRECTA</b>

 **RYANAIR**

**AVIÓN 1**

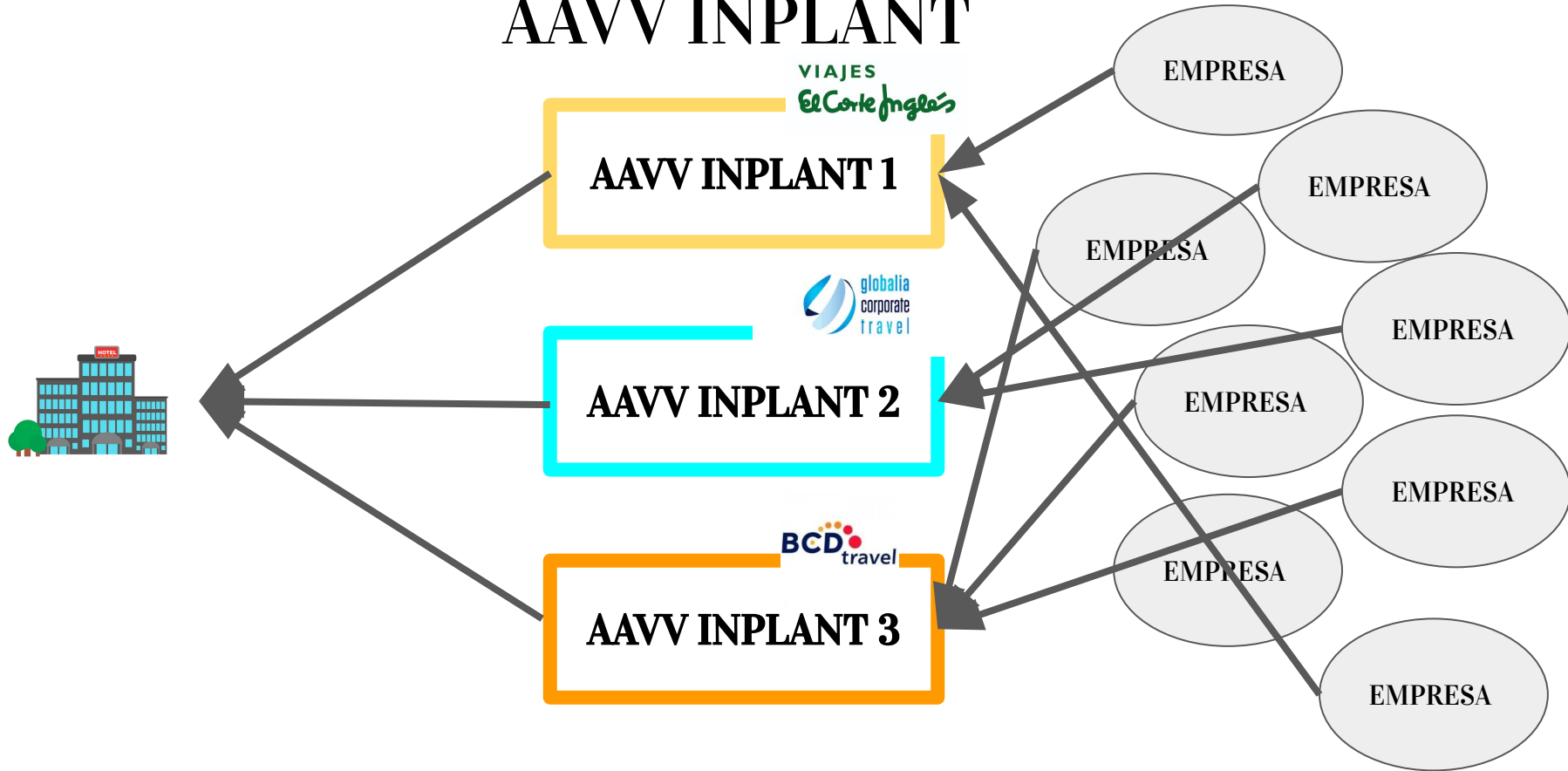
 **TUI**

**AVIÓN 2**

 **Jet2holidays**  
Package holidays you can trust

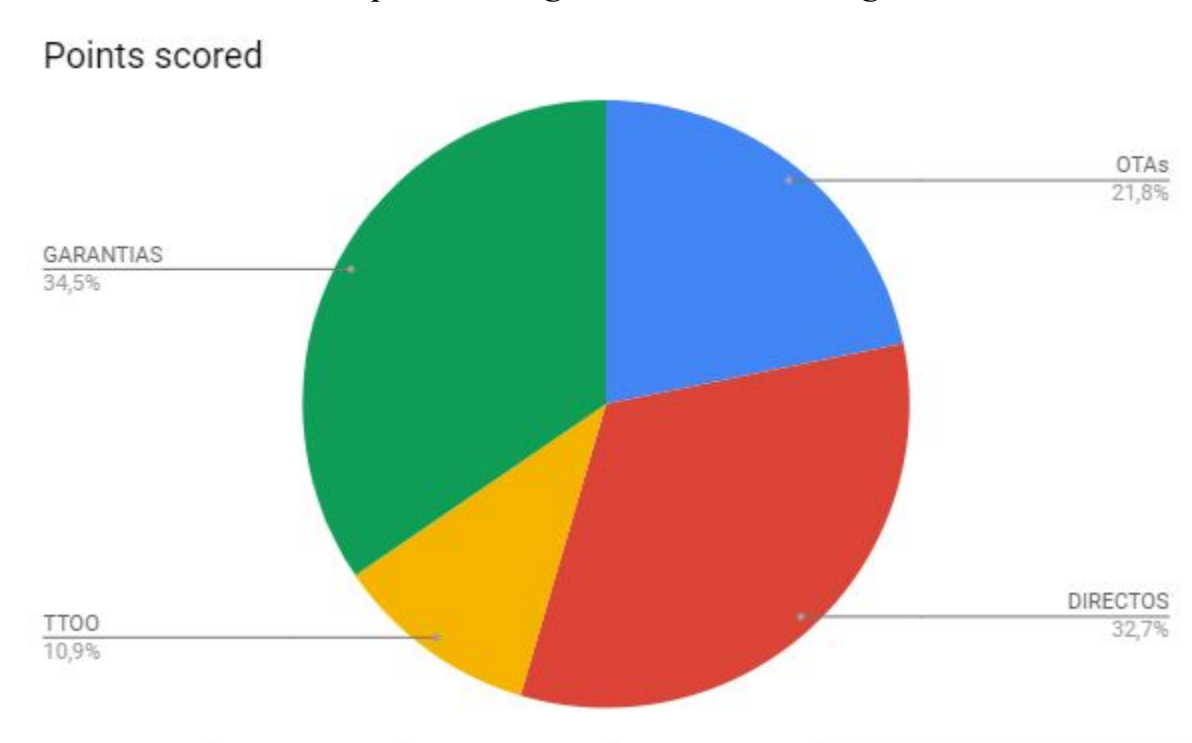
**AVIÓN 3**

# LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN CON AAVV INPLANT



# CONCLUSIÓN

**La Venta Directa y la Venta Intermediada deben hacernos llegar a un Mix de Distribución saludable para conseguir los máximos ingresos.**



# ¡GRACIAS!

[www.francisconajera.com](http://www.francisconajera.com)

[info@francisconajera.com](mailto:info@francisconajera.com)

@fnajera.com  

@fnajerarevenue 

