

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



ATENCIÓN PERSONALIZADA



MOTOR DE RESERVAS



VENTA TELEFÓNICA



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

CREENCIAS POPULARES

VENTA
DIRECTA

PRECIO DE VENTA PÚBLICO
100€

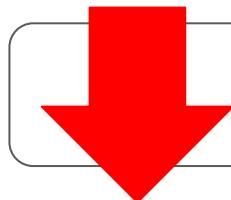
BENEFICIO
100€



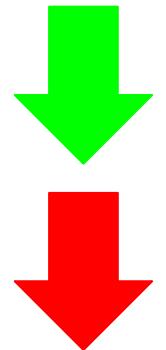
VENTA
INTERMEDIADA

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



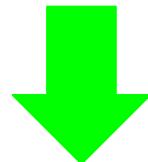
1000€ - 4000€



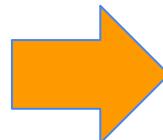
3%-5%



0%

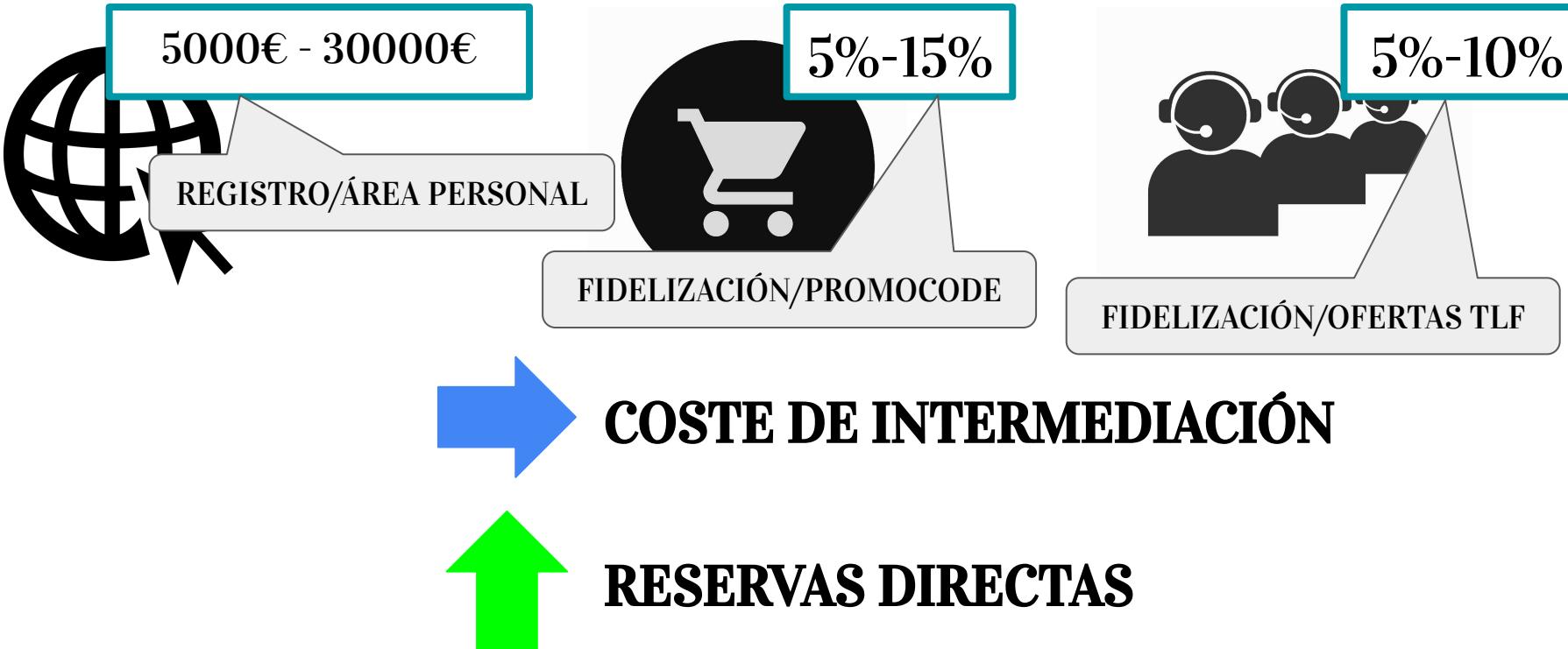


COSTE DE INTERMEDIACIÓN



RESERVAS DIRECTAS

NIVEL 3 DE VENTA DIRECTA



NIVEL 4 DE VENTA DIRECTA

Google AdWords



30000€ - 200000€

REGISTRO/ÁREA PERSONAL

trivago[®]

tripadvisor^{*}



10%-20%

FIDELIZACIÓN/PROMOCODE



10%-15%

FIDELIZACIÓN/OFERTAS TLF



COSTE DE INTERMEDIACIÓN

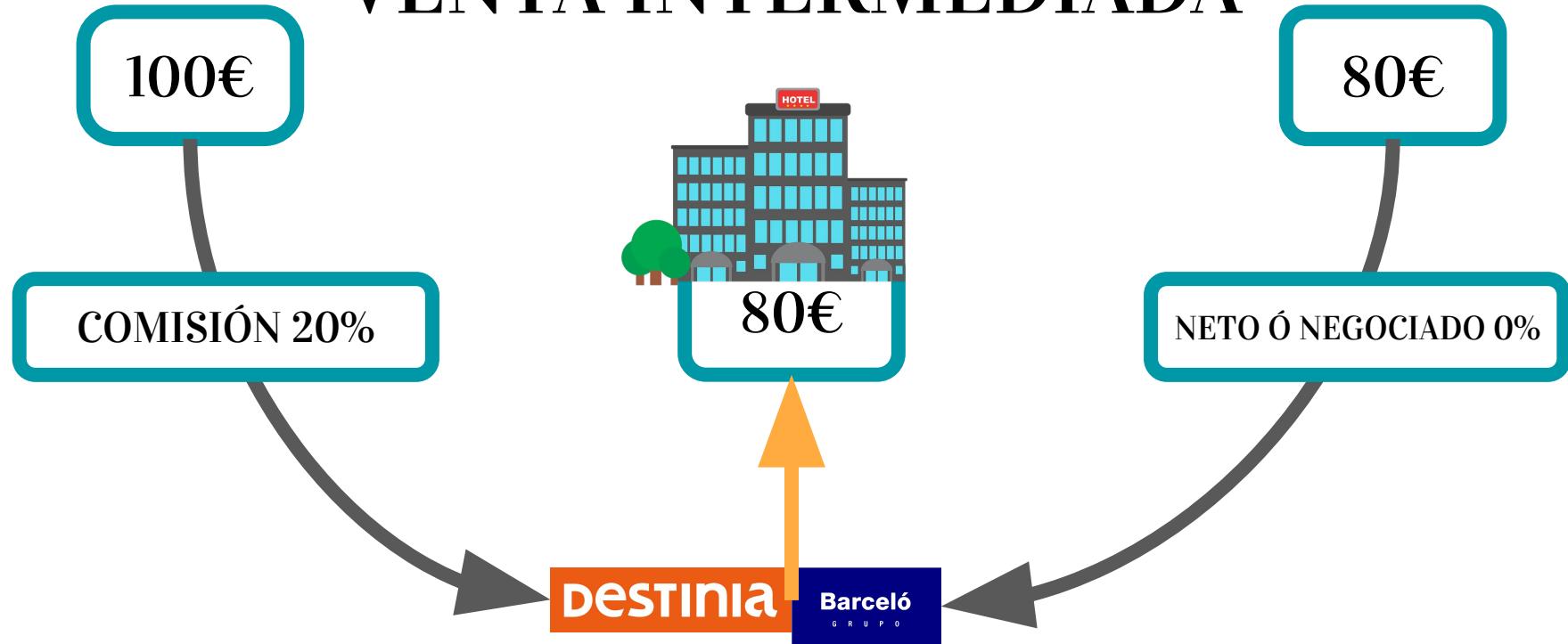


RESERVAS DIRECTAS

VENTA INTERMEDIADA



VENTA INTERMEDIADA





100€

LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN EN OTAs

MAYORISTA 1

20%

MAYORISTA 2

20%

MAYORISTA 3

20%

100€

99€

96€

DESTINIA

PVP

96€

DISPARIDAD

WEB HOTEL

100€



¿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 >

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

Trip.com Premium Room
Desayuno no incluido

135 €

154 € >



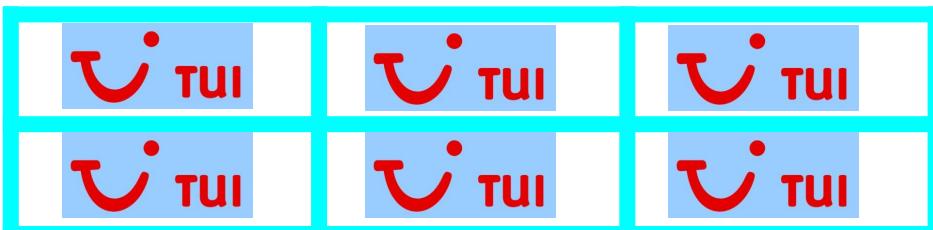
¿CÓMO MEJORAR NUESTRA DISTRIBUCIÓN EN METABUSCADORES?

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

(PÁG 11)



LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN CON TTOO TRADICIONAL



AVIÓN 1

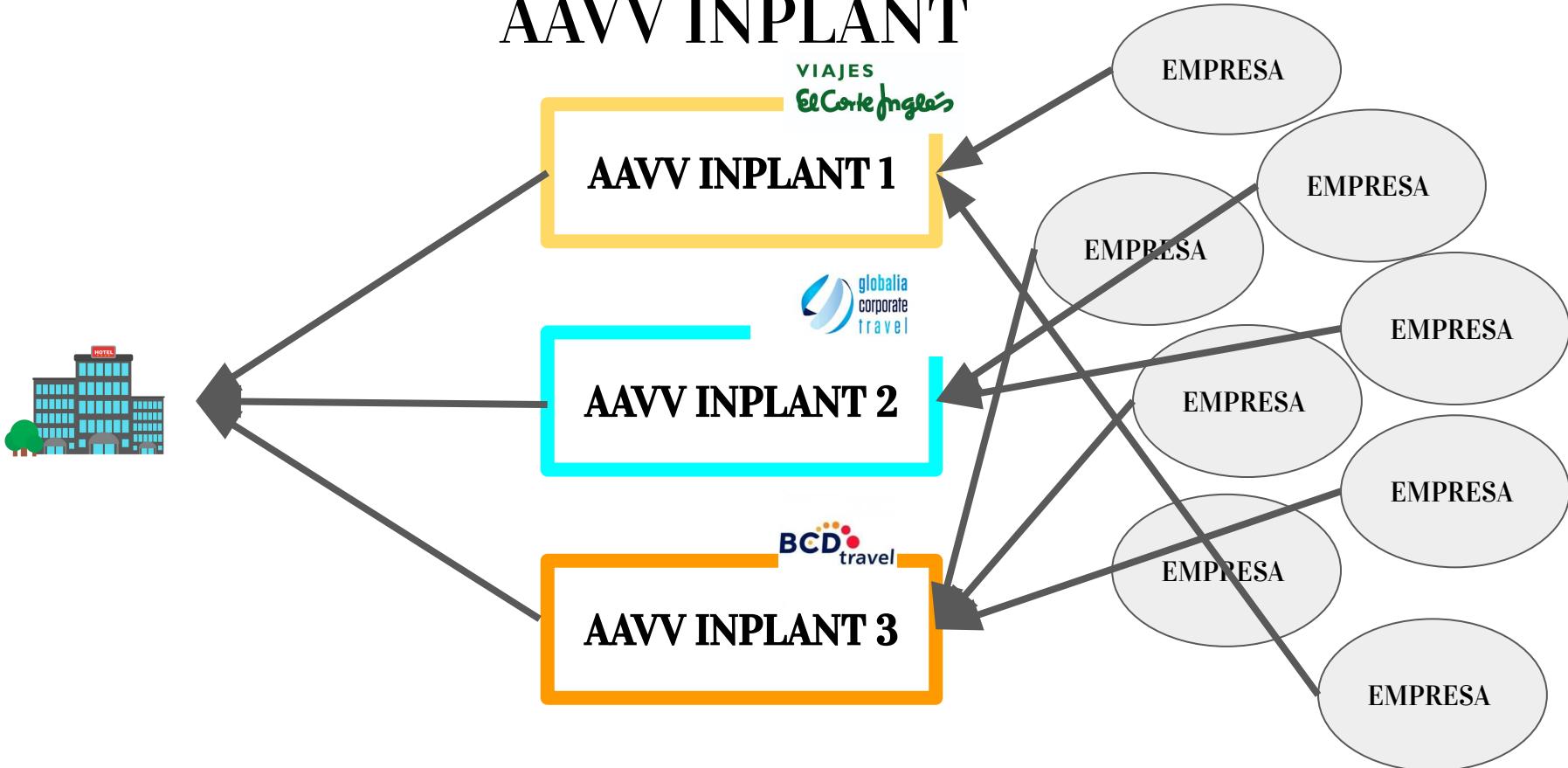


AVIÓN 2



AVIÓN 3

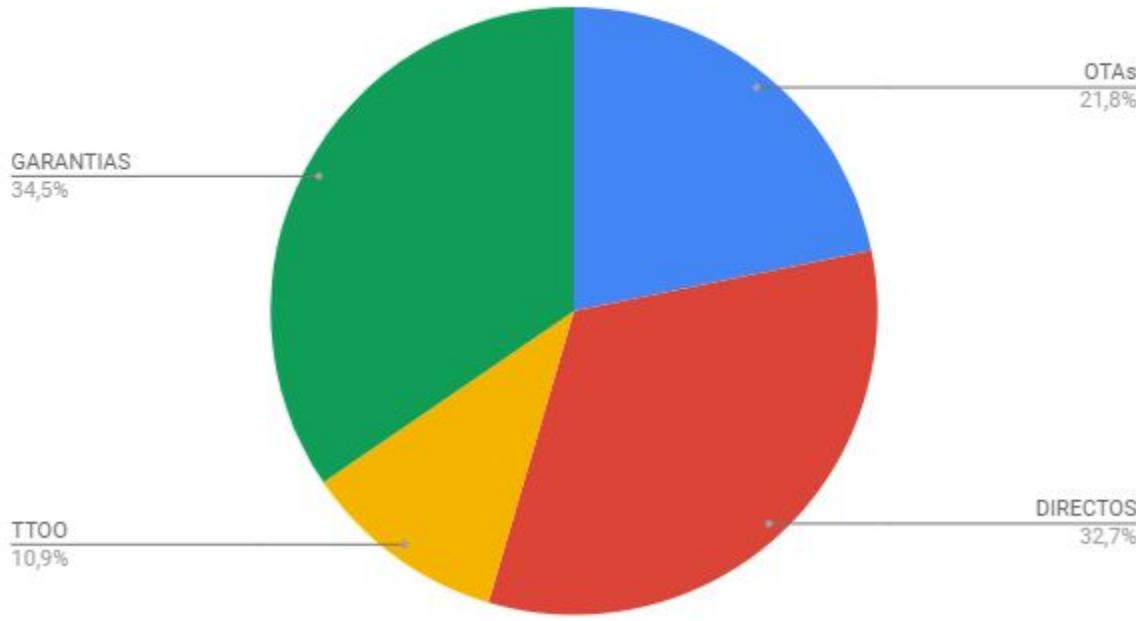
LA INTERMEDIACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN CON AAVV INPLANT



CONCLUSIÓN

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

Points scored

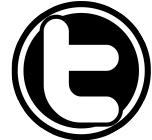


¡GRACIAS!

www.francisconajera.com

info@francisconajera.com

@fnajeracom



@fnajerarevenue

