

# Guía Rápida

## Las ventas adicionales y cruzadas

Las ventas adicionales y cruzadas son técnicas efectivas en la industria hotelera para aumentar los ingresos y mejorar la experiencia del huésped.

# Aquí tienes instrucciones paso a paso sobre cómo implementar estas técnicas durante el proceso de registro:

## 1 Comprende la diferencia entre venta adicional y venta cruzada:

- **Venta adicional:** Anima a los huéspedes a actualizar su compra a una opción más cara o de nivel superior. Esto puede incluir ofrecer mejoras en la habitación o promocionar artículos de menú o servicios de mayor precio.
- **Venta cruzada:** Ofrece a los huéspedes servicios o productos adicionales que complementen o mejoren lo que ya están comprando. Esto puede incluir ofrecer tratamientos de spa, reservas en restaurantes o reservas de excursiones.

## 2 Conoce tus segmentos de invitados:

- Adapta tus ofertas de ventas adicionales y cruzadas en función de los diferentes tipos de huéspedes y sus preferencias. Comprende qué motiva a tus huéspedes a quedarse en tu hotel y ofrece opciones relevantes de ventas adicionales a tus tipos de huéspedes más valiosos. Por ejemplo, las familias con niños pueden estar interesadas en habitaciones comunicadas y actividades divertidas, mientras que los viajeros de negocios pueden preferir el check-in temprano o los traslados al aeropuerto.

## 3 Entrena a tu personal en el enfoque de venta suave:

- Asegúrate de que tu personal de recepción esté bien informado sobre los artículos adicionales disponibles y su disponibilidad para aumentar las ventas. Entrénalos para que sean proactivos y ofrezcan a los huéspedes la mejor experiencia sin ser agresivos. El huésped debe sentirse realmente atendido durante el proceso de registro.

## 4 Ofrece ventas adicionales relevantes durante el check-in:

- Utiliza el proceso de registro como un momento oportuno para aumentar las ventas. Los viajeros cansados a menudo están abiertos a agregar productos o servicios que mejoren su estadía. Algunos ejemplos de oportunidades de venta adicional durante el check-in incluyen:

- Ofrecer mejoras de habitación a una opción más lujosa con características especiales como mejores vistas o comodidades adicionales.
- Informar a los huéspedes sobre ofertas exclusivas de restauración o spa.
- Recomendar servicios adicionales del hotel que sean relevantes para las preferencias del huésped.

#### 5 Usa imágenes para mostrar las opciones de venta adicional:

- Al presentar opciones de venta adicional a los huéspedes, es importante proporcionar ayudas visuales para ayudarlos a ver el valor de la oferta. Utiliza imágenes o representaciones visuales para ayudar a los huéspedes a tomar decisiones informadas sobre la venta adicional.

#### 6 Evita las trampas comunes de las ventas adicionales:

- Muestra imágenes a los clientes para que no tengan que imaginarse lo que se ofrece.
- Utiliza software de ventas adicionales para identificar tendencias y ofrecer artículos adicionales que estén en demanda.
- Adapta tus ofertas de ventas adicionales a segmentos de huéspedes específicos y sus necesidades.

Recuerda, el objetivo de las ventas adicionales y cruzadas es brindar valor a tus invitados y mejorar su experiencia general. Al implementar estas técnicas de manera efectiva, puedes aumentar los ingresos y hacer que tus invitados estén felices y satisfechos.