

4.5

Categoría

Comunicación y
Mercadeo

Herramienta

Boletines electrónicos

Descripción

Un boletín electrónico, más allá de un simple correo promocional de email-marketing, es una herramienta muy útil para difundir contenido de valor agregado a los clientes del hotel.

La periodicidad con que se distribuya dependerá del flujo de información y de la capacidad para producirlo. La recomendación es hacerlo de forma quincenal o mensual.

Además de servir como medio de promoción para el hotel, el boletín debe representar un valor agregado para los clientes.

Entre otras oportunidades, a través de él es posible informar sobre promociones, ofertas y nuevos paquetes turísticos, difundir novedades positivas sobre el destino y el país, involucrar al cliente en alguna campaña o iniciativa ambiental o social, anunciar eventos de interés en el hotel y el destino (por ejemplo, el inicio de la temporada de ballenas), dar a conocer algunos tips que puedan ser de utilidad (por ejemplo, medidas que puede tomar para viajar de forma más segura) o incluir la última entrada del blog, si ya se cuenta con uno.

Período de aplicación

☐ Supervivencia

☒ Recuperación

Elaborado por



Financiado por



Usos



El boletín debe incluir títulos atractivos y un texto introductorio que, a través de un enlace, dirija la búsqueda hacia otros contenidos en la página web del hotel.



Este tipo de enlace es clave para aumentar las visitas y el posicionamiento del establecimiento. También es válido establecer enlaces hacia otras páginas que contengan información de interés para el usuario, como noticias de prensa.



Una vez redactado el contenido del boletín, es necesario contar con una plantilla de diseño preestablecida con el primer número del boletín, y que pueda modificarse para emitir los futuros números.



La plantilla, alojada dentro del programa de mensajería de correos de e-marketing, permite que cada boletín pueda estructurarse en línea con enlaces a otros contenidos publicados en el sitio web y repartirse a las diversas listas de clientes.



En el diseño del boletín se recomienda emplear la paleta de colores y la tipografía corporativas, con el fin de posicionar la empresa y facilitar su reconocimiento. También hay que apoyarse en fotografías de impacto y títulos llamativos. En vez de indicar que se trata de un boletín, el asunto del e-mail debe servir de gancho y anunciar lo más interesante del contenido.



Finalmente, es importante medir el éxito que tiene el boletín en función de la tasa de apertura, los comentarios que se reciben y el tráfico que genera hacia el sitio web.

4.5

Beneficios

Los objetivos principales de un boletín de noticias son:

- ✓ Mantener presente la empresa y su buena reputación en la mente de sus clientes.
- ✓ Difundir promociones y novedades para potenciar ventas con la fidelización de clientes.
- ✓ Incrementar las visitas al sitio web y el posicionamiento en los buscadores.

Costos

Dependiendo de la cantidad de información a publicar, el costo de producción está en el rango de los USD 300 y USD 500 por cada boletín.

La plataforma de envío de correos sería la que ya maneja el hotel. En la página web debe estar visible la opción de suscripción al boletín, para incrementar el número de suscriptores.

Fuentes

Cómo crear boletines informativos eficaces por correo electrónico

Cómo hacer que el correo no acabe en el spam

Donante del Programa de Asistencia Técnica:



Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development

Contacto:

www.ecobusiness.fund
info@ecobusinessfund.com

Finance in Motion (Asesor del Fondo)

Avenida Calle 72 No. 6-30
Bogotá, Colombia

eco.business Fund S.A, SICAV-SIF
31 Z.A. Bourmicht
8070 Bertrange, Luxembourg