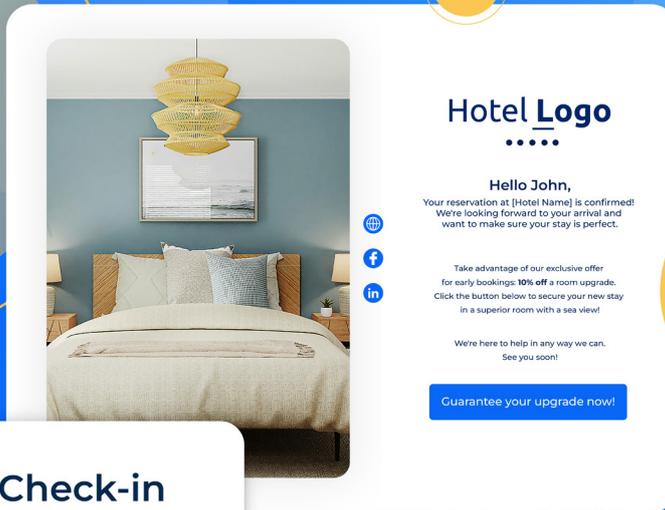




CHECK-IN



Email Check-in

ProfileNow  
HOST SYSTEMS

## Como Criar os melhores E-mails de pré-chegada para Hotéis

Muitos hoteleiros subestimam o impacto dos e-mails de pré-chegada, considerando-os algo opcional. Afinal, já enviaram a confirmação de reserva, então por que enviar mais e-mails? Mas ignorar essa oportunidade é um erro estratégico. Os e-mails de pré-chegada são uma das formas mais eficazes de melhorar a experiência do hóspede e aumentar a receita do hotel. Vamos explicar por que e como otimizar esses e-mails para obter o melhor retorno.

### A importância dos e-mails de pré-chegada

O retorno sobre investimento (ROI) em marketing por e-mail é extraordinário. Comparado com outros canais de marketing, como redes sociais, o e-mail destaca-se pela sua eficácia em gerar receita. O que isso significa para os hoteleiros? Que dedicar um pouco mais de atenção ao e-mail de pré-chegada pode resultar em grandes ganhos, tanto para a experiência do hóspede quanto para a rentabilidade do hotel.

### Quantos e-mails de pré-chegada enviar?

O equilíbrio é fundamental. Enviar mais de dois e-mails pode ser excessivo e diminuir as taxas de abertura, enquanto enviar menos pode significar perder valiosas oportunidades de engagement e vendas. O primeiro e-mail, a confirmação da reserva, é essencial e oferece tranquilidade ao hóspede. No entanto, os e-mails de pré-chegada são a chave para melhorar a experiência do hóspede, personalizar a estadia e gerar oportunidades de upsell.

É recomendável que os e-mails de pré-chegada sejam enviados em dois momentos principais: um para lembrar detalhes sobre a estadia e outro para apresentar ofertas e serviços adicionais. Após a chegada, um e-mail de boas-vindas pode reforçar a experiência e promover ainda mais serviços ou atividades no hotel.



[www.profilenow.net](http://www.profilenow.net)



[sales@profilenow.net](mailto:sales@profilenow.net)

ProfileNow  
HOST SYSTEMS



# Como criar os melhores E-mails de pré-chegada para Hotéis

## Como criar um e-mail de pré-chegada eficaz

Embora os e-mails de pré-chegada não tenham a taxa de abertura tão alta quanto os de confirmação, eles ainda têm um excelente desempenho. Isso significa que, além de ser uma ótima oportunidade para aumentar a receita, eles também ajudam a melhorar a experiência do hóspede.

### 1 | Timing é importante, mas o conteúdo é crucial

A chave para o sucesso do e-mail de pré-chegada não está apenas no momento em que ele é enviado, mas também no conteúdo. A maioria das pesquisas sugere que os e-mails enviados nas tardes de terça-feira são os mais eficazes. O importante é analisar os dados de reservas para enviar o e-mail na hora certa, com base no tempo de antecedência da reserva.

### 2 | Criação de assuntos atrativos

O assunto do e-mail é um dos maiores desafios no marketing por e-mail. Com um espaço limitado, você precisa capturar a atenção do destinatário rapidamente. Algumas dicas para criar assuntos eficazes incluem:

- Urgência:** "Última oportunidade para um upgrade com 20% de desconto!"
- Personalização:** "Maria, que tal um spa para relaxar antes da sua chegada?"
- Ofertas e números:** "80% dos nossos hóspedes jantam conosco. Aqui está o porquê."
- Questões:** "Como podemos tornar a sua estadia ainda mais especial?"

### 3 | Aposte no upsell no pré-chegada

Os e-mails de pré-chegada são a oportunidade perfeita para upsell. Focar em serviços como upgrades de quartos, restaurantes e experiências de bem-estar pode gerar uma grande diferença. A chave é personalizar a oferta de acordo com a época do ano e o perfil do hóspede.

### 4 | Imagens que despertem o desejo

Utilize imagens de alta qualidade para mostrar o que o hóspede pode estar a perder. Se o hotel tem um restaurante com vista para o mar, mostre isso. Se um upgrade de quarto está disponível, utilize imagens que destacam o espaço adicional ou a banheira luxuosa. Isso irá criar desejo e aumentar as hipóteses de o hóspede realizar uma compra adicional.

### 5 | Seja um expert local

Os hóspedes frequentemente não conhecem os melhores pontos turísticos da área. Ao compartilhar dicas de locais interessantes ou experiências únicas, pode oferecer valor adicional. Vá além dos pontos turísticos tradicionais e sugira experiências autênticas, como espetáculos locais ou mercados. Personalize as recomendações para mostrar que é o guia perfeito para os hóspedes.



# Como criar os melhores E-mails de pré-chegada para Hotéis

## 6 | Antecipe as necessidades dos hóspedes

Lembre-se de que, se o hóspede fez algum pedido específico, é importante confirmá-lo no e-mail de pré-chegada. Isso pode incluir serviços como transporte do aeroporto ou comodidades extra no quarto. Mostrar que está tudo preparado transmite segurança e contribui para uma experiência tranquila desde o primeiro momento.

Além disso, disponibilize um canal fácil para que o hóspede possa comunicar novos pedidos antes da chegada — como um botão de chat ou um link para atualizar as preferências. Um simples “Esqueceu-se de algo? Fale connosco!” pode fazer toda a diferença.

## 7 | Exemplos de e-mail de pré-chegada

Aqui estão três exemplos de e-mails de pré-chegada que podem ser utilizados para aumentar a interação e as vendas:

### Exemplo 1: E-mail de confirmação de reserva e oferta especial

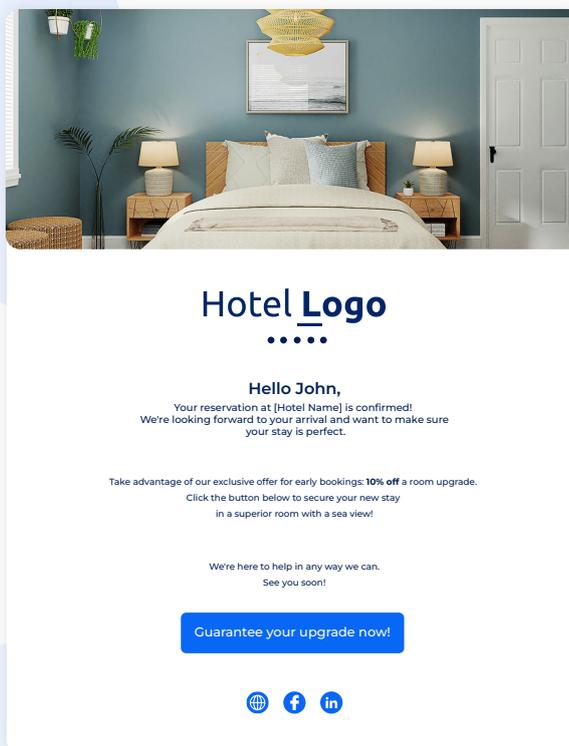
**Assunto:** "Preparado para a sua estadia, João? Temos uma oferta só para si!"

**Corpo do e-mail:** "Olá João,  
A sua reserva no [Nome do Hotel] está confirmada! Estamos ansiosos pela sua chegada e queremos garantir que a sua estadia seja perfeita.

Aproveite a nossa oferta exclusiva para reservas antecipadas: 10% de desconto num upgrade de quarto. Clique no botão abaixo para garantir a sua nova estadia num quarto superior com vista para o mar!

Estamos aqui para ajudar no que for preciso. Até breve!"

**CTA:** "Garanta o seu upgrade agora!"





# Como criar os melhores E-mails de pré-chegada para Hotéis

## Exemplo 2: E-mail de pré-chegada com recomendação local

**Assunto:** "Descubra o melhor da cidade antes de chegar ao [Nome do Hotel]!"

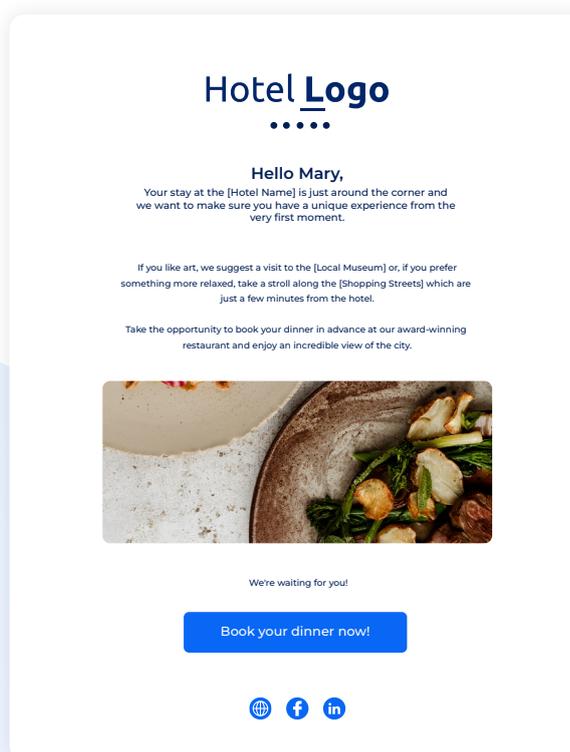
**Corpo do e-mail:** "Olá Maria,  
Já falta pouco para a sua estadia no [Nome do Hotel] e queremos garantir que tem uma experiência única desde o primeiro momento.

Se gosta de arte, sugerimos uma visita ao [Museu Local] ou, se preferir algo mais descontraído, passeie pelas [Ruas Comerciais] que ficam a poucos minutos do hotel.

Aproveite para reservar antecipadamente o seu jantar no nosso restaurante premiado e desfrutar de uma vista incrível sobre a cidade.

Estamos à sua espera!"

**CTA:** "Reserve o seu jantar agora!"





# Como criar os melhores E-mails de pré-chegada para Hotéis

## Exemplo 3: E-mail de pré-chegada com serviços adicionais

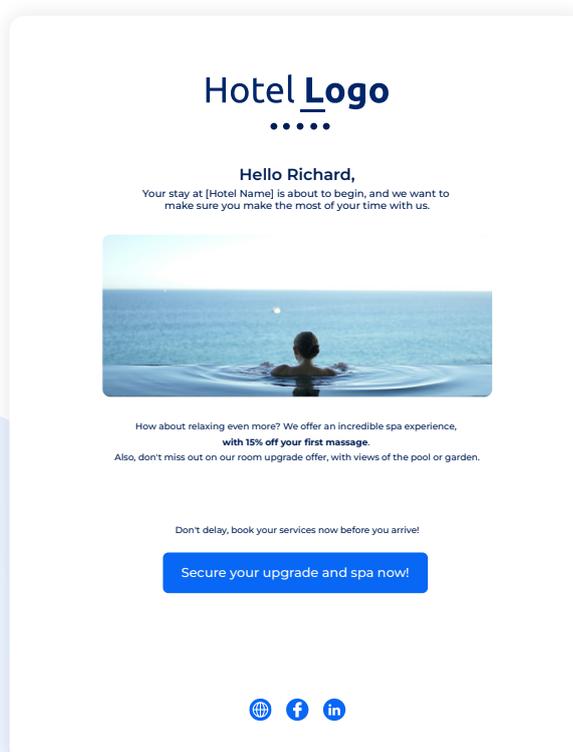
**Assunto:** "Prepare-se para relaxar com os nossos serviços exclusivos!"

**Corpo do e-mail:** "Olá Ricardo, A sua estadia no [Nome do Hotel] está quase a começar, e queremos garantir que aproveita ao máximo o seu tempo connosco.

Que tal relaxar ainda mais? Oferecemos uma experiência de spa incrível, com 15% de desconto na sua primeira massagem. Além disso, não perca a nossa oferta de upgrades de quarto, com vista para a piscina ou o jardim.

Não deixe para depois, reserve já os seus serviços antes da sua chegada!"

**CTA:** "Garanta o seu upgrade e spa agora!"



## Conclusão

Os e-mails de pré-chegada são muito mais do que uma formalidade — são uma ferramenta poderosa de comunicação que, quando bem utilizada, pode elevar significativamente a experiência do hóspede e gerar receitas adicionais para o seu hotel. Ao planear cuidadosamente o conteúdo, a frequência e o momento certo para enviar estas comunicações, está a posicionar a sua marca como atenta, profissional e verdadeiramente orientada para o cliente.

Através de mensagens bem estruturadas, personalizadas e visualmente apelativas, é possível antecipar necessidades, responder a expectativas e inspirar o hóspede a explorar tudo o que a sua unidade tem para oferecer. Desde sugestões locais autênticas a oportunidades de upgrade ou serviços de bem-estar, cada e-mail é uma oportunidade de reforçar o valor da estadia.



## Como criar os melhores E-mails de pré-chegada para Hotéis

Mais do que informar, os e-mails de pré-chegada devem envolver, encantar e preparar o terreno para uma experiência memorável. Com uma abordagem estratégica e centrada no cliente, este pequeno gesto transforma-se num poderoso motor de fidelização e diferenciação num mercado cada vez mais competitivo.

Invista nos detalhes antes do check-in — é aí que começa a verdadeira hospitalidade.