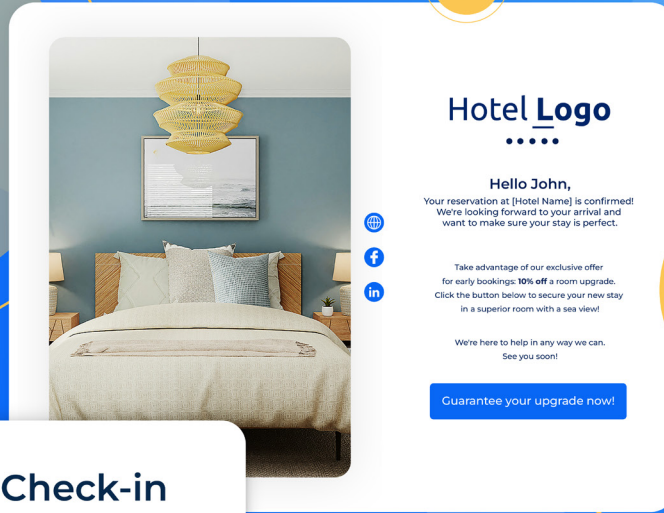




CHECK-IN



Email Check-in

ProfileNow
HOST SYSTEMS

Cómo crear los mejores correos electrónicos de pre-llegada para hoteles

Muchos hoteleros subestiman el impacto de los correos electrónicos de pre-llegada, considerándolos algo opcional. Al fin y al cabo, ya han enviado la confirmación de la reserva, ¿para qué enviar más correos? Pero ignorar esta oportunidad es un error estratégico. Los correos de pre-llegada son una de las formas más eficaces de mejorar la experiencia del huésped y aumentar los ingresos del hotel. Vamos a explicar por qué son importantes y cómo optimizarlos para obtener el mejor retorno.

La importancia de los correos de pre-llegada

El retorno de inversión (ROI) del marketing por correo electrónico es extraordinario. Comparado con otros canales de marketing como las redes sociales, el correo electrónico destaca por su eficacia en la generación de ingresos. ¿Qué significa esto para los hoteleros? Que dedicar un poco más de atención a los correos de pre-llegada puede traducirse en grandes beneficios, tanto para la experiencia del huésped como para la rentabilidad del hotel.

¿Cuántos correos de pre-llegada se deben enviar?

El equilibrio es fundamental. Enviar más de dos correos puede resultar excesivo y disminuir las tasas de apertura, mientras que enviar menos puede hacer que se pierdan valiosas oportunidades de engagement y venta adicional. El primer correo —la confirmación de la reserva— es esencial, pues brinda tranquilidad al huésped. Sin embargo, los correos de pre-llegada son clave para enriquecer la experiencia, personalizar la estadía y generar oportunidades de upselling.

Se recomienda enviar correos de pre-llegada en dos momentos principales: uno para recordar detalles de la estadía y otro para presentar ofertas y servicios adicionales. Tras la llegada, un correo de bienvenida puede reforzar la experiencia y promover más servicios o actividades dentro del hotel.



www.profilenow.net



sales@profilenow.net

ProfileNow
HOST SYSTEMS



Cómo crear los mejores correos electrónicos de pre-llegada para hoteles

Cómo crear un correo de pre-llegada eficaz

Aunque los correos de pre-llegada no alcanzan la misma tasa de apertura que las confirmaciones de reserva, siguen teniendo un rendimiento excelente. Esto significa que, además de ser una gran oportunidad para aumentar ingresos, también contribuyen a mejorar la experiencia del huésped.

1 | El *timing* es importante, pero el contenido lo es más

La clave del éxito de un correo de pre-llegada no está solo en cuándo se envía, sino también en su contenido. La mayoría de los estudios sugieren que los correos enviados los martes por la tarde son los más eficaces. Es fundamental analizar los datos de reservas para programar el envío en el momento adecuado, según la antelación de la reserva.

2 | Crear asuntos atractivos

El asunto del correo es uno de los mayores desafíos del email marketing. Con espacio limitado, hay que captar la atención del destinatario de inmediato. Algunos consejos para crear asuntos eficaces:

-**Urgencia:** "¡Última oportunidad para un upgrade con 20% de descuento!"

-**Personalización:** "María, ¿qué te parece un spa antes de tu llegada?"

-**Ofertas y números:** "El 80% de nuestros huéspedes cenar con nosotros. Descubre por qué."

-**Preguntas:** "¿Cómo podemos hacer que tu estadía sea aún más especial?"

3 | Aprovecha el upselling en los correos de pre-llegada

Los correos de pre-llegada son la oportunidad perfecta para ofrecer servicios extra. Enfócate en destacar upgrades de habitación, reservas en restaurantes o experiencias de bienestar. La clave está en personalizar la oferta según la temporada y el perfil del huésped.

4 | Usa imágenes que despierten deseo

Incluye imágenes de alta calidad que muestren aquello de lo que el huésped podría estar perdiéndose. Si tu hotel tiene un restaurante con vista al mar, muéstralo. Si hay una categoría de habitación superior disponible, usa fotos que destaquen el espacio adicional o una bañera lujosa. Esto generará deseo y aumentará las posibilidades de venta adicional.

5 | Sé un experto local

Los huéspedes a menudo no conocen los mejores lugares para visitar en la zona. Al compartir recomendaciones sobre sitios interesantes o experiencias únicas, puedes aportar un valor adicional. Ve más allá de los típicos puntos turísticos y sugiere experiencias auténticas como espectáculos locales o mercados tradicionales. Personaliza las recomendaciones para demostrar que eres el anfitrión ideal.





Cómo crear los mejores correos electrónicos de pre-llegada para hoteles

6 | Anticípate a las necesidades del huésped

Si el huésped ha realizado alguna solicitud especial, es importante confirmarlo en el correo de pre-llegada. Esto puede incluir transporte desde el aeropuerto o amenidades extra en la habitación. Mostrar que todo está preparado transmite seguridad y contribuye a una experiencia tranquila desde el primer momento.

Además, ofrece un canal de comunicación sencillo para que el huésped pueda hacer nuevas peticiones antes de su llegada, como un botón de chat o un enlace para actualizar preferencias. Un simple "¿Olvidaste algo? ¡Contáctanos!" puede marcar la diferencia.

7 | Ejemplos de correos de pre-llegada

Aquí tienes tres ejemplos de correos de pre-llegada que puedes usar para aumentar la interacción y las ventas:

Ejemplo 1: Confirmación de reserva + oferta especial

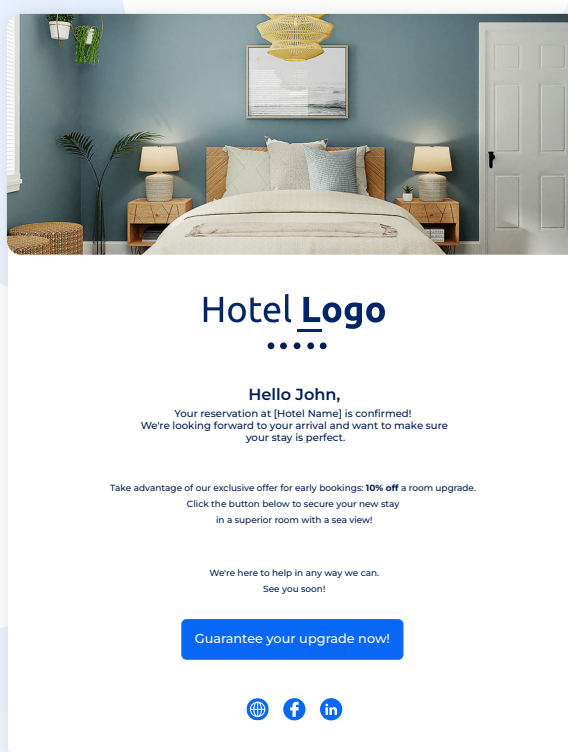
Asunto: "¿Listo para tu estadía, João?
¡Tenemos una oferta para ti!"

Cuerpo del correo: "Hola João,
Tu reserva en [Nombre del Hotel] está confirmada. ¡Esperamos con ilusión tu llegada y queremos asegurarnos de que tengas una estadía perfecta!

Aprovecha nuestra oferta exclusiva para reservas anticipadas: 10% de descuento en un upgrade de habitación. Haz clic en el botón de abajo para asegurar tu nueva estadía en una habitación superior con vista al mar.

Estamos a tu disposición para lo que necesites. ¡Hasta pronto!"

CTA: "Reserva tu upgrade ahora"





Cómo crear los mejores correos electrónicos de pre-llegada para hoteles

Ejemplo 2: Pre-llegada con recomendaciones locales

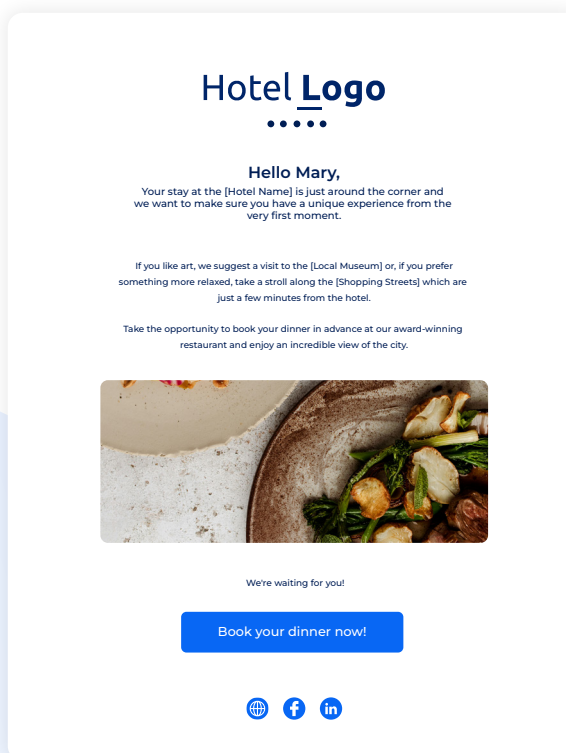
Asunto: "Descubre lo mejor de la ciudad antes de llegar a [Nombre del Hotel]"

Cuerpo del correo: "Hola María,
Ya falta poco para tu estadía en [Nombre del Hotel] y queremos asegurarnos de que vivas una experiencia única desde el primer momento.

Si te gusta el arte, te sugerimos una visita al [Museo Local] o, si prefieres algo más relajado, pasea por las [Calles Comerciales] a solo unos minutos del hotel.

Aprovecha para reservar con antelación tu cena en nuestro restaurante premiado y disfruta de una vista increíble de la ciudad. ¡Te esperamos!"

CTA: "Reserva tu cena ahora"





Cómo crear los mejores correos electrónicos de pre-llegada para hoteles

Ejemplo 3: Pre-llegada con servicios adicionales

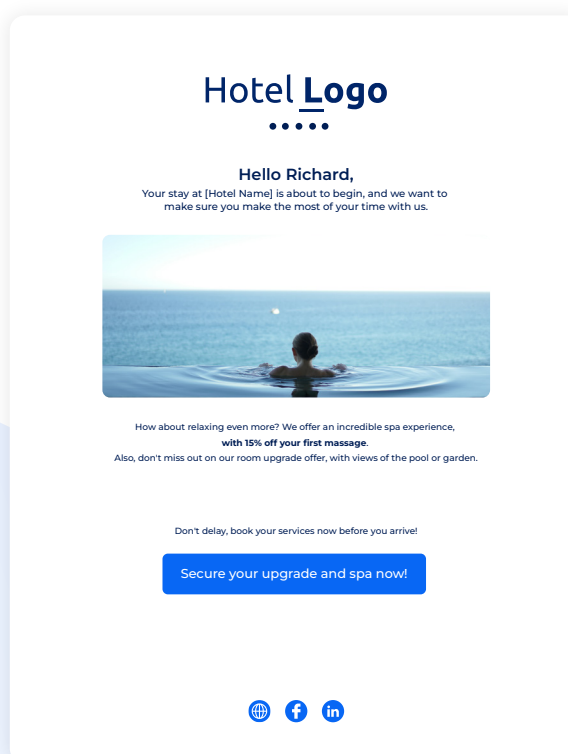
Asunto: "Prepárate para relajarte con nuestros servicios exclusivos"

Cuerpo del correo: "Hola Ricardo,
Tu estadía en [Nombre del Hotel] está a punto de comenzar y queremos que aproveches al máximo tu tiempo con nosotros.

¿Qué te parece relajarte aún más? Disfruta de una experiencia de spa increíble con un 15% de descuento en tu primer masaje. Además, no te pierdas nuestras ofertas de upgrade de habitación con vistas a la piscina o al jardín.

No lo dejes para después — ¡reserva tus servicios antes de tu llegada!"

CTA: "Asegura tu upgrade y spa ahora"



Conclusión

Los correos de pre-llegada son mucho más que una formalidad: son una herramienta poderosa de comunicación que, bien utilizada, puede elevar significativamente la experiencia del huésped y generar ingresos adicionales para tu hotel. Al planificar cuidadosamente el contenido, la frecuencia y el momento ideal para enviar estas comunicaciones, posicionas tu marca como atenta, profesional y verdaderamente orientada al cliente.

A través de mensajes bien estructurados, personalizados y visualmente atractivos, puedes anticiparte a las necesidades, cumplir expectativas e inspirar al huésped a explorar todo lo que tu establecimiento tiene para ofrecer. Desde recomendaciones locales auténticas hasta oportunidades de upgrade o servicios de bienestar, cada correo es una oportunidad para aumentar el valor percibido de la estadía.



Cómo crear los mejores correos electrónicos de pre-llegada para hoteles

Más que informar, los correos de pre-llegada deben conectar, cautivar y preparar el terreno para una experiencia memorable. Con un enfoque estratégico y centrado en el huésped, este pequeño gesto se convierte en un motor poderoso de fidelización y diferenciación en un mercado cada vez más competitivo.

Invierte en los detalles antes del check-in — ahí es donde comienza la verdadera hospitalidad.