



Marriott Hotels es una de las marcas más reconocidas y respetadas en la industria. Basándose en la larga tradición de hospitalidad e innovación de la marca, Marriott Hotels está transformando su experiencia de huésped para ofrecer un estilo y diseño sofisticado y moderno, y experiencias enriquecedoras que inspiran.





Viajeros de lujo

¿Quiénes son?

Son personas que tienen mayores expectativas y están dispuestos a gastar su dinero en la experiencia. Si bien el precio puede no ser la mayor preocupación para ellos, el valor que obtengan sí lo es. Los viajeros de lujo investigan antes de su viaje, por lo que tienen una idea de lo que les gustaría hacer.

¿Qué esperan?

Un servicio impecable, comodidades de alta gama y la máxima atención a los detalles, buscan recorridos privados a atracciones turísticas populares, así como acceso exclusivo a experiencias fuera de lo común.

Propuesta de servicio

- Establecer conexiones con grupos turísticos privados.
- Servicio de atención excepcional y de voluntad.
- Proporcionar conocimiento sobre los mejores restaurantes locales.
- Conseguirles lo que necesitan incluso antes de que tengan que pedirlo.

Empresarios

¿Quiénes son?

Son personas que realizan viajes relacionados con el trabajo. Los empresarios suelen ser mucho menos sensibles a los precios porque no son ellos quienes pagan la factura. Es de esperar que estos huéspedes tengan horarios estrictos y valoren la eficiencia y el autoservicio.

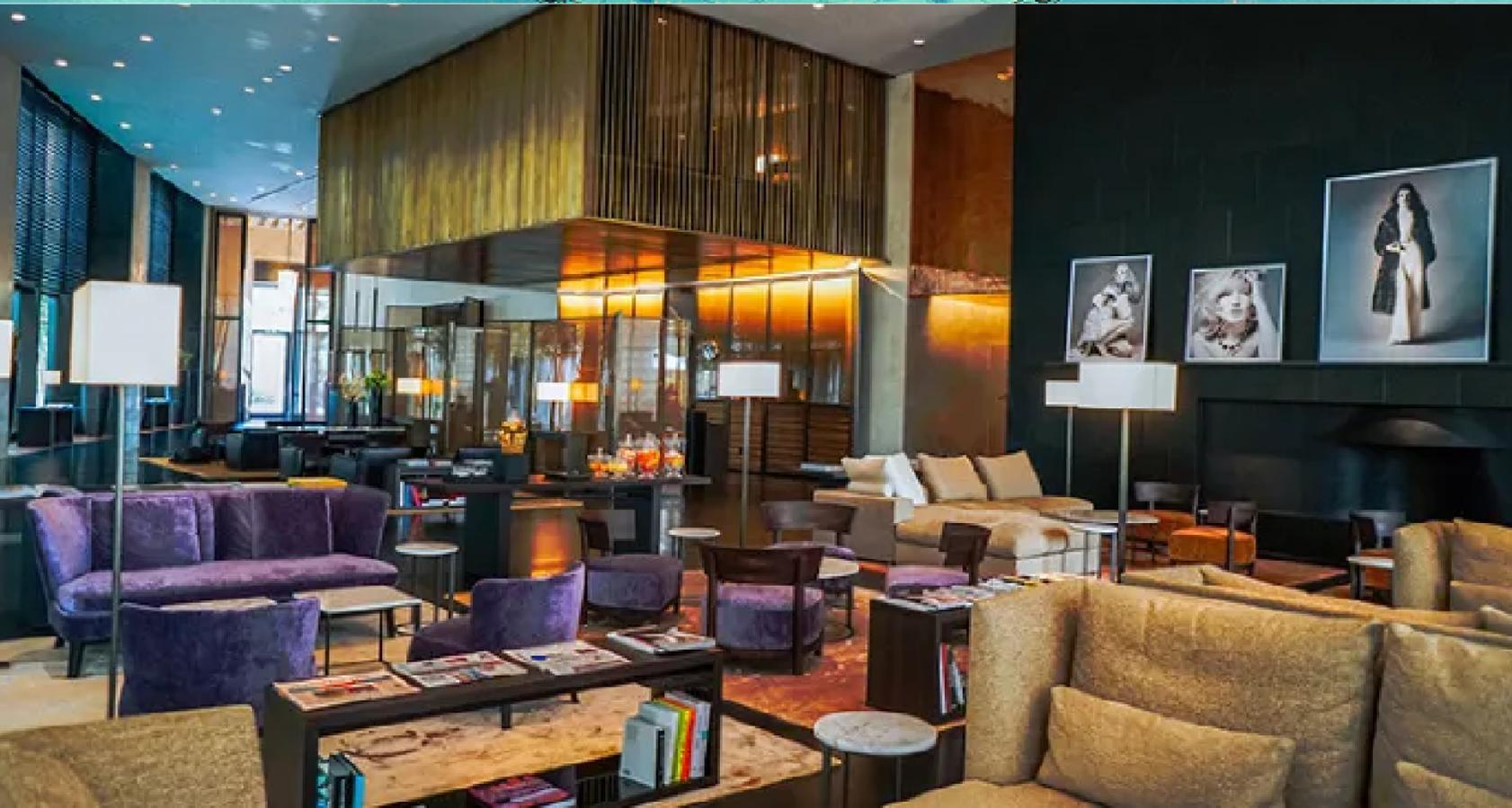
¿Qué esperan?

Buenos restaurantes tanto para fines personales como comerciales. Para viajes que combinan el trabajo y placer, el viajero de negocios espera una transición perfecta del trabajo al ocio.

Propuesta de servicio

- Servicios de lavandería y de planchado.
- Alta eficiencia y autoservicio a disposición del cliente.
- Proporcionar información sobre restaurantes y otros servicios comerciales.





Turistas

¿Quiénes son?

Son viajeros ocasionales que viajan una o dos veces al año. Este tipo de huésped suele viajar en grupo de amigos, familiares u otras personas importantes y no acostumbra viajar solo. Los turistas cuentan con una buena cantidad de dinero para gastar, pero son selectivos sobre dónde lo gastan.

¿Qué esperan?

Les gusta visitar todas las atracciones principales del destino que visitan e intentan sacarle todo el provecho posible. Es probable que disfruten de visitas guiadas y otras actividades grupales, así como de mucho tiempo para relajarse y recuperarse.

Propuesta de servicio

- Recomendaciones y consejos sobre el viaje.
- Proporcionar guías locales al momento del Check-in.
- Obsequiar mapas con todas las atracciones principales marcadas.

Welcome

- Recoger al cliente y llevarlo hasta al hotel.
- Habitaciones personalizadas (tamaños de habitación, tipos de cama, tonalidades del ambiente, piso (altura de la habitación))
- Buen olor del lugar.
- Buen ambiente musical.
- Obsequios al entrar (pulseras, recuedos, bolsas, snacks, bebidas).
- Persona carismática y/o amigable recepción.





Stay

- Entorno que festeja a los clientes (cumpleaños, graduaciones, bodas, luna de miel).
- Nombración de los empleados (Marrys).
- Nombración de las habitaciones (Halliots).
- Puntos instagrameables.
- Desayunos a petición del cliente (preguntarles antes sobre sus gustos).

Go out

- News letter (Información después de la reservación).
- Tarjetas de fidelidad (Descuentos y Cashback).
- Regalos de despedida (Llaveros, etc).

