

SEGÚN UN ESTUDIO DE XPERIENCE CONSULTING Y LA TELARAÑA SOBRE LA PRESENCIA DE LAS CADENAS HOTELERAS EN LAS REDES SOCIALES REALIZADO EN FEBRERO DE 2011

Sólo el 33% de las cadenas hoteleras están presentes en las redes sociales

Este sector utiliza los canales online con poca eficiencia cuando internet es su principal medio prescriptor

Madrid, 9 de febrero de 2011. Un estudio revela que las grandes cadenas hoteleras no explotan el potencial que les ofrecen las redes sociales. Sólo el 33% del sector está presente en estas plataformas y, además, las utilizan con poca eficiencia. Éstas pierden la oportunidad de construir una imagen de marca consistente e integrada a través de las redes sociales.

El estudio ha sido realizado por la consultora líder en gestión y medición de la usabilidad y experiencia interactiva del usuario, [Xperience Consulting](#), y la agencia de social media y desarrollo, **La Telaraña**. Para acotar el campo de estudio y fiabilidad del análisis, se han seleccionado las 6 cadenas hoteleras con más presencia en las redes sociales: **AC, H10, Riu, Sol Meliá, Vincci y Zénit**.

Se ha detectado que, cada vez más, los usuarios buscan estas compañías en las redes sociales para informarse de las novedades o consultar opiniones de otros clientes. Es por eso que **su presencia en las redes sociales u otros mecanismos de los que dispone internet son básicos para este sector**.

Uno de los elementos más importantes en las redes sociales es que las marcas **transmitan experiencias a los usuarios**. Las cadenas hoteleras que tienen presencia en las redes sociales transmiten experiencias mediante fotos y videos **en un 83% de las ocasiones**, pero de forma intermitente.

Más de la mitad de las cadenas hoteleras seleccionadas deciden segmentar su target por cercanía, idioma y afinidades, ya que **el 65% de las páginas en Facebook o Twitter distinguen sus perfiles según el país y el idioma que se utiliza**. El 35% de las mismas sigue apostando por una página global, en inglés.

Para tener éxito en las redes sociales, es muy importante la actualización periódica de los contenidos. Las marcas estudiadas **renuevan su contenido de forma constante en un 83% de las ocasiones**. El **17% restante**, además de no generar contenido de forma periódica, **no dialoga con su audiencia**.

La página web corporativa es otro de los puntos clave para este sector. Si tienen presencia en las redes sociales deben comunicarlo desde este punto. Todas las cadenas estudiadas enlazan a las redes sociales desde la web corporativa pero **tan sólo el 66% les da suficiente visibilidad.**

Actualmente la gran mayoría de los usuarios buscan sus estancias hoteleras en la red; con lo cual, ésta es su carta de presentación más importante. De momento, **este sector no aprovecha las oportunidades que le brinda la red para conseguir nuevos usuarios y clientes de su marca.** Las redes sociales les brindan la oportunidad de relacionarse y conocer mejor su target. Además de poder gestionar la opinión de los usuarios y mejorar su imagen de marca.

El estudio ha sido realizado por:

Xperience Consulting: es una consultora con presencia internacional y capital español especializada en la gestión y medición de la usabilidad y la experiencia de usuario. Crea interfaces que se adaptan a las necesidades de los usuarios y cumplen los objetivos de la empresa. Webs intuitivas, sencillas y fáciles de usar.

Es la referencia de la medición en el mercado nacional gracias a Userzoom, herramienta única y exclusiva que permite testar la eficacia de una web y el nivel de satisfacción de grandes muestras de usuarios en remoto.

Entre sus clientes se encuentran Viajes Iberia, Iberia, Inversis, Orange, Movistar, Yoigo, Ventura 24, Amadeus, Direct Seguros. Clientes de Usezoom: Amazon, Google, IBM, Monster, Privalia, Softonic,, Ebay, Zappos, U.S.Bank, Sprint.

La Telaraña: expertos en social media, construimos identidad y posicionamiento digital de marcas integrando las acciones en estrategia 360°. El universo Social media es muy eficaz para dar un servicio multidisciplinar a una marca o producto y en la mayoría de los casos las empresas no aprovechan su potencial o se introducen en social media de forma poco eficaz. Más de 5 años de experiencia nos avalan. Aportamos una visión diferente en el mundo on.

Datos de contacto:

Javier Darriba (Xperience Consulting)

jdarriba@xperienceconsulting.com

Verónica Escuer (La Telaraña)

veronica@latelaraña.com

Mariona Alba (La Telaraña)

mariona@latelaraña.com