



WifiSafe 

WIFI SOCIAL EN HOTELES

DESMONTANDO UN MITO:  
"Lo que no te dicen y deberías de saber"

2018 - WifiSafe

El WiFi Social está muy de moda, han salido montones de empresas, empresillas, startups y emprendedores que en el 99% son "vende humos" de las maravillas que hacen y luego se quedan en el tintero, o miles de preciosas presentaciones de PowerPoint, dignas de un máster de aprenda a cómo hacer presentaciones exitosas sin vender nada a cambio. ¿Cómo se vende la "burra" de un WiFi Social Media?

NIVEL MBA:

Triunfan las que son internacionales, porque ya lo sabemos ... lo de fuera es lo mejor, hablan raro, y meten muchos anglicismos y claro son más listos porque tienen una oficina en Londres, San Francisco, Milán, o París ¿?¿?¿?.. que te muestran grandes diseños de datos, usabilidad, muchos gráficos, administración para dummies (simple, vistosa pero poco útil), solo quieres que todo lo que haya ahí, sea exportable para presentarlo en un PDF como si te lo hubieras currado en horas extras y darles carnaza a los de Marketing que interpreten los datos que aparte de esto, de ver gráficos en coloritos, no hacen gran cosa adicional y es más, el marketing de la empresa social media que te vende la moto, que lo que realmente hay detrás y el provecho que puedes sacar.

NIVEL STARTUP patrocinado con dinero público;

Los "listillos", que te venden la inteligencia en el punto de acceso ("doméstico" para ser más claros y los "impresentables", que te sacan la electrónica del fabricante de turno y la ensamblan en una cajita de colores con logos muy explícitos y logrados, muy en plan I+D profesional y tal, pero cuando cae uno en tus manos y lo desmontas resulta que te han encasquetado una electrónica de 15 o 20€ y han flasheado el equipo con un Firmware WRT libre y te han clavado 150 a 400€ por algo que no los vale... y están buscando oficinas próximas a la Castellana, o Paseo de Gracia, como si de un Zara se tratase... ¡Total! Te venden los cacharros, y en una temporada de verano, pegan el cierre eso sí, habiendo cobrado un año por adelantado porque te hacen descuentos especiales o promociones, y después, "si te he visto no me acuerdo".

NIVEL, desarrollo propio porque soy un emprendedor visionario Full Stack Engineer Developer;

En el garaje, en plan Apple, Microsoft... Cuando antes lo único que habían diseñado era una APP para Android. Ósea, los que tienen más cara que espalda y te venden un routerboard con un iOS gratuito a 500, 1000€, o incluso más, cuando el coste es de 80 a 350€ y te dicen que además está todo en Cloud, cuando en realidad, es un simple PC alojado en el mejor de los casos en un datacenter de los de toda la vida, y eso sí, a través de una página web con un diseño chulo donde los haya, te dan a elegir el plan que quieres contratar, "Básico, Pro, Premium" a precios que se los sacan de la gorra porque todos son el mismo Soft pero capado, según pagues o no, y como le pongan el nombre de VIP, ¡acójonte! pues te van a poner precios de VIP, como si fueras un Jeque árabe con pozos petrolíferos.

Pero todos te venden la cantidad de información que vas a tener (y que no vas a saber, qué hacer con ella) pero no te dicen los problemas que tendrás.

Vamos a enumerar problemillas que no te cuentan.

Primero, están los que te dicen que ellos te montan el Portal Cautivo en sus servidores, y que se encargan de recopilar todos los datos sociales de tus clientes. ¡OJO!, hablamos de "TUS CLIENTES", ósea que estás ofreciendo información de tu capital máspreciado, a una empresa que apenas conoces y que en el 99% de las veces, no firmas un documento de confidencialidad, ni por supuesto cumplen la LPOD, y ni siquiera le dicen a tus clientes que pueden o no hacer con sus datos personales, y tampoco tienes claro dónde estarán alojados tus datos, si en España, en Europa, en USA o en la China. ¡Total!, lo que quieres es que te cueste lo mínimo posible porque es de momento un gasto más, eso sí, con grandes expectativas.

Problema: que alguien tiene los datos de tus clientes, encima los APS le dicen por dónde anda en el hotel, si pasa mucho rato en la habitación, o en la barra del restaurante, pero es que además, como se asocia a través de la red social de turno, es capaz de cruzar datos y saber a qué restaurantes de la ciudad acude y fácilmente extrapolar si es un cliente con capacidad económica o va de a cenar a un estrella Michelin o acaba en Fast Food turco zampando un "Falafel", un "Kebab" y una caña.

Cruzando los "dedos" con el BIG DATA, a quien se los proporcionas y los BIG PROBLEMS... en los que te puedes meter, sin comerlo, ni beberlo.

Bueno, quedémonos solo en los datos que recoge en tu hotel que supongamos que sea un 4 estrellas pero es que el que te proporciona el servicio, sabe qué otros hoteles están próximos a tu zona, cuántas habitaciones tienen, cuántas estrellas.. y son capaces de ver tu ocupación hotelera, y saber si tus clientes son mejores que los de la competencia, o simplemente si tu hotel está dentro de un área o zona de éxito que tiene pocas plazas hoteleras y que son datos muy importantes cuando una gran cadena hotelera dice: "mira, deberíamos de abrir un nuevo hotel en tal zona". ¿Quién puede vendernos datos REALES de turismo en esa zona, en esa zona de costa, en esa ciudad, y en concreto en tu barrio o más concretamente, en el edificio que tienes justo al lado y que puede que esté en venta? ¡Y zas! En pocos días, ves como aterrizan grandes cadenas, tirando precios en una zona que antes dominabas y te sentías orgulloso de tener plena ocupación prácticamente todo el año.

¡Mira por dónde! Por no averiguar con quién cruzas los datos de tus clientes, alguien comercializa con ellos y casi es indirectamente capaz de hundirte el negocio.

Y ante todo esto, ¿qué es lo que puedo o debo hacer?

### Consejos:

- CUIDA A TUS CLIENTES como si tu fueras uno de ellos.

- Obtén la máxima información de tus clientes, gustos y preferencias, esa información es muy valiosa. ¿Por qué vas a darla gratis a una empresa que lo único que hace es cobrarte por presentar un servicio?

- Adquiere un HOTSPOT ESPECÍFICO PARA TU SECTOR (y JAMÁS un Controller cualquiera de cualquier marca), pues si lo eliges correctamente ya tienes la inteligencia suficiente para recopilar esos datos importantes para ti y exportarlos a tu PMS y/o CRM y analizarlos con calma y saber qué quieres hacer y a dónde llegar con ellos.

- Si necesitas presentarlo más bonito o con datos cruzados, existen grandes profesionales de tratamiento de datos capaces de hacerte un programa a tu medida y necesidades por precios muy razonables, o simplemente creando scripts para alimentar de datos cualquier CRM

- Si has de externalizar el servicio, que sea con profesionales capaces de firmar la LOPD de los datos de tus clientes y que te dejen claro el uso que van a hacer con esa información, incluso contrata un especialista de protección de datos y que te audite qué datos facilitas a terceros y si estos cumplen o no con la ley (recuerda que las multas por hacerlo mal, pueden ser el 4% de tu facturación ANUAL)

### Las modas

Llevamos un par de años recogiendo requerimientos de hoteles que quieren que todos sus clientes se conecten a través de redes sociales.

¡Vale! Pongamos un ejemplo de un hotel turístico en cualquier lugar de España, rodeado de más hoteles, bares, restaurantes, apartamentos y badulaques.

Llega la familia Martínez al hotel, papá, mamá, el nene de 12 y la niña de 14 años:

Hola, quiero WiFi.

Pues tendrá que loguearse con la red social "caralibro".

¡Vale!

La mujer: "yo no uso eso"

El niño: "a mí no me dejan tenerlo aún"

La nena, sin problemas... lo tiene y domina de sobras.

¿Qué hacemos? ¿Dejamos sin WiFi a la mamá y al nene?

¿Le dice la nena la contraseña de su caralibro a la madre?

¿Deja el padre que el niño se meta en su caralibro?

Bueno, imaginemos que tenemos suerte, y todos aceptan conectarse con la misma red social:

El de marketing del hotel... ¿A quién envía la copa de mojito gratis por ser su cumpleaños... al niño que los cumple mañana?

¿La oferta de una noche romántica a la nena?

¿Dejamos que la niña este 12 horas al día en la piscina escuchando su música preferida en Spotify a razón de unos 120 megas la hora, ósea 1.5 Gigas al día?

Ahora veamos que más pasa... ¿Cuánto tiempo le doy de conexión con la red social?

Bueno, como es un hotel vacacional tenemos paquetes de 3, 5, 7, 10 días... ¡vale! ¿Cómo sabes tú cuantos días va a estar ese usuario de la red social?

Por último, como la WiFi sale a la calle... ¿Se autentican también el grupo de alemanes que va cada noche a cenar al kebak de enfrente del hotel cuando ni siquiera son clientes?

Los trabajadores del hotel que deben atender a los clientes, ¿pueden conectar sus móviles con la red social y usar Skype para hablar con sus familiares en otro país en horario de trabajo?

A todo esto, la red Social, ya sabe dónde se hospedan y que suelen regresar a esa zona con encanto todos los años, porque los amigos de los padres y de los niños ya los tienen hechos desde hace años, pero resulta que el siguiente año, cuando los Martínez quieren reservar nuevamente el hotel a través de la OTA.com de turno, resulta que papá Martínez, lleva meses recibiendo ofertas del hotel de al lado o incluso no encontrando el hotel de siempre en las primeras páginas, y para finalizar recibe una oferta irresistible del Hotel SORPRESA, que es un 4 estrellas y cuyas habitaciones normalmente valen 80€ la noche con un 30% de descuento, y que también está en la zona de influencia.

¿Casualidades? Nooooo, análisis cruzado de Big Data, venta de información y gustos de clientes al mejor postor.