

EJEMPLO DE ANÁLISIS

Análisis de Conversión Web

Hotel Ejemplo • Tunja, Boyacá

SITIO WEB ANALIZADO

www.hotel-ejemplo.com

TIPO DE NEGOCIO

Hotel Boutique

CANAL PRINCIPAL

Booking.com (80%)

FECHA DE ANÁLISIS

20 Nov 2024

Resumen Ejecutivo

🎯 3 Problemas Principales Identificados

- Primera impresión confusa:** El titular no comunica claramente qué tipo de experiencia ofrece el hotel. Los visitantes tardan más de 10 segundos en entender el concepto.
- Falta de reserva directa:** No hay un sistema de reservas directo visible. Todo redirige a Booking, perdiendo 18% de comisión por cada reserva.
- Confianza limitada:** Solo 2 testimonios visibles y sin fotos reales de huéspedes. Las fotos del hotel parecen stock photography.

💰 Impacto Económico Estimado

Basado en 30 reservas mensuales promedio con valor de \$250.000 COP por noche:

Pérdida mensual estimada: \$1.350.000 COP

- Comisiones a Booking (18%): \$1.350.000
- Conversiones perdidas por confusión: ~5 reservas (\$1.250.000)
- Total anual: \$31.200.000 COP**



PILAR 1

Primera Impresión (5 segundos)

PROBLEMA CRÍTICO #1

Titular genérico sin propuesta de valor clara

Texto actual: "Bienvenidos a Hotel Ejemplo"

Este titular no comunica nada único. Un visitante no sabe si es un hotel económico, de lujo, familiar, o de negocios. La competencia usa titulares igualmente vagos.

PROBLEMA #2

Imagen hero poco atractiva y genérica

La foto principal parece ser stock photography. No muestra las características únicas del hotel (terraza, vista, decoración especial). Los hoteles competidores tienen fotos más auténticas y atractivas.

QUÉ ESTÁ BIEN

- El diseño es limpio y profesional
- Los colores son coherentes con la marca
- El logo es visible y reconocible

RECOMENDACIÓN PRIORITARIA

Cambiar el titular por uno específico y con beneficio claro:

"Hotel Boutique con Vista a la Plaza de Bolívar - Experiencia Colonial Auténtica en el Corazón de Tunja"

Reemplazar la imagen hero con una foto real que muestre el diferenciador principal (ej: terraza con vista, habitación decorada con arte local, desayuno artesanal).

IMPACTO DE ESTE CAMBIO

- Reducción de tasa de rebote: 15-20%
- Aumento de tiempo en página: 2-3 minutos
- Conversión estimada: +8 reservas/mes = \$2.000.000 COP



PILAR 2

Claridad de Oferta

❌ PROBLEMA CRÍTICO #3

Precios no visibles en ninguna parte

Los usuarios no pueden ver rangos de precio aproximados sin hacer clic en "Reservar" que los lleva a Booking. Esto genera fricción innecesaria y desconfianza.

❌ PROBLEMA #4

Servicios incluidos poco claros

No queda claro qué incluye cada tipo de habitación. ¿Desayuno? ¿WiFi? ¿Parqueadero? Esta información está escondida en una página secundaria difícil de encontrar.

✅ QUÉ ESTÁ BIEN

- Las fotos de las habitaciones son de buena calidad
- Hay descripción de servicios (aunque mal ubicada)
- La información de ubicación es clara

🔧 RECOMENDACIÓN

1. Agregar tabla de precios visible con rangos (ej: "Desde \$180.000/noche")
2. Mostrar claramente qué incluye cada habitación con íconos
3. Destacar diferenciadores: "Desayuno artesanal incluido" "WiFi de alta velocidad" "Parqueadero privado"

💰 IMPACTO ESTIMADO

- Reducción de consultas por WhatsApp: 40%
- Conversión de visitante a reserva: +12%



PILAR 3

Análisis de Fricción

✗ PROBLEMA CRÍTICO #5

No hay sistema de reserva directa

Todo botón de "Reservar" redirige a Booking.com. Esto significa: • Pérdida del 18% en comisiones

- Sin control sobre la experiencia de reserva
- Sin data directa de los huéspedes



PRIORIDAD MÁXIMA

Implementar sistema de reservas directo (ej: HotelRunner, Cloudbeds, o desarrollo custom). **ROI: Se paga solo en 2-3 meses con las comisiones ahorradas.**



PILAR 4

Análisis de Confianza

✗ PROBLEMA #6

Testimonios limitados y poco creíbles

Solo 2 testimonios, sin fotos de los huéspedes, sin nombres completos. Parecen inventados.



RECOMENDACIÓN

- Agregar mínimo 8-10 testimonios con fotos reales
- Incluir reseñas de Google/TripAdvisor con widget
- Mostrar certificaciones (si las hay): seguridad, calidad, etc.



PILAR 5

Llamado a la Acción

✓ QUÉ ESTÁ BIEN

- Botón de WhatsApp flotante visible
- Teléfono de contacto siempre accesible
- CTAs claros ("Reservar Ahora")

✗ OPORTUNIDAD DE MEJORA

Agregar CTA secundario: "Ver disponibilidad" que muestre un calendario simple antes de redirigir, para reducir fricción.

Comparativa con Competencia

ELEMENTO	HOTEL EJEMPLO	convierte, conCOMPETENCIA
Reserva directa	✗ No	✓ Sí (2 de 3)
Precios visibles	✗ No	✓ Sí (3 de 3)
Testimonios	⚠ 2	✓ 10+ promedio
Fotos reales	⚠ Algunas	✓ Todas
WhatsApp activo	✓ Sí	✓ Sí

Plan de Acción Priorizado

🎯 Fase 1: Cambios Rápidos (1-2 semanas)

- 1 Cambiar titular y propuesta de valor** (Impacto: Alto | Costo: Bajo)
Reescribir el headline principal para comunicar claramente el diferenciador del hotel.
- 2 Reemplazar imagen hero** (Impacto: Alto | Costo: Bajo)
Usar foto real que muestre la característica única del hotel.
- 3 Agregar precios aproximados** (Impacto: Alto | Costo: Bajo)
Mostrar rangos de precio visibles en la home.

Inversión estimada: \$0 - \$500.000 COP
Retorno estimado: +5-8 reservas/mes = \$1.250.000 - \$2.000.000 COP

🚀 Fase 2: Mejoras Medias (1 mes)

- 1 Implementar sistema de reservas directas** (Impacto: Muy Alto | Costo: Medio)
Integrar plataforma como HotelRunner o Cloudbeds.
- 2 Agregar 8-10 testimonios con fotos** (Impacto: Medio | Costo: Bajo)
Recopilar testimonios reales de huéspedes satisfechos.
- 3 Optimizar para móvil** (Impacto: Alto | Costo: Medio)
70% del tráfico viene de móvil, la experiencia debe ser perfecta.

Inversión estimada: \$2.000.000 - \$3.500.000 COP
Retorno estimado: Ahorro de \$1.350.000/mes en comisiones + 10-15 reservas adicionales

⚡ Fase 3: Optimización Continua (3 meses)

- 1 Implementar chat con IA** (Impacto: Alto | Costo: Medio)
Chatbot que responde preguntas 24/7 y pre-cualifica leads.
- 2 A/B testing de elementos clave** (Impacto: Medio | Costo: Bajo)
Probar variaciones de titulares, imágenes, y CTAs.
- 3 SEO local optimizado** (Impacto: Alto | Costo: Medio)
Aparecer primero en "hoteles en Tunja" en Google.

Inversión estimada: \$1.500.000 - \$2.500.000 COP
Retorno estimado: Incremento sostenido del 20-30% en reservas directas

Inversión vs. Retorno Estimado

FASE	INVERSIÓN	TIEMPO	RETORNO MENSUAL	ROI
Fase 1	\$500.000	1-2 semanas	\$1.500.000	300%
Fase 2	\$3.000.000	1 mes	\$3.000.000+	100%/mes
Fase 3	\$2.000.000	3 meses	\$2.500.000+	125%/mes
TOTAL	\$5.500.000	4 meses	\$7.000.000+	127%

RESUMEN DE OPORTUNIDAD

Situación actual:

- 30 reservas/mes en promedio
- 80% viene de Booking (comisión 18%)
- Conversión web estimada: 1.2%
- Ingresos mensuales: ~\$7.500.000 COP

Situación proyectada (post-implementación):

- 45-50 reservas/mes (+50%)
- 60% directo / 40% Booking
- Conversión web: 2.5-3%
- Ingresos mensuales: ~\$11.250.000 COP
- **Incremento: \$3.750.000 COP/mes**

¿Listo para implementar estos cambios?

Este análisis es solo el primer paso. Podemos ayudarte a implementar cada una de estas mejoras de forma sistemática y con seguimiento de resultados.

 **WhatsApp: +57 311 582 8446**

 **Email: contacto@somosguia.com**

 **Web: somosguia.com**