

“Los hoteles de lujo debemos hacer ‘trajes a medida’ para el cliente”

El Hotel Mercer de Sevilla ha sido galardonado como el mejor ‘5 estrellas Gran Lujo de España’ en los ‘Travellers Choice 2019’ de TripAdvisor, los premios más prestigiosos del sector.

Por Cecilia M. R.

Situado en un palacete burgués del siglo XIX en pleno barrio histórico de El Arenal y junto a la Maestranza, con un interiorismo contemporáneo, sobrio y exclusivo, el hotel sevillano de la cadena Mercer Hoteles ha conseguido cautivar a todo aquel que lo elige como alojamiento. Francesc Holgado, director general de la compañía hotelera, detalla los motivos que le hacen merecedor de este galardón; customización, tecnología y exclusividad.

¿Qué supone para ustedes recibir el premio al ‘Mejor Gran Lujo de España’?

Para Mercer Hoteles es un auténtico honor haber situado dos de nuestros establecimientos entre los Mejores Hoteles de Lujo de España en los Premios Travellers Choice 2019 de TripAdvisor: El Mercer Sevilla ha sido reconocido como el Mejor Hotel de Lujo de España y el Mercer Barcelona ha ocupado la tercera posición en ese mismo ranking. Estos premios tienen especial valor, porque son los usuarios de TripAdvisor quienes deciden los establecimientos ganadores en base a sus opiniones del último año. Esto significa que has de dar el mejor servicio, para que tus clientes lo valoren y acaben teniendo la mejor reputación. Es algo en lo que trabajamos a diario y formamos a nuestros equipos para ello.

¿Qué ofrece este alojamiento que otros no tengan?

En Mercer Hoteles perseguimos la excelencia de un servicio sobresaliente. Más allá de un restaurante gastronómico, de un cóctel bar de diseño o de una piscina en la azotea, el Mercer Sevilla cuenta con 12 habitaciones, lo que nos permite ofrecer una atención totalmente personalizada a cada huésped. Es

decir, cuidamos hasta el más mínimo detalle para convertir la estancia de cada huésped en una experiencia memorable.

¿Hacia dónde se dirige el marketing de los hoteles de lujo?

En mi opinión, se dirige hacia la personalización del servicio al cliente, a la customización. Los hosteleros de lujo deberemos dedicar recursos al análisis del comportamiento del usuario y ser capaces de crear *trajes a medida* para cada tipo de cliente. Conocer cada vez mejor a

nuestros huéspedes y sus aspiraciones para ser capaces de superar sus expectativas es y será clave.

¿Cuál es su ‘target’ de cliente?

Nuestro *target* es principalmente internacional. Se trata básicamente de parejas y también familias. Son personas interesadas en la historia, la arquitectura, la cultura y la gastronomía local. Son viajeros expertos, acostumbrados a viajar, que están bien informados, que buscan experiencias únicas, diferentes y aprecian la exclusividad.

¿Cómo gestionan las opiniones de sus huéspedes?

Las opiniones de nuestros clientes son fundamentales ya que son el motor que nos ayuda a mejorar. Para la Gestión de la Reputación utilizamos las nuevas tecnologías. E inspirados por sus comentarios, incorporamos mejoras que contribuyen a continuar elevando nuestro nivel de servicio.

¿Hacia dónde se dirige la tendencia UX en el sector hotelero de lujo?

La experiencia del usuario juega

un papel estratégico de gran importancia en nuestro sector. La innovación digital debe permitirnos mejorar el *Customer Journey*. Mediante las herramientas digitales nos acercamos al huésped, conocemos mejor sus necesidades y mejoramos la relación desde antes de que reserve hasta después de su marcha del hotel. Es imprescindible mantenernos informados sobre la evolución de la transformación digital para intentar incorporarla a cada paso del *Customer Journey*.

¿Cómo se están adaptando a la era de las nuevas tecnologías?

En Mercer Hoteles estamos convencidos de que la innovación debe ser parte del ADN de nuestros colaboradores. Y en consecuencia las nuevas tecnologías están presentes en distintos ámbitos de nuestro negocio: Por ejemplo, a nivel de marketing, utilizamos diferentes *softwares* que nos ayudan a controlar nuestra estrategia y a enfocarnos a nuestro *target*, que es un nicho de mercado muy específico. En departamentos como Front Desk o Guest Relations, las nuevas tecnologías contribuyen a la gestión del antes y después de la estancia del cliente. Para el Revenue Management, la Gestión de la Reputación o de las Redes Sociales, entre otros.

¿Cómo les ha influido el nacimiento de plataformas como Airbnb?

A pesar de que no consideramos que Airbnb sea un competidor directo de nuestros hoteles de lujo, creemos que la competencia hace que todos nos esforcemos cada día en mejorar nuestros productos y servicios, lo que en definitiva acaba beneficiando al cliente final.

¿Cuál cree que será el futuro del sector hotelero de lujo?

El lujo es un concepto vivo y que se concibe de distintas maneras según la generación o la nacionalidad. Sin embargo, observamos un rasgo común que creo que marcará el futuro de la hostería de lujo: la búsqueda de lo auténtico y lo genuino, de experiencias diferentes, extraordinarias o irrepetibles, que aporten valor añadido al viajero.



EE

Francesc Holgado

Director general de Mercer Hoteles

“El sector hotelero de lujo se dirige hacia la búsqueda de lo auténtico y lo genuino”

“La innovación digital debe permitirnos mejorar la experiencia de cliente”

“Este hotel tiene 12 habitaciones, por lo que ofrecemos una experiencia personalizada”