



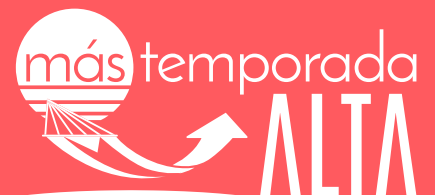
GUÍA RÁPIDA DE ESTRATEGIAS ANTE EL CORONAVIRUS PARA ANFITRIONES DE AIRBNB

Recursos y herramientas para lograr
que tu Airbnb se mantenga durante
la pandemia del COVID-19



www.MasTemporadaAlta.com

Asesores en Marketing Digital para Turismo



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD	4
ACERCA DE MÁS TEMPORADA ALTA	5
CÓMO UTILIZAR ESTA GUÍA RÁPIDA DE ESTRATEGIAS ANTE EL CORONAVIRUS PARA ANFITRIONES DE AIRBNB	7
CONSERVA LAS RESERVAS QUE AÚN PERMANECEN ACTIVAS	8
Cancelaciones y la Política de Circunstancias Atenuantes de Airbnb	9
ADAPTA TUS PRECIOS AL NUEVO CONTEXTO	12
¿Cómo definir el descuento adecuado?	13
Reestructura tus precios ligados a eventos	14
Promoción especial a tus huéspedes anteriores.	14
Motiva las estadías largas a través de grandes descuentos	14
MAXIMIZA LA DISPONIBILIDAD DE TU ANUNCIO	16
Establece la estancia mínima a una noche	17
2. No limites las estancias máximas	19
3. Configura el aviso previo para el mismo día	19
4. Programa la ventana de reserva a por lo menos 12 meses	20
5. Elimina las objeciones para concretar la reserva	20
Posibles objeciones para reservar	21
ENFÓCATE EN EL NUEVO HUÉSPED	25
Nuevo Huésped: personal de salud	27
Nuevo huésped: personas varadas	28
Nuevo huésped: personas de tu propia ciudad	31
AJUSTA TU LISTING A LA REALIDAD ACTUAL	32
Crear un anuncio que resalte en las búsquedas	32
El título de tu anuncio debe generar confianza	34
La descripción de tu propiedad debe ser la fuente de la tranquilidad que tu huésped necesita en este momento	35
Acompaña la descripción con prueba reales: la fotografía correcta en tiempos de coronavirus	38
BONOS ADICIONALES	43
CHECKLIST DE ACCIONES PARA TU AIRBNB DURANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS	44

INTRODUCCIÓN

En un abrir y cerrar de ojos, la industria de los alquileres a corto plazo, para viajes de negocio y alquileres turísticos, ha dado un giro inesperado haciendo que cambien por completo las reglas del juego.

Con solo ver las noticias por un instante, te das cuenta que los viajes de negocios han sido cambiados por meeting en líneas y el turismo se han paralizado casi por completo a medida que los países cierran sus fronteras y las aerolíneas cancelan la mayoría de los vuelos.

Cada día son más los hoteles que reducen sus nóminas y cierran sus puertas hasta nuevo aviso.

Pareciera que el negocio de alquileres turísticos o a corto plazo se quedará sin clientes, mientras los propietarios de los pequeños hoteles, posadas y anfitriones de Airbnb se desviven pensando en las hipotecas, pago de alquileres de las casas y pisos arrendados con fines de negocios.

A pesar que todo parece muy difícil en este momento, hay opciones para brindar un servicio de hospedaje en estos momentos, logrando cubrir los gastos y estando listos toda vez que los viajes se reanuden.

Este recurso es una recopilación de buenas prácticas que te permitirán surfear las olas de esta crisis, brindándote herramientas y recursos para mitigar el efecto del COVID-19 en tu estrategia de negocios.

Sabemos que atravesar tiempos difíciles solo no es nada fácil, pero **!no estás solo!** Estamos aquí para apoyarte, comprendemos la realidad de los alquileres a corto plazo y nuestra misión es apoyar a la comunidad que está en este negocio.

**“En la crisis nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias.
Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar superado”. — Albert Einstein**

Esta guía está dedicada para todos aquellos que se niegan a quedarse de brazos cruzados y están dispuestos a superarse ante la crisis.

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

En primer lugar, queremos establecer que Más Temporada Alta recomienda seguir las indicaciones de las instituciones de salud de cada país, así como las pautas Gubernamentales que se hayan dispuestos, adicionalmente, seguir las recomendaciones dadas por la Organización Mundial de la Salud para protegerse a sí mismo y a sus huéspedes, y también para prevenir la propagación de la enfermedad (COVID-19).

Es necesario aclarar que no somos expertos en salud o abogados. Si tiene alguna pregunta o dudas sobre su salud o situación legal, le sugerimos contactar a un profesional.

Debemos indicar que esta guía sobrepone la salud del anfitrión y de los huéspedes, por encima de cualquier estrategia para disminuir el impacto del coronavirus en el negocio de alquiler a corto tiempo.

No recomendamos de ninguna manera hacer falsas afirmaciones respecto a la seguridad y la limpieza como método para atraer a más huéspedes. La honestidad y confianza son los valores que deben prevalecer en este momento.

Todos los recursos, herramientas y recomendaciones descritas en esta guía, se han construido a partir de la premisa que los dueños/anfitriones de las propiedades en alquiler, están haciendo todo lo que esté a su alcance para mantener los espacios de la propiedad seguros y limpios.

Airbnb es una marca registrada de Airbnb, Inc. Este libro no está afiliado ni respaldado por Airbnb, Inc.

Ahora que hemos dejado esto en claro, podemos continuar.

ACERCA DE MÁS TEMPORADA ALTA

¿Quiénes somos? ¿Y cómo podemos apoyarte durante la crisis?

Somos Horiany y Gloria fundadoras de Más Temporada Alta, un emprendimiento que surgió hace ya 4 años a partir de un motivo muy noble: **apoyar a un amigo emprendedor de turismo en México.**

Hoy en día somos un equipo de más de 10 personas entre líderes de proyectos, diseñadores, media buyers, copywriter y correctores, nos enorgullece decir que donde llegamos generamos Más Temporadas Alta.

Como todos ustedes, estamos en medio de esta tormenta llamada coronavirus, desde el principio comenzamos con un listado de recomendaciones para nuestros clientes que les permitieron conservar sus reservas brindándoles diferentes opciones a sus turistas.

Lo primero que comprendimos es que son días de mucha incertidumbre y hay que ser honestos en ello. No puedes ofrecer estrategias a largo plazo, sino que debes evaluar todos los días, si bien es cierto que el sector de turismo está afectado, no podemos detenernos, debemos seguir y orientar nuestros esfuerzos en apoyar en lo que la industria de turismo necesita: **Educación y conocimientos**

Si bien la situación que atravesamos es nueva para todos, el mundo ya ha enfrentado duras crisis en el pasado y la historia nos ha dejado ver que el ingenio y la resiliencia son la clave para vencer.

¡Queremos apoyarte en el proceso!

Por eso ofrecemos asesoría personalizada para mejorar tu estrategia digital durante la crisis.

El hecho de que muchos negocios tengan que cerrar temporalmente, no quiere decir que sus redes también deban desaparecer. Todo lo opuesto, este es el momento donde hay más atención del público en las redes. ¡Así que vamos a sacar lo mejor de esto juntos!

Ahora, vamos a centrarnos en un tema muy importante que son los alquileres a corto plazo, específicamente en el temor que pueden sentir los anfitriones de Airbnb, si bien es una situación difícil no podemos quedarnos de brazos cruzados, sino tendremos que aprender a manejar con cuidado la situación y evitar que el negocio desaparezca.



CÓMO UTILIZAR ESTA GUÍA RÁPIDA DE ESTRATEGIAS ANTE EL CORONAVIRUS PARA ANFITRIONES DE AIRBNB

Hemos concebido esta guía rápida con 5 estrategias claves, para que puedas desde el primer momento comenzar a ajustar aspectos en tu Airbnb y minimices el impacto de la crisis producto de la pandemia del COVID-19.

1. Conserva las reservas que aún permanecen activas

La guía comienza con las estrategias para evitar las cancelaciones, este paso es primordial, ya que es la forma de evitar que te descapitalices y pierdas reservas que ya tienes de tu propiedad.

2. Adapta tus precios al nuevo contexto

Luego avanzamos en la realidad, mediante una lista de estrategias para adaptar el precio de tu propiedad, debes comprender que todos estamos en la misma situación, por eso debes comenzar por comprender las condiciones actuales de tus huéspedes potenciales.

3. Maximiza la disponibilidad de tu anuncio

Las condiciones del juego han cambiado y tu anuncio debe estar preparado para ello, maximizar la disponibilidad es clave, te llevamos paso a paso a la configuración óptima para que no se escape ninguna reserva y superes todas las objeciones.

4. Enfócate en el nuevo huésped

Un nuevo huésped te espera, te lo presentamos y te decimos cuáles son sus prioridades, para que tu propiedad sea el sitio perfecto donde él quiera estar.

5. Ajusta tu listing a la realidad actual

Ahora con un enfoque nuevo de tu negocio, nos adentramos en la fórmula perfecta para captar la atención de los buscadores de hospedajes en Airbnb. Tu listing será atractivo, empático y útil que nadie podrá resistirse.

CONSERVA LAS RESERVAS QUE AÚN PERMANECEN ACTIVAS

Probablemente aún conserves algunas reservas y tienes el temor que las cancelen, esta es la primera situación que debemos atender, ya que ella representa un ingreso que ya tenías previsto y perderlo no será una opción hasta donde sea posible.

Una premisa que todo negocio de turismo debe tener presente en este momento es:

una reserva a un precio más bajo es mejor que una cancelación

Cuando un huésped solicite una cancelación, evalúa la posibilidad de hacerlos reconsiderar. Mantén un discurso que apele a la solidaridad mutua, en la que le ofreces

- un cambio de la reserva a una fecha posterior
- extensión de la estadía por el mismo precio
- un "servicio especial" gratuito durante su estancia especial durante (limpiezas extra, entrega de alimentos, amenidades)

En este punto ser creativo y ofrecer lo que tu huésped necesita es clave.

Si el huésped acepta, puedes ofrecerle un descuento y un "servicio único" durante su futura estancia (es decir, limpiezas extra, entrega de alimentos), puedes considerar una pequeña sociedad con algún café, restaurante o tienda de conveniencia para ofrecerle a tu huésped un servicio que en condiciones normales tendría un alto costo ¡echa a volar la creatividad!

¿Qué hacer con las reservas futuras?

Si tienes huéspedes que han reservado para una estancia futura. Te recomendamos que les escribas un mensaje, ofréceles un descuento para extender o mantener su reserva.

Durante la conversación con ello, hacerles saber sobre las medidas de higiene que has adoptado y que la propiedad se encuentra completamente impecable.

No olvides expresarle que lo más importante para ti es salud y tranquilidad

Cancelaciones y la Política de Circunstancias Atenuantes de Airbnb

En circunstancias normales, los huéspedes de Airbnb tienen que cumplir con las políticas de cancelación establecidas por el anfitrión, lo que en algunos casos representa la no devolución de dinero o solo un reembolso parcial, dependiendo de cuán cerca de la fecha de reserva esté la cancelación.

Usualmente, las reservas de Airbnb se someten a una de seis políticas de cancelación establecidas por el anfitrión: flexible, moderate, strict, flexible or Non-refundable y moderate or Non-refundable.

Airbnb puede anular esas condiciones con su Política de Circunstancias Atenuantes, la cual se ha visto ajustada a la luz de la realidad actual exigiendo la intervención de la empresa para los reembolsos que apliquen según las condiciones.

de esta forma las cancelaciones relacionadas con COVID-19 pueden calificar para reembolsos.

La política se aplica a las reservas hechas antes del 14 de marzo, con reservas hechas hasta el 31 de mayo, aunque la primera modificación era hasta el 14 de abril. El avance de la

pandemia y las decisiones de los gobiernos están obligando a los ajustes permanentes por lo que es importante estar atento a la política en el website <https://es.airbnb.com/help/article/2701/la-pol%C3%ADtica-de-causas-de-fuerza-mayor-y-el-coronavirus-covid19>

¿Qué pasa cuando una cancelación cumple con las condiciones de esta variación de la Política de Circunstancias Atenuantes?

- El huésped recibirá un reembolso completo (incluyendo cualquier tarifa).
- Los anfitriones no incurrirán en gastos de cancelación.
- Airbnb reembolsará todos los honorarios.
- Los anfitriones pueden aceptar nuevas reservas para esas fechas.
- El estatus de superhost no se verá afectado.

Si una reserva ya ha comenzado (el check-in ha pasado), esta no aplica como circunstancia atenuante.

¿Qué pasa cuando una cancelación no cumple con las condiciones de esta variación de la Política de Circunstancias Atenuantes?

Si la reserva no aplica dentro de la política, entonces se emplearán los procedimientos de cancelación de acuerdo a la política de cancelación de cada anfitrión.

Si deseas cancelar una reserva debido a COVID-19 que no es elegible según la política de circunstancias atenuantes, debes solicitarle al huésped que cancele la reserva, ya que no se aplican penalizaciones al anfitrión por cancelaciones iniciadas por el huésped.

Las cancelaciones realizadas por los anfitriones son penalizadas de hasta suspensión de la cuenta ([Ver las penalizaciones que aplican](#))

Airbnb siempre ha promovido la flexibilización de las políticas de cancelación, a fin de brindarle mejor experiencia a los usuarios de la plataforma. Muchos de nuestros clientes habían mantenido hasta la fecha políticas estrictas de cancelación, no obstante, escoger una política más flexible en este momento, te permitirá recibir los siguientes beneficios:

- Aumento de la presencia de tu anuncio en los resultados de búsqueda.
- No tienes que pagar el 3% de la tarifa del anfitrión en las reservas hasta el 1 de junio ([Ver los detalles de este beneficio](#))

ADAPTA TUS PRECIOS AL NUEVO CONTEXTO

Es el momento de cambiar ciertas premisas y asimilar que tener el apartamento, la habitación o la casa ocupada puede ser más importante que el precio **¿por qué?** porque tus gastos siguen activos y tú necesitas de ingresos.

Ten en cuenta que la crisis afecta que tanto tú como anfitrión como los huéspedes (sabemos que el resto del mundo), estamos atravesando la misma crisis.



Ofrecer descuentos es una de las primeras acciones que debes tomar, analiza la situación, detalla tus costos y trata de llegar a un precio justo para todos.

Adicionalmente a que la mayoría de los usuarios usan los filtros por precio de las plataformas, Airbnb tratará de mostrar a sus usuarios los alojamientos más asequibles.

Al bajar los precios, atraes mayor cantidad de miradas a tu anuncio (listing), ya que aparecerá en más búsquedas (por filtrado de precio y por preferencia de Airbnb).

Ahora bien, al bajar de precio mediante descuentos, es importante que lo hagas de manera correcta, indica claramente en la descripción de tu anuncio el descuento que ofreces,

además de generar atracción inmediata de los amantes de los descuentos, esto evitará que los usuarios asocien tu lugar con “baja calidad”.

¿Cómo definir el descuento adecuado?

En este momento podrían estar rondando en tu casa número como 10%, 20%... algunos de nuestros clientes nos han dicho **¿Cuál descuento debo aplicar?**

La mayoría de ellos establecieron sus precios en condiciones totalmente diferentes a la realidad actual, probablemente fueron incrementando el valor de su anuncio en la medida en que su credibilidad aumentaba, hacían mejoras a la propiedad, su estatus pasó a superhost y otras tantas cosas que han pasado en el camino.

Definir un descuento no es algo arbitrario, como ya te dijimos es importante que tu precio te permita como mínimo cubrir tus gastos, con base en esto realiza un cálculo sencillo:

1. Detalla los costos mensuales de tu propiedad, considera todo, inclusive las nuevas rutinas y productos de limpieza.
2. Determina el costo diario (el costo mensual entre 30 días)
3. Estima un margen de ganancia aceptable para tí, por ejemplo un 20% adicional del costo diario de mantenimiento de tu propiedad
4. Calcula el porcentaje de descuento que necesitas para llegar a ese precio diario.

Una vez que tengas definido el nuevo precio mínimo diario y el máximo descuento que puedes dar, comienza a realizar descuentos interdiarios, hasta que llegues a ese descuento o a un valor superior en el mejor de los casos (si comienzas a obtener reservas).

Si las cosas se ponen más difíciles, cubrir los gastos de mantener tu propiedad puede llegar a ser vital, en ese caso tendrás que sacrificar el margen de utilidad aumentando así tu descuento.

Finalmente, si tienes activo *Early bird discount* y *Last-minute discounts*, confirma que esos valores junto con el descuento que le has dado al valor de la noche, no esté por encima del máximo descuento calculado.

Reestructura tus precios ligados a eventos

Si tu propiedad depende de los visitantes por eventos locales, entonces debes considerar lo siguiente:

La mayoría de los eventos públicos ya han sido cancelados y debes considerar la posibilidad de que todos los eventos sean cancelados por el resto del año.

Tu modelo de precios debe ajustarse a la nueva realidad, ofrece un mayor descuento en esas fechas.

Promoción especial a tus huéspedes anteriores.

En este momento, tienes un activo muy importante, los huéspedes anteriores, de acuerdo a la realidad de tu ciudad y la de tus huéspedes, puedes ofrecerles un descuento especial por “Cuarentena de Coronavirus” y que sea extensible a sus familiares y amigos.

Motiva las estadías largas a través de grandes descuentos

Este es un momento oportuno para atraer huéspedes de estadías largas. Una estrategia de descuentos por semana o mes de estadía resultará atractivo para los que consulten tu anuncio.

Mientras la incertidumbre se mantenga en el sector turístico, debes tratar de conseguir reservas a medio y largo plazo, hay muchas personas que podrían estar buscando esto, ofrecer un alquiler por mes sin las complicaciones de los contratos de alquiler y con el amparo y seguridad de plataformas de Airbnb resulta un ganar para ti y el huésped.

MAXIMIZA LA DISPONIBILIDAD DE TU ANUNCIO

Aunque parece evidente, debemos acotar este punto. Muchos de nuestros clientes al igual que tú diseñaron sus anuncios en Airbnb en condiciones muy diferentes a las actuales, ajustando cada ítem a una realidad mucho más prometedora que la que vivimos hoy día. Es por eso, que cosas obvias se pierden de vista y hacen que tu anuncio no se encuentre configurado de la manera óptima para el momento actual.

La disponibilidad de tu anuncio debe estar al máximo y las objeciones de los huéspedes deben tratar de ser superadas ¿Por qué? Porque la demanda bajo y tu debes tener la mejor oferta en el mercado.

Combinar una estrategia de descuentos acertada con una disponibilidad máxima, te ayudará a aumentar tus probabilidad de tener ingresos durante la pandemia del coronavirus.



Para maximizar la disponibilidad de tu anuncio debes tener en cuenta las siguientes interrogantes:

¿Si una persona necesita hospedarse solo una noche puede hacerlo en tu propiedad?

¿Si una persona necesita hospedarse por un mes puede hacerlo en tu propiedad?

¿Si una persona necesita un hospedaje en tu ciudad ese mismo día puede hacerlo en tu propiedad?

Vamos a ver cómo logras que tu propiedad esté disponible en todos los casos posibles.

Establece la estancia mínima a una noche

En situaciones normales, no te daríamos esta recomendación, pero durante esta crisis necesitamos ser tan flexibles como sea posible.

Puede que tengas dudas, pero debes saber que un huésped de una noche es un ingreso que a tu cuenta, pero adicionalmente hay otros beneficios.

Una reservación envía un mensaje claro y fuerte a Airbnb. Indica que tu propiedad tiene gran demanda y que está activa en la plataforma.

Como a Airbnb le interesa tener más reservas, ellos se encargan de posicionar tu anuncio más arriba en los resultados de búsqueda cada vez que obtienes una reserva.

Esto te beneficia, pero además vas a recibir otro activo valioso: **una evaluación**.

¿Por qué son tan importantes las evaluaciones en este momento?

Una sencilla razón, informar que seguimos siendo anfitriones, que estamos preparados ante la crisis y que estamos abiertos al público.

Esa es la primera duda que tienen los huéspedes cuando hacen las búsquedas y ven que la última evaluación de una propiedad fue hace 2 meses, interpreta que no está operativo a pesar de ver la disponibilidad.

Durante la estancia de una noche, y cualquier estancia, dedícate a tus huéspedes, hazlos sentir lo más cómodos posible y anímalos a que dejen una reseña sobre su estancia y que comenten sobre las atenciones extras que has tenido con ellos para que se sientan seguros, como en casa durante esta crisis.

Tu sabes muy bien que esa evaluación te conseguirá nuevas reservas.

Finalmente, una estancia de una noche te ayudará a conseguir más reservas y eso es crucial en estos tiempos difíciles.

2. No limites las estancias máximas

En circunstancias normales las personas prefieren quedarse menos de 14 días. Pero debido a las circunstancias actuales, es muy probable que consigas huéspedes que se queden hasta 6 meses.

¿Qué harás? Darles la bienvenida, por supuesto.

En el contexto actual, tu propiedad lo que necesita es estar ocupada, ya no puedes enfocarte en turista de corto tiempo, sino en quien necesite un lugar amoblado para quedarse.

3. Configura el aviso previo para el mismo día

Se están observando una gran cantidad de reservas de última hora debido a que las personas cambian sus planes de viaje, se quedan varados, necesitan despejarse, por diferentes razones, necesitan un lugar hoy.

Para atender esta demanda, debes indicar que estás preparado para recibir huéspedes en cualquier momento.

¿Qué pasa si por algún motivo no puedes registrar a las personas a último minuto? ¿O si te preocupa tener que verte con los huéspedes en persona y exponerse al virus?

NO puedes dejar que nada se interponga entre esa reserva y tú.

Una alternativa para sacarte de apuros en esta situación es instalar un dispositivo de registro automático.

Un **smartlock** es una cerradura electrónica que se activa o desactiva mediante un código digital ingresado al Smartlock desde un dispositivo autorizado por medio de la aplicación correspondiente.

Lo que nos encanta de esta opción es que es segura y no requiere contacto físico.

Pero si se sale de tu presupuesto siempre puedes hacer el check-in como en los viejos tiempos, dejando la llave dentro de una caja de seguridad o usando la vieja estrategia de "llave bajo el tapete".

Recuerda: lo que sea necesario para mantener la disponibilidad de tu espacio.

Lo mismo ocurre con **el tiempo de preparación, debes** estar preparado para recibir huéspedes siempre, sin importar qué.

4. Programa la ventana de reserva a por lo menos 12 meses

Abrir la ventana de reservas va de la mano con el principio que ya mencionamos: una reservación lleva a más reservas. Por eso las reservas tienden a venir en oleadas.

Si bien es cierto que una reserva con 10 meses de anticipación no te genera ingresos inmediatos, sirve de ayuda para mantener tu anuncio activo y atractivo ante los ojos del algoritmo de Airbnb.

5. Elimina las objeciones para concretar la reserva

Conocer al huésped es imperante en este momento, debes comprender que tienen muchas dudas sobre reservar tu propiedad o cualquier otra. El mundo en general representa un peligro para su supervivencia, brindarle un poco de confianza ayudará a que escoja tu propiedad por encima de otras.

Piensa por instante que vas a hacer una reserva en Airbnb ¿Qué te impulsa a reservar un Airbnb? ¿Cuáles elementos influyen para que tomes la decisión?

La disminución, inclusive eliminación de las objeciones es un proceso común en todo proceso de venta, toda vez que superas esas objeciones tienes el camino libre para lograr tu propósito.

Analicemos algunas de las objeciones que puede tener un usuario de Airbnb para escoger tu propiedad:

Posibles objeciones para reservar

- El huésped no puede reservar al instante.
- Le preocupa perder dinero si tiene que cancelar.
- La falta de información.
- Tiene preocupaciones sobre el profesionalismo del anfitrión.

¿Qué puedes hacer para eliminar estas objeciones?



El huésped no puede reservar al instante

Esperar por algo cuando tienes cientos de otras opciones disponibles, ya no tiene sentido para tus huéspedes.

Aguardar que un anfitrión responda a una solicitud de reserva puede ser muy molesto para ciertas personas, en especial para aquellos que son impacientes. Si no pueden reservar al instante, simplemente, prefieren no hacerlo.

Airbnb tiene una manera simple de evitar esta objeción: la Reserva instantánea <https://www.airbnb.es/help/article/523/qu%C3%A9-es-la-reserva-inmediata>

Los huéspedes tienen la opción de usar un filtro en la búsqueda para ver sólo aquellas propiedades que se pueden reservar al instante. Así que, si no tienes esta opción activada, un montón de clientes ni siquiera verán tu anuncio.

Además, a Airbnb le encantan las propiedades que se pueden reservar al instante. Así que les dan un impulso extra para que aparezcan primero en los resultados de búsqueda.



A los huéspedes les preocupa que puedan perder dinero si tienen que cancelar.

Para evitar esta objeción, te recomendamos usar una política de cancelación flexible.

La Política de Circunstancias Extenuantes de Airbnb tiene derecho a un reembolso del 100%. Además, Airbnb ha creado un filtro especial que los huéspedes pueden usar para buscar para aquellos alojamientos con políticas de cancelación flexibles.



El huésped no tiene suficiente información

Hay ciertas cosas que un huésped necesita saber antes de reservar, y probablemente tú no se las estás diciendo.

Cuando describimos nuestra propiedad la hacemos pensando desde nuestra perspectiva, y muchos anfitriones pasan por algo brindar información útil y no superan esta objeción.

¿Alguna vez has reservado en Airbnb? Seguro que sí. Como cualquier otro huésped tienes tus requerimientos y exigencias, para cumplir con ellas buscaras la propiedad que cumpla con la mayoría de ellas.

Por ejemplo, imagina que un huésped viajará con su pequeño hijo, es vital para él, contar con una silla para comer de niños, probablemente la tengas en tu propiedad, pero para garantizar

que el huésped lo sepa, puedes colocar una fotografía donde se aprecie la silla, si piensas que solo nombrandolo en los detalles de la propiedad es suficiente, solo te recuerdo que una imagen dice más que mil palabras.

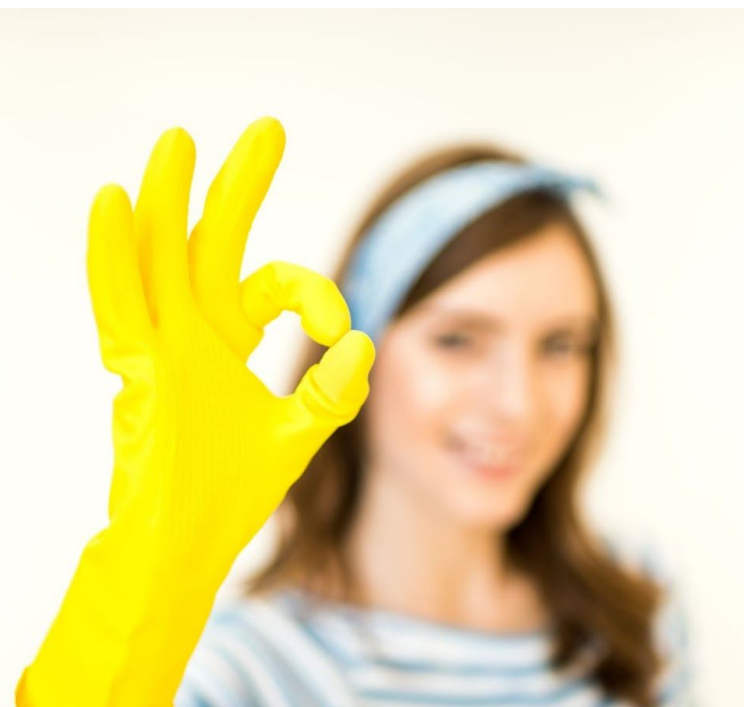
Así que asegurate de ser lo suficientemente específico en tus anuncios y de siempre mostrar las pruebas.



Dudas sobre la higiene de la propiedad

Esta es una de las objeciones más fuertes, por eso es importante cumplir con los protocolos de limpieza recomendados ante el coronavirus y házselo saber al huésped.

¿Cómo? Describe con detalle el proceso de higiene, sube fotos de los productos que utilizas para que confirme que son certificados, la seguridad en este momento es más valiosa que el precio.



Pongamoslo así, ¿Cuál propiedad seleccionarías, una que muestre sus protocolos de higiene o una que no diga nada al respecto?

Pero no es solo mostrar las normas de limpieza, todo en general debe estar organizado, la propiedad y el perfil del anfitrión deben mostrar el profesionalismo.

Si un anfitrión no se toma el tiempo de crear un anuncio detallado, con buenas fotografías,

entonces ¿qué tipo de experiencia pueden esperar los huéspedes?

En este momento no puedes descuidarte con simples detalles como estos, ya que de ellos dependerá el futuro de tu negocio.

ENFÓCATE EN EL NUEVO HUÉSPED

Más adelante trabajaremos en la descripción de tu anuncio, pero ten en cuenta que no importa qué tan llamativo sea tu anuncio, ni lo perfecta que es tu propiedad, si solo te enfocas en turistas, vas a tener problemas para generar nuevas reservas.

Por el momento, la industria del turismo ha quedado atrás, mientras tanto, estás en el negocio de las casas amuebladas, así que este es el momento de fijarte muy bien qué tipo de personas necesitan de una propiedad amueblada para estadias prolongadas lista para ocupar.



Llegó la hora de expandir tu horizonte y apuntar hacia otro tipo de huésped: El nuevo huésped.

Simplemente debes replantearte estas dos preguntas: ¿qué tienes para ofrecer? y ¿a quién podría interesarle?

Tienes un espacio amueblado y estás buscando a alguien que te pague dinero para usarlo.

Sí, podría ser una estancia a corto plazo, pero también podría ser muchas otras cosas. Como un alojamiento temporal para alguien que necesita permanecer allí unos pocos meses, alguien agotado de la cuarentena y necesita un fin de semana en otro lugar tan seguro como su casa, esos son tan solo algunos ejemplos.

Acá te mostramos una lista de las personas que pueden estar buscando, e incluso necesitando esta opción:

- Enfermeros y médicos que viajan.
- Enfermeros y médicos que trabajan cerca de tu propiedad
- Las personas que quieren estar en cuarentena solos.
- Los viajeros que se encuentran varados debido a las restricciones de viaje.
- Las personas que buscan un lugar para trabajar a distancia.
- Personas en busca de una vivienda a largo plazo.

Estos posibles huéspedes pueden ayudarte a generar ingresos estables en tiempos de incertidumbre.





Nuevo Huésped: personal de salud

Puedes atender a personal de salud desde dos enfoques: los que viajan y los que trabajan cerca de tu propiedad.

Este es el momento las demandas de personal médico y enfermeros es altísima y estás podrían trasladarse de un lugar a otro dentro del mismo país.

¿Por qué ocurre esto?

A medida que el número de infectados crece, el personal regular de salud (médicos, enfermeros, técnicos y otros) se están contagiando también y necesitan cuarentena. Los hospitales necesitan nuevo personal que vengan de otras zonas para reemplazarlos, y ellos necesitan un lugar para quedarse.

Si en tu país existe alguna plataforma o empresa que se encarga de ubicar este tipo de viajero, escríbeles o llámalos y ofréceles tu propiedad en periodos de 14 días.

Sí tu propiedad se encuentra ubicada cerca de un hospital o centro médico, cambia el título de tu anuncio para llegar más fácilmente a este público. Pero no te quedes parado ahí, sé proactivo y busca la forma de contactarlos, llama a los departamentos de recursos humanos del hospital y has un trato que permita que tu negocio sobreviva en la crisis.



Nuevo huésped: personas varadas

Las restricciones de viaje impuestas en casi todos los países, han dejado a algunas personas varadas y sin vivienda durante la cuarentena. De ese grupo de personas se derivan los siguientes subgrupos de potenciales huéspedes:

- **Nómadas digitales**

Una tendencia creciente es el estilo de vida “nómada”, en el cual los trabajadores a distancia, ya sean freelance o empleados, renuncian a establecerse en un “hogar” y viven en constante movimiento. Por definición, no tienen una vivienda propia, así que en este momento muchos necesitan de un alojamiento a medio plazo en cual puedan resguardarse antes de volver al estilo nómada.

Aspectos que debes tener en cuenta para atraer a los nómadas digitales:

WiFi rápido

Lugar cómodo para trabajar

Café

Habitaciones aptas para realizar llamadas

- **Estudiantes**

A medida que las universidades cierran sus puertas, los estudiantes también son retirados de sus dormitorios y están varados en ciudades que no son sus hogares. Ellos necesitan un alojamiento.

Si la propiedad tiene varias habitaciones podrían compartir gastos entre varios de ellos.

Aspectos que debes tener en cuenta para atraer a los estudiantes:



- **Viajeros**

Muchos viajeros se tomaron mucho tiempo para salir de las ciudades donde se encontraban y ahora están varados en algún lugar con aeropuertos y fronteras cerradas.

Ellos también necesitan un lugar donde quedarse hasta que puedan volver a casa.

Aspectos que debes tener en cuenta para atraer a los viajeros:



- **Trabajadores remotos**

No están exactamente varados, pero debido al cierre de las oficinas, lo más probable es que se encuentren en casa con niños ruidosos y distracciones, por lo que necesitan un lugar tranquilo para trabajar. Puedes considerar un precio especial por al menos 4 noches (Lunes a viernes)

Aspectos que debes tener en cuenta para atraer trabajadores remotos:



Adicional a la promoción que te brinda Airbnb es importante que explores otros canales para contactar a tu nuevo huésped. Si esto es nuevo para ti, también lo es para ellos, probablemente no estarán buscando su lugar de alquiler en Airbnb .

Existen varias formas de llegar a estos grupos de personas.

- Puedes contactar directamente con las universidades y obtener contactos de los estudiantes que puedan estar varados.
- Otra opción es uniéndote a grupos de Facebook, ya sea de las universidades o de nómadas digitales y viajeros. Debes respetar las normas de no publicidad que tienen algunos grupos, por lo que puedes contactar a sus miembros por mensaje privado.
- Tus redes sociales son de gran importancia, publica tu anuncio y compártelo, es el momento de decirle a tus contactos cercanos que tienes una propiedad amueblada con llave en mano para estadías prolongadas.
- Canales clásicos. En estos momentos los lugares más frecuentados son supermercados, farmacias y lugares de comida para llevar, si conoces al dueño de algún establecimiento de estos, podrías imprimir un anuncio y publicarlo en sus carteleras.



Nuevo huésped: personas de tu propia ciudad

En algunos lugares ya tienen más de 30 días de cuarentena y todo parece indicar que serán muchos más.

Ofrecerles a las personas de tu ciudad un fin de semana en un espacio seguro, con algunos entretenimientos adicionales que tiene tu propiedad (piscina, sauna, espacios verdes o vistas insuperables) podrías hacer una oferta interesante para atraer a aquellas personas que no soportan más el encierro, y sabemos que son muchas.

Puedes incluir una barra de licores o una selección de comida especial, piensa en alguna alianza con un chef o restaurante local, en este punto la creatividad irá definiendo el camino.

¿Cómo puedes atraer a este tipo de personas?

Nuestra recomendación es utilizar los canales que están dominando la atención de las personas, las redes sociales y búsqueda en navegadores.

Diseña un anuncio llamativo que transmita la emoción que tu esperas generar en ellos como el salvador de su aburrida vida, luego selecciona la audiencia específica y promócelo.

¿NECESITAS AYUDA CON TU ANUNCIO EN REDES SOCIALES?

AGENDA UNA ASESORÍA GRATUITA



AJUSTA TU LISTING A LA REALIDAD ACTUAL

Crear un anuncio que resalte en las búsquedas

Es momento de volver a las bases, como cuando iniciaste el negocio y buscabas la mejor forma de atraer a los usuarios de la plataforma.

¿Cuál es el primer contacto que haces con un huésped potencial?

Es cuando sus ojos se topan con tu anuncio en la lista de búsqueda.

Ahora, comencemos un ejercicio visual y de autorevisión: imagina a tus potenciales huéspedes buscando alojamiento.

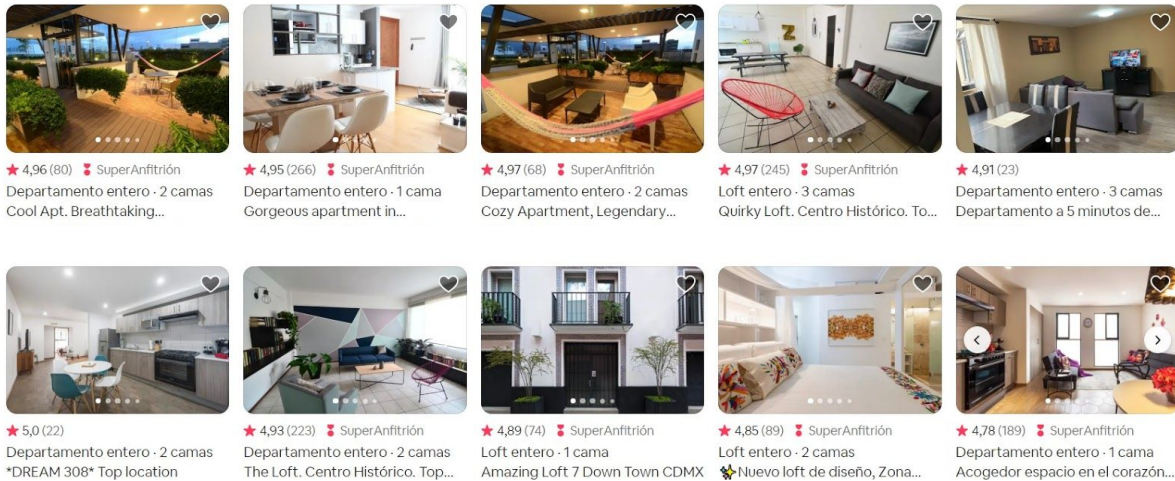
El comportamiento de la mayoría de los potenciales huéspedes es escanear fotos, títulos, precios antes de decidirse a dar el primer clic, incluso antes de ver tu descripción, comodidades y disponibilidad.

Por eso tienes que asegurarte de que tu anuncio destaque en la lista de búsqueda. Vamos a explicarte cómo hacerlo.

Asegúrate de que tu foto principal atrape las miradas

Por tu experiencia sabes que la primera impresión determina en gran medida que tu propiedad sea seleccionada. La foto de la portada debe transmitir las emociones que el huésped necesita sentir: seguridad, tranquilidad y confianza.

Veamos el resultado de búsqueda de un hospedaje Ciudad de México, observa los anuncios aparecen y ponte el lugar del huésped enfócate en aquello que llame tu atención y que transmita las emociones de las que hablamos en el párrafo anterior



No tienes que pensarlo demasiado, déjate llevar por tu instinto y tus emociones, eso es lo que hacen los huéspedes.

Escribe todas las cosas que piensas sobre ese anuncio y ¿qué lo hace especial?

En nuestro caso nos llama la atención el segundo anuncio de la primera fila, probablemente, no fue el mismo que tú elegiste.

Estarás pensando cada huésped tiene sus propios criterios y no es sencillo determinar lo que le llama la atención. Es cierto por ese motivo debemos ser más persuasivos.

Entre las noticias oficiales y los rumores de grupos de whatsapp, circula información sobre cómo el virus reacciona en altas temperaturas (las comillas es porque no somos expertos en salud, hacemos alusión a la conciencia colectiva sobre la pandemia).

Mostrar una fotografía de tu propiedad donde se perciba los rayos del sol, claridad y la iluminación natural, activará un pensamiento positivo de mayor seguridad que si ven una fotografía de un espacio donde no se vean los rayos del sol.

Advertencia: no somos expertos en salud, hacemos alusión a la conciencia colectiva sobre la pandemia del COVID-19 y la reacción del virus a altas temperaturas.

El orden es otro elemento que evoca la higiene, mostrar un espacio ordenado te ayudará a despertar las emociones que esperas en tus huéspedes potenciales.

Ahora revisa las fotos de tu anuncio y pregúntate ¿cuál de estas fotos va a lograr mover las emociones y sentidos del huésped tanto como para querer estar ahí durante esta crisis?

El título de tu anuncio debe generar confianza

Una vez que has logrado llamar la atención con tu foto, tienes una fracción de segundo para enganchar a los posibles huéspedes con tu título.

Ten presente que tiempos como estos, tu estrategia de copywriter no se va a enfocar en la fantasía de vacaciones perfectas, sino en limpieza, seguridad y bienestar.

Es hora de ponerse muy creativo, ya que Airbnb está solicitando a sus anfitriones que eliminen del título cualquier mención al COVID-19, no es ético utilizar términos como “libre de coronavirus”, “seguro para pasar la cuarentena”

Términos como soleado, ventilado, iluminado son recomendados para los títulos. Usa palabras que estén relacionadas con tu nuevo enfoque para agregar más valor a tu título
-Limpieza recomendada por CDC- o -Totalmente abastecidos-

Para ayudarte en la creación del título compartimos estas perspectivas que puedes asumir en tu anuncio

- El más limpio y menos arriesgado en términos de la salud
- Lo mejor para trabajadores o estudiantes a distancia (wifi rápido, espacio de escritorio, lugar silencioso.)
- El lugar más cómodo en un momento de pánico (entretenimiento, suministros, etc.)
- El mejor lugar de descanso para enfermeras y personal de salud.
- Un lugar donde amarás pasar la cuarentena.
- Con los mejores descuentos, ideal para ahorrar dinero.

Lo importante es que luego identifique la perspectiva que mejor se adapta a ti y a tu propiedad, puedas crear un título que la transmita.



¿NO SABES CÓMO CREAR UN TÍTULO Y DESCRIPCIÓN ADECUADO A LA CRISIS POR EL CORONAVIRUS?

AGENDA UNA ASESORÍA GRATUITA

A woman with dark curly hair, wearing a black top with a patterned design, is shown in a thinking pose with her hand to her chin. The background is a teal color.

La descripción de tu propiedad debe ser la fuente de la tranquilidad que tu huésped necesita en este momento

“Nada viaja más rápido que la luz, excepto las malas noticias”. — Douglas Adams

En tiempos como estos, las personas necesitan tranquilidad para escapar de las malas noticias, por eso es tan importante la buena comunicación.

Si logras transmitir tranquilidad y seguridad desde el contacto inicial con el huésped, te habrás ganado parte de su confianza.

Especialmente si se trata de huéspedes que están viajando, ya que se encuentran en una situación de alta vulnerabilidad. Están asustados, y necesitan respuestas inmediatas.

En una comunicación efectiva, tu prioridad es ser el primero en responder

Ante tanta incertidumbre, lo más probable es que los huéspedes están evaluando todas las opciones posibles y por ende consultando con múltiples anfitriones al mismo tiempo.

Por eso debes ser tú el que responda más rápido y los haga sentir más tranquilos y seguros.

¿Qué espera escuchar un huésped durante la pandemia?

1. Que estás siguiendo los procedimientos de limpieza recomendados.
2. Saber que disponen de los suministros esenciales o podrán encontrarlos de manera fácil.
3. Que tu interés principal es su salud y seguridad, no solo alquilar tu propiedad
4. Respuestas sinceras y detalladas a todas sus preguntas e inquietudes.
5. Inmediatez en tus respuestas.

Elementos que deben estar presentes en tu descripción:

1. Explícale a tus huéspedes tus procedimientos de limpieza

La limpieza profunda, los productos para desinfectar, los procedimientos para evitar esparcir gérmenes, están muy presentes en la mente de todos en este momento.

Detalla todo lo que estás haciendo para asegurarte de que estarán protegidos durante su estadía.

Asegurarles que las manijas de las puertas, los platos, la lencería, los baños, TODO ha sido limpiado y desinfectado adecuadamente.

Calma sus preocupaciones antes de que tengan que preguntarte, eso los tranquilizará, te tendrán como una opción más que viable.

Tener todos los detalles expuestos en tu listing compensará el retraso que pueda haber para responder inmediatamente a un huésped, ya sea por la diferencia de las zonas horarias o por cualquier otro motivo.

Hay herramientas de mensajería automatizada que puedes incorporar como Smartbnb.

Definiendo algunas respuestas para preguntas sobre coronavirus, limpieza o cancelaciones. También puedes dejar un mensaje de pronto te responderé, como lo tienes en el messenger de Facebook.

"Gracias por contactarme, me encantaría ser tu anfitrión. Tu salud y bienestar es mi prioridad, por eso estoy enfocado en la limpieza de mi propiedad para que estés a salvo y cómodo.
Responderé a tu mensaje lo antes posible"

2. Informa de nuevos beneficios que tiene tu propiedad

En este momento, nadie está viajando por placer, así que debes enfocarte en aquellos aspectos que los inquietan y les genera dudas, por ejemplo

- Hazles saber que tienes café, té y provisiones.
- Sin hacer especulaciones sobre la escasez, informales que tienes papel sanitario, desinfectante de manos, jabón y otras productos de higiene personal
- Una lista de teléfonos de servicios de delivery en la zona, todo lo que sea necesarios para que ellos no tengan que salir y ponerse en riesgo.

Acompaña la descripción con prueba reales: la fotografía correcta en tiempos de coronavirus

Como bien lo sabes, el elemento más importante de tu anuncio de Airbnb son las fotografías.

Las personas somos visuales, nos imaginamos estar en esos espacios, una fotografía nos lleva al lugar, nos despiertan emociones que finalmente conducen a la toma de decisión.

Más allá de la lógica y la razón las emociones juegan un papel fundamental en la toma de decisiones.

Tus fotos tienen una gran responsabilidad en este momento. Asegúrate de que expresen el mensaje correcto. Sigue esta fórmula para tener fotos ganadoras de huéspedes:

Fotos que tranquilicen + Caption que generen confianza

Cómo generar fotos que tranquilicen a las personas durante la pandemia

-Fotos más importantes van de primero

Un error que muchos anfitriones cometen es poner muchas fotos del mismo espacio seguidas, es decir, varias vistas de la sala o de la habitación, esto hace que los huéspedes piensen que no tienes nada más que ofrecer.

Lo que debes hacer es mostrar una foto de cada espacio: la sala de estar, la cocina, los dormitorios, etc.

Si hay un espacio en particular que sabes que le gusta a tus huéspedes como una parrilla al aire libre, una terraza, o un balcón con vista al mar, asegurate de poner esas fotos entre las primeras.

Recuerda que muchos de estos huéspedes aún no han hecho click sobre tu anuncio y están mirando tus fotos desde la página de búsqueda.

-Usa tus fotos para aclarar las dudas de las personas

En tiempos regulares, la gente suele buscar indicios de lo siguiente:

-Ubicación: dónde está localizada tu propiedad, indicios de cómo es el clima.

-Confort: si se ve lo suficientemente acogedor a través de las primeras fotos, entonces también debe serlo en persona.

-Servicios: muestra algunos de los “Esenciales” que mencionamos anteriormente.

La pandemia mundial hace que nuestras prioridades cambien y que nos enfoquemos en cosas muy diferentes a las que nos enfocábamos hace poco tiempo.

Las prioridades de tus huéspedes en este momento son:

- Limpieza
- Ahorrar dinero
- Conveniencia
- Seguridad

Entonces, ¿cómo mostrar eso en las fotos? Aquí tenemos una opción para inspirarte.



Los huéspedes notarán que te preocupas por la limpieza antes de leer tu descripción, también comprenderán que hay algunas cosas que ya tienes resueltas para ellos.

Otra opción genial sería una captura de pantalla de una reseña de un huésped anterior que haga referencia sobre lo limpio que estaba tu propiedad.

Finalmente las fotografías deben demostrar, visualmente, que has cuidado los detalles y que todo estará bien.

Uno de nuestros clientes cuida de esos detalles tan importantes para los huéspedes y los refleja también en sus fotografías. -Gracias Alejandro-.



El segundo elemento de la fórmula: Caption de fotos optimizadas

Un componente que algunos anfitriones descuidan, es el caption de la foto o la descripción de la foto. Aquí es donde tu creatividad y las técnicas de copywriting serán tu mejores aliados.

Tus caption deben enfocarse en los beneficios, el problema que tienes resuelto y no sobre las características del espacio en la foto.

Hay una pregunta que debes hacerte cada vez que redactes un pie de foto:

“¿Para qué?”.

Las respuestas a esta pregunta te ayudará a encontrar la utilidad y los beneficios, que tiene para huésped el espacio o el elemento que muestras en la foto.

Así que cuando describas una foto de tu cocina con "despensa totalmente abastecida", hazte la pregunta "¿para qué?". Una despensa totalmente abastecida es una descripción de la foto.

Ahora piensa ¿Qué significa eso para el huésped en este momento?

Significa que tienes café, té, alimentos, desinfectante de manos y todo lo que necesiten. "¿para qué?".

Bueno, eso significa que no tienen que ir al supermercado y correr el riesgo de contraer el virus mientras estén en tu propiedad. ¡Exactamente!

Eso es lo que debes incluir en tu pie de foto:

"La despensa está completamente abastecida, así que no tienes que salir al supermercado durante semanas".

Ahora, a practicar. Revisa tus fotos y continúa haciéndote la pregunta "¿para qué?" hasta que logres definir los verdaderos beneficios que tu propiedad le brinda al huésped.

Este ejercicio de responder a la pregunta ¿Para qué? te permitirá encontrar aquellos puntos en los que puedes mejorar tanto el caption como la descripción de tu anuncio, además de darte cuenta que otros aspectos puedes incluir en la propiedad que ayuden a tus huéspedes y que prefieran tu propiedad por encima del resto.

BONOS ADICIONALES

En estos momentos difíciles es el momento de apoyarnos unos con otros, hemos dispuesto una página dentro de nuestro website que estaremos actualizando con recursos de utilidad para los anfitriones de Airbnb.

Por ejemplo allí encontrarás:

- Imprimible de bienvenida para tu huésped con los detalles de lo realizado previo a su llegada.
- Artes para redes sociales asociadas al COVID-19 para que mantengas la empatía en tus redes sociales.
- Lista de verificación detallada de los procesos de limpieza según las recomendaciones del CDC de Estados Unidos

Estaremos actualizando constantemente la página de bonos con nuevos recursos y enlaces a información de interés para los anfitriones de Airbnb.



ADQUIERE LOS BONOS DE LA GUÍA RÁPIDA DE ESTRATEGIAS ANTE EL CORONAVIRUS PARA ANFITRIONES DE AIRBNB

[HAZ CLICK AQUÍ](#)

CHECKLIST DE ACCIONES PARA TU AIRBNB DURANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS

El coronavirus es un asunto serio, ya ha demostrado que no será algo que termine en unos días, todo el panorama apunta a que el régimen de cuarentenas se mantendrán al menos por algunos meses.

Lo mejor que puedes hacer ahora es tomar acción siguiendo estos pasos que te ayudarán a proteger tu negocio:

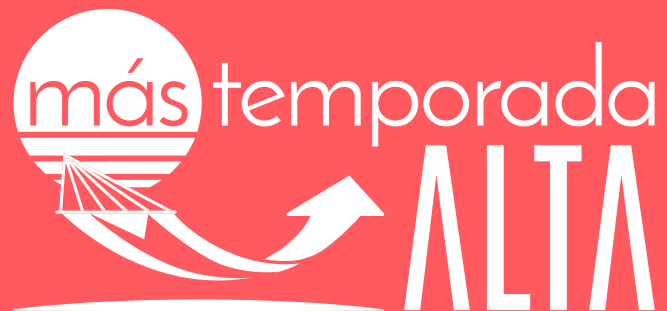
- Ofrécele a los huéspedes que vayan a cancelar un descuento para futuras reservas.
- Ofrécele a las futuras reservas un descuento para que mantengan su reserva.
- Comienza a publicar tus descuentos en todos lados. Recuerda: justo por encima de tu punto límite de rentabilidad.
- Maximiza tu disponibilidad a través de la configuración de tus reservas.
- Mantén una comunicación clara y rápida con tus huéspedes.
- Empieza a enviar correos electrónicos a universidades y hospitales para contactar al personal de salud que venga de viaje o necesite hospedaje.
- Diseña anuncios efectivos para redes sociales y promociónalos en tu ciudad, recuerda dirigirlo a la audiencia correcta para que no pierdas dinero.

- Localiza en los foros y grupos de Facebook a las personas que están varados o necesitan un espacio para trabajar a distancia.
- Optimiza tu anuncio para que destaque en el listado de búsqueda.
- Optimiza todos los aspectos de tu listing.

¿Necesitas apoyo para tu Airbnb?

!Contactanos! www.mastemporadaalta.com

Asesores en Marketing Digital para Turismo



Asesores en Marketing Digital para Turismo

www.MasTemporadaAlta.com



[@mastemporadaalta.com](https://www.instagram.com/mastemporadaalta.com)