



**Guía definitiva de
marketing digital
para tu alquiler
vacacional**

Contenido

Introducción	1
¿Qué es el marketing digital?	3
¿Cómo te puede ayudar el marketing digital?	5
¿Quién puede encargarse del marketing digital?	12
¿Cómo crear una estrategia de marketing digital?	16
Recursos	29
Conclusiones	31

Introducción

Si hay algo que todos los propietarios y gestores de alquileres vacacionales tienen en común, es el deseo de **aumentar sus reservas** y **mejorar la rentabilidad** de su propiedad.

En los últimos años, las altas comisiones impuestas por las agencias de viajes online a los propietarios de viviendas vacacionales y los cambios en los hábitos de los viajeros han posicionado al marketing digital como una estrategia excelente para destacar sobre la competencia y generar más reservas directas.

Ahora bien, **¿de qué sirve el marketing digital si no sabes qué hacer con él?**





El propósito de este eBook es ayudar a los propietarios y gestores de alquileres vacacionales a aprovechar todas las oportunidades que ofrece el marketing digital para **aumentar las reservas** y la rentabilidad de sus alojamientos turísticos.

Sabemos que cada estrategia depende mucho del tipo de negocio, por lo que esta guía, **enfocada al 100% en los alquileres vacacionales**, te resultará un recurso muy valioso.

En primer lugar, te explicaremos en qué consiste exactamente el marketing digital para alquileres vacacionales ¡y cómo puede ayudar a impulsar tu negocio!

A continuación, detallaremos los pasos a seguir para crear y llevar a cabo una **estrategia de marketing digital** clara y efectiva, y analizaremos si debes encargarte tú mismo de implementar dicha estrategia o, por el contrario, necesitas delegar esta tarea en una agencia o un profesional.

Por último, te proveeremos con una **lista de recursos** en forma de libros y herramientas que te permitirán profundizar en los conceptos de esta guía y automatizar las tareas repetitivas.

¿Estás listo para sumergirte en el mundo del marketing digital para alquileres vacacionales y aumentar tus reservas directas? Si es así, **¡empecemos!**



1

¿Qué es el marketing digital?



Cuando hablamos de marketing digital, nos referimos a cualquier estrategia o herramienta usada para promocionar la marca de tu alquiler vacacional en Internet.

Por regla general, este tipo de marketing te ayudará a **dirigir tráfico a tu página web** y, una vez en ella, **aumentar las reservas directas**.

Es importante tener en cuenta que el marketing digital no está limitado a una sola acción, sino que abarca elementos como:

- Reconocimiento de marca
- Marketing de contenidos
- Optimización de resultados de búsqueda (SEO)
- Publicidad pagada en Internet (SEM)
- Marketing por correo electrónico
- Marketing en redes sociales
- Marketing de afiliados

Puede que no estés seguro del significado de muchos de estos términos. ¡No te preocupes! Cuando acabes de leer esta guía, lo sabrás.

Combinar estas estrategias es la mejor manera de promocionar tu alquiler vacacional y aumentar las visitas a tu web.



2

¿Cómo te puede ayudar el marketing digital?



Anunciar tus propiedades en las plataformas de alquiler vacacional es una excelente manera de acceder a una audiencia global desde el minuto uno, pero no está exento de desventajas. La principal es el porcentaje de **comisiones a pagar** a los intermediarios por parte de los propietarios de los alquileres, que suele oscilar alrededor del 15% del total de cada reserva.

Este puede resultar un compromiso aceptable para quién aún se está iniciando en el negocio o aquellos que, ante todo, buscan sencillez y comodidad. Sin embargo, para aquellos que aspiran a optimizar el funcionamiento de su alquiler, las comisiones resultan una pesada carga.

Tampoco son los propietarios los únicos que se ven afectados por las comisiones, ya que estas también encarecen el producto para los huéspedes. De hecho, **más de un huésped querría reservar directamente**, saltándose al intermediario, si eso le fuese posible.

Tener tu propia página web de alquiler vacacional te ayuda a solucionar este problema, permitiéndote aumentar el número de reservas directas y **dejar de depender de terceros**, pero también requiere de ciertas acciones para que sea realmente efectiva.

El conjunto de esas acciones es el **marketing digital**.

Veamos cuáles son los motivos principales por los que un propietario debería hacer uso del marketing digital.



Acepta reservas directas

Uno de los principales motivos por los que querrás iniciarte en el marketing digital es para aceptar reservas directamente a través de tu web, ya que de esta forma podrás **ahorrarte las comisiones** de las plataformas de alquiler vacacional.

De hecho, esta tendencia no solo afecta a los propietarios y gestores de propiedades turísticas, sino también a los viajeros. Recientemente, La Vanguardia se hacía eco de un informe sobre las preferencias de los españoles al viajar, que desveló que las reservas directas están creciendo a costa de las plataformas de alquiler vacacional.

Con datos como estos, tener una **web con reservas directas integradas** resultará muy apetecible a los propietarios de alquileres vacacionales. Servicios como Lodgify ponen a disposición de sus usuarios un creador web con múltiples plantillas y motor de reservas directas integrado.





Genera prueba social

Hoy en día, todo negocio que se precie tiene su propia página web, y si no la tiene, seguramente nos resulte extraño.

Las plataformas de alquiler vacacional sirven para poner en el mapa a tu propiedad, pero, ¿qué pasa si tus huéspedes potenciales deciden buscar tu alojamiento en Internet fuera de ellas? Si no encuentran nada sobre tu alquiler, esto podría **hacerles desconfiar**.

No es ningún secreto que muchos viajeros usan las agencias de viajes online para hacerse una idea de la oferta disponible en un destino, y luego buscan los alojamientos que más les hayan gustado en Google. Una web consistente y de calidad complacerá a estas personas, y también a aquellos que buscan conseguir el mejor precio posible para su estancia.

Piensa en tu página web como si fuese **una tarjeta de visita**. Si alguien está interesado en tu alojamiento, ¿de verdad vas a mandarle a un anuncio publicado en una web de terceros?

¡Claro que no! Por eso, una página web es **absolutamente esencial** para cualquier propietario de alquileres vacacionales que busque crearse una reputación en Internet.



Consejo: *Añade una sección de reseñas a tu página web para mostrar a los visitantes lo satisfechos que están tus huéspedes con tu alojamiento.*



Construye tu marca

Tener una web propia es el primer paso para construir una presencia de marca sólida en Internet. Si quieres que la gente conozca tu alojamiento, necesitas una **página web propia**.

Una presencia consistente a través de todos los canales (sobre todo, tu web y las plataformas de alquiler vacacional), referirte a tu negocio siempre por su marca y un buen logo te permitirán establecer con fuerza tu nombre en la red.

Cuando tus propiedades aparecen en las plataformas de alquiler vacacional, la marca es la de la plataforma, no la tuya, y tu anuncio uno entre miles. Sin embargo, en tus propios canales conseguirás **diferenciarte** e identificar a tu alquiler vacacional con tu marca.

Deja de depender de las plataformas

El número de alojamientos en plataformas de alquiler vacacional, como Airbnb, Booking.com o Expedia, crece día tras día, y no se espera que esta tendencia se invierta pronto. Si bien estar presente en estos canales es fundamental para llegar a un público global, tener tu propia página web añade un canal adicional a tu estrategia de marketing, permitiéndote **alcanzar a nuevos clientes** que antes no podías.

Además, contar con tu propia página web te permitirá posicionar tu propiedad en los resultados de búsqueda locales, en Google Maps y en Google Travel, dotando a tu negocio de una visibilidad aún mayor.

Controla mejor tu negocio

La mejor forma de tener todo el control sobre el contenido que publicas es, sin duda, **tener tu propia página web**. ¿Quieres más fotos en la página principal? Hecho. ¿Quieres que tu eslogan aparezca más grande? No hay problema.

Sea lo que sea lo que quieras hacer con tu página web, una cosa está clara: no vas a encontrarte restricciones arbitrarias que te limiten a la hora de **tomar decisiones**.

Las plataformas de alquiler vacacional tienden a limitar el número de caracteres de las descripciones o el número de fotos que puedes subir. Con tu propia página web nunca te va a pasar esto.

Esto significa que puedes añadir tantas reseñas, consejos, artículos de blog, detalles sobre servicios extra y promociones especiales como quieras, **sin límites** de ningún tipo.





El consejo del experto

“Me he dado cuenta de que hay dos pasos muy importantes a la hora de iniciarse en el marketing digital que la mayoría pasa por alto.

El primero es tan simple cómo ser consciente de todo lo que has conseguido hasta ahora. Muchos propietarios y gestores de alquileres vacacionales no se dan cuenta de que lanzar un negocio de alquiler vacacional, en muchos casos sin tener formación especializada o contar con la ayuda de profesionales, ¡es algo de lo que estar muy orgulloso!

El segundo es tomarse las cosas con calma. Evita embarcarte en más de un proyecto de marketing a la vez y márcate objetivos concretos, que puedas cumplir en, como mucho, tres meses.

Por ejemplo, en vez de lanzarte a conseguir una presencia completa en Internet, intenta mejor crear una versión básica de tu página web, o en vez de mandar un aluvión de correos a todos tus contactos, céntrate en escoger la plataforma de marketing por correo electrónico que mejor se adapte a tus necesidades.”

Matt Landau, VRMB



Consejo: *Un software de gestión de alquileres vacacionales como en Lodgify te permite controlar todos los aspectos de tu negocio con unos pocos clics de ratón.*



3

¿Quién puede encargarse del marketing digital?



El marketing digital es vital para el éxito de tu alquiler vacacional, por lo que es indispensable entender todo el tiempo y esfuerzo que conlleva antes de decidir si quieres encargarte tú mismo o, por el contrario, prefieres dejarlo en manos de profesionales del sector.

¿Cuáles son las ventajas de encargarte tú mismo?

- Es mucho más barato
- Tendrás mayor control a la hora de plasmar tu visión
- Las habilidades de marketing te resultarán útiles en otras áreas del negocio
- Podrás realizar cambios en las campañas sin depender de terceros
- Tendrás una relación más cercana con tus clientes

¿Cuáles son las ventajas de contratar a profesionales?

- Probablemente tengan un conocimiento más profundo de estrategias como el SEO
- Puedes centrarte en mejorar tu producto en lugar de aprender marketing
- Todo tu marketing digital estará centralizado en un solo lugar
- El diseño de tu marca y logo será realizado por expertos

La opción que finalmente escojas dependerá en gran medida de tu presupuesto, habilidades y tiempo disponible.



¿Cuánto cuesta contratar a profesionales del marketing digital?

Antes de contratar a nadie, es buena idea saber cuánto debería costarte, de modo que puedas tener la seguridad de no estar pagando de más o, por otra parte, de estar contratando un servicio de calidad.

¿Cuánto puedes esperar pagar a una agencia o a un freelancer?

- Optimización de resultados (SEO): de 2.000 a 5.000 €/mes
- Publicidad pagada en Internet (SEM): entre un 5 y un 20% del coste mensual
- Marketing por correo electrónico: de 200 a 4.000 €/mes
- Gestión de redes sociales: de 150 a 2.350 €/mes
- Diseño Web: de 350 a 12.000 €/mes

¿Cuánto se suele invertir en marketing digital?

La cuantía ideal de la inversión en marketing digital depende en gran medida de lo que un negocio se pueda permitir y de sus objetivos. En general, se recomienda una inversión en marketing digital de entre el 2% y el 5% de los ingresos, aunque en estrategias de crecimiento agresivas la cantidad puede elevarse hasta el 15%.



¿Debería contratar a una agencia de marketing o a un freelancer?

La mayoría de agencias y profesionales independientes se especializan en una disciplina del marketing digital. Es cierto que algunas ofrecen todos los servicios, pero la mayoría escogen centrarse en aspectos como el SEO o las redes sociales.

Antes de contratar a nadie, es buena idea echarle un vistazo a su portfolio. Todos los profesionales del sector tienen uno: se trata de una muestra de trabajos realizados en el pasado, con el objetivo de demostrar su calidad y los beneficios que les ha reportado a sus clientes.

También es buena idea preguntar cosas como:

- ¿Alguna vez has trabajado con un negocio dedicado al alquiler vacacional?
- ¿Cuál es el presupuesto y cómo ha de cobrarse?
- ¿Existe alguna garantía con respecto a los resultados que puedo esperar?
- ¿Puedo ver muestras de tu trabajo?
- ¿Cómo harás para identificar las necesidades de mi negocio?



4

¿Cómo crear una estrategia de marketing digital?



Una buena planificación es clave a la hora de determinar el éxito o fracaso de cualquier objetivo que nos propongamos. Una estrategia de marketing digital te permitirá tener una visión clara de tus objetivos y conocer los pasos que debes seguir para poder alcanzarlos.

Ten claros tus objetivos

Saber quién es tu cliente potencial y qué es lo que busca es clave a la hora de hacer que tus esfuerzos de marketing digital resulten efectivos. También lo es conocer el mercado, por lo que infórmate a conciencia antes de decidir tus objetivos.

Una vez que lo hayas hecho, algunos objetivos que te puedes marcar con tu estrategia de marketing digital son:

- Aumentar el reconocimiento de tu marca
- Captar nuevos clientes
- Fidelizar clientes
- Aumentar ventas
- Mejorar tu rendimiento de inversión (ROI)

Escoge un nombre atractivo

Muchos propietarios de alquileres vacacionales cometen el error de crear una página web o adentrarse en el marketing digital sin haber creado una marca antes. Es en parte, algo lógico, pues existen muchas disciplinas dentro del marketing digital, y para alguien no iniciado puede ser difícil saber por dónde empezar.

Por eso es necesario recalcar la importancia de, antes de nada, escoger un nombre de calidad para tu alquiler vacacional. Un buen nombre es el primer paso para crear una marca fuerte, que es lo que te permitirá diferenciarte de los demás en un mercado muy competitivo, y generar confianza y lealtad entre tus clientes.

Crea una página web

Internet cuenta hoy en día con más de 3.500 millones de usuarios en todo el mundo. Con cifras como estas, no es de extrañar que tener tu propia página web sea un **paso clave** en el plan de marketing de tu alquiler vacacional. Se trata de tu herramienta de marketing más poderosa, y a menudo el primer (y mejor) lugar en el que los huéspedes potenciales pueden **encontrar información** sobre tu alojamiento antes de realizar una reserva.

No hace falta que seas un experto informático para crear una buena página web. Existe una gran cantidad de plantillas y proveedores en el mercado, como Lodgify, que te podrán ayudar a **crearla con facilidad**. De hecho, te recomendamos usar software de ese tipo en lugar de crear una página web desde cero, pues esta última es una solución cara, lenta y que al final del día verás que no vale el esfuerzo extra invertido.

Lo más importante es que te asegures de que funciona correctamente y tiene **todas las funcionalidades** que se esperan de una página web moderna. Entre estas se incluyen el diseño web adaptativo (Responsive Web Design en inglés), una disposición de los elementos intuitiva y fácil de navegar, y un motor de reservas con gestión de pagos integrada.

Eso sí, recuerda que, hoy en día más que nunca, debes estar atento a las leyes y regulaciones en materia de **privacidad**. La principal es el Reglamento General de Protección de Datos, o RGPD, que se trata de la regulación más reciente en la materia y permite a los visitantes de páginas web escoger si quieren permitir que se guarden cookies en su ordenador.

Cuida las fotografías

Las fotografías atractivas y de calidad son un must si quieres que tu web y anuncios en plataformas sean exitosos.

Según una investigación de la Universidad de Princeton, basta con una décima de segundo para que alguien se forme una **primera impresión**. No hace falta ni que digamos que esto es también aplicable a quienes están echando un vistazo a tus anuncios o a tu página web.

Si las fotos de tu alquiler vacacional no llaman su atención, pasarán al siguiente sin mirar atrás.



Aparece en las plataformas de alquiler vacacional

Las plataformas de alquiler vacacional o agencias de viajes online resultan muy cómodas a los huéspedes potenciales, pues les permiten comparar las propiedades y sus precios en un área determinada, reservar y pagar desde un mismo lugar.

La mayoría de nosotros reservamos nuestros alquileres vacacionales así, por lo que aunque tengas tu propia página web, no deberías olvidarte de cuidar tu presencia en estas plataformas.

Las plataformas de alquiler vacacional más populares son:

- Agoda
- Airbnb
- Booking
- Expedia
- Flipkey
- TripAdvisor
- Vrbo

Un channel manager profesional te permite **sincronizar todas estas páginas** con tu página web y calendario de reservas.

No te olvides que para **dirigir tráfico a tus anuncios** en las webs de las agencias puedes utilizar los mismo métodos y herramientas de marketing que usarías para tu propia página web, como marketing por correo electrónico o anuncios en RRSS.

Eso sí, comprueba los términos y condiciones de cada una de estas páginas antes de hacer nada, para saber cuáles de ellas permiten que promociones tu anuncio en canales externos.

¿Debería invertir mi dinero en las plataformas de alquiler vacacional?

Si bien es cierto que las plataformas de alquiler vacacional pueden darle a tu negocio una gran visibilidad, no lo es menos que su coste puede llegar a ser bastante elevado por las comisiones y, en ocasiones, los huéspedes que se aprovechan de la política de devoluciones. Es por ello buena idea considerar las ventajas y desventajas de usar estas plataformas para encontrar huéspedes.

Entre las **ventajas** se encuentran:

- Exposición a millones de huéspedes potenciales
- Puedes basarte en los competidores que te encuentres en las plataformas para fijar tus precios
- Puedes ser encontrado por usuarios que buscan servicios o localizaciones específicas
- Aparecer en las páginas es gratuito
- Puedes comprobar los perfiles de los huéspedes y ver comentarios sobre ellos de otros anfitriones antes de aceptar su reserva
- Los pagos están protegidos, tanto para ti como para los huéspedes

Mientras que sus **desventajas** son:

- Algunas plataformas cobran un precio anual o tienen costes ocultos
- Los huéspedes suelen tener que pagar comisiones de servicio
- Los daños en la propiedad no siempre están cubiertos por el seguro de las plataformas
- Algunas plataformas son ilegales en ciertos países o ciudades
- Los alojamientos deben estar equipados según los estándares de las plataformas
- A veces, los huéspedes problemáticos consiguen que las plataformas les devuelvan el dinero, haciéndotelo perder a ti

Usa el marketing por correo electrónico

Hay quienes argumentan que el marketing por correo electrónico lleva muchos años muerto, pero las estadísticas demuestran lo contrario. El marketing por correo electrónico sigue proporcionando un **gran rendimiento de inversión** (ROI, por sus siglas en inglés) en la actualidad.

El marketing por correo electrónico es un tipo de marketing directo, lo que quiere decir que puede ser utilizado para contactar con posibles clientes directamente a través de su buzón de correo, en lugar de utilizar intermediarios como la TV o las redes sociales.

¿Cómo puedes utilizarlo para tu alquiler vacacional? Actualmente, el marketing por correo electrónico no consiste sólo en enviar boletines, sino que está directamente relacionado con el marketing de contenido.

Las mejores prácticas de marketing por correo electrónico deberían fomentar la relación entre el propietario del alquiler vacacional y sus huéspedes pasados, actuales y futuros. Estos correos electrónicos deben ser sutiles para persuadir a los huéspedes a que repitan a través del contenido.

Los mejores ejemplos de marketing por correo electrónico siempre muestran un buen intercambio de valor, en el que el propietario ofrece **contenido interesante** a cambio del valioso tiempo de los posibles huéspedes.

El marketing por correo electrónico es una forma bastante económica de atraer la atención de tus posibles huéspedes y puede ser increíblemente beneficioso para los propietarios de alquileres vacacionales. Además, **medir el éxito es muy sencillo**, pues podemos seguir las tasas de apertura de los correos y los clics de seguimiento a través de la mayoría de los proveedores de correos electrónicos.

Mantén el contacto con tus huéspedes

Muchos propietarios de alojamientos vacacionales tienden a pensar que no es necesario mantenerse en contacto con los huéspedes tras finalizar su estancia.

¡Craso error! Uno de tus mejores recursos de marketing es, precisamente, el conjunto de todos estas personas que se han alojado en tu propiedad.

Una **base de datos de huéspedes** te permite comunicarte con ellos antes, durante y después de su estancia, por ejemplo para enviarles una promoción exclusiva por correo electrónico. Se trata de una herramienta muy poderosa, que devuelve grandes rendimientos sobre lo invertido, y, lo mejor de todo, **¡facilísima de usar!**

Puedes **personalizar los correos** que mandas con el nombre de tus huéspedes (ya que tienes sus datos de contacto), puedes mencionar algo que les haya encantado de su anterior visita (basándote en una reseña suya), o incluso lucirte con un detalle como felicitarles por su cumpleaños con un descuento especial.

El consejo del experto

“Todos hemos oído alguna vez que una de las claves del éxito en la vida es, simplemente, estar presente. Personalmente, creo que pasa lo mismo con los alquileres vacacionales.

Algo que me llama la atención es lo mucho que tardan en responder algunos propietarios. Mis huéspedes siempre me dicen que uno de los motivos por los que escogieron mi alojamiento es por lo poco que tardé en responder a sus consultas.

Además, siempre intento hablar con ellos por teléfono cuanto antes. De este modo consigo conectar el nombre del negocio, Villa Beachcliff, con una persona de carne y hueso, y aumento las posibilidades de que los interesados confirmen la reserva.”

Rick Feld, www.grenadavillabeachcliff.com

Apuesta por el marketing de contenidos

Uno de los conceptos que están de moda dentro del marketing hoy en día es el marketing de contenidos, y se refiere al proceso de crear contenido valioso que capture y retenga a la audiencia objetivo mientras se hace publicidad de la marca.

¿Cómo puedes utilizarlo para tu alquiler vacacional? Idealmente, cuando crees contenido para tu alquiler vacacional, los posibles huéspedes ya estarán buscando esas respuestas en Internet que solamente tú puedes darles.

Cuando ofreces esa información a los usuarios que podría hacer que tus posibles huéspedes estuviesen más preparados sobre un tema que les preocupa, o por lo menos, que les genera interés, haces que tu marca de alquiler vacacional sea más valiosa y tú, como propietario, te posicionas como experto.

Un buen lugar para empezar son las **descripciones de las propiedades** que aparecen en la página web de tu alquiler vacacional: en lugar de simplemente vender una estancia en tu alquiler vacacional, ¡cuenta su historia y descubre lo que los huéspedes pueden esperar hacer, ver, saborear, tocar, escuchar y oler!

Los estudios han demostrado que los huéspedes prefieren el contenido escrito creativamente, que siga siendo informativo, en las descripciones de los alquileres vacacionales, por lo que hay que tener esto en cuenta a la hora de aumentar las solicitudes de contacto.

Para agregar un punto extra a la página web de tu alquiler vacacional, podrías pensar en **iniciar un blog** para dar un empujón a tus esfuerzos de marketing de contenido.

Un blog es una forma fácil de obtener tráfico e incluso de posicionarte en términos de SEO, al utilizar determinadas palabras clave. Piensa en todos los temas que podrían dirigir a los usuarios a la página de tu alquiler vacacional: “Los 10 mejores restaurantes en el área de la Bahía de San Francisco”, “Las 5 mejores azoteas para ver el atardecer en Madrid”.

Tus publicaciones en el blog no tienen que estar necesariamente relacionadas con tu propiedad de alquiler vacacional o su gestión; a veces es más fácil aparecer en los mejores puestos de resultados por palabras clave que no están relacionadas directamente con tu propiedad vacacional.

Atento a las redes sociales

Las redes sociales son todas las páginas con las que probablemente ya estás familiarizado; piensa en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, Pinterest y YouTube, por decir algunas. De este modo, el marketing en redes sociales trata de participar en estas redes para **atraer a tu audiencia** objetivo.

¿Cómo puedes utilizarlo para tu alquiler vacacional? Los propietarios de alquileres vacacionales pueden utilizar el marketing en redes sociales para ganar más tráfico en sus páginas web. Dependiendo de los canales que estés utilizando, habrá diferentes tipos de publicaciones que puedes subir con el objetivo de atraer más visitas a tu página web.

Además, el marketing en las redes sociales puede ayudar a los propietarios de alquileres vacacionales a aumentar sus reservas, mejorar la presencia de su marca y fortalecer la identidad de la misma. Y esto no termina aquí; las redes sociales pueden ser utilizadas como una **herramienta de comunicación** en tiempo real con tus posibles huéspedes y te pueden ayudar a responder preguntas.

Suena bien, ¿no? Facebook es actualmente la red social más utilizada en el mundo, pero otras páginas como Instagram y Snapchat están avanzando a gran velocidad.

Debido a que los propietarios de alquileres vacacionales pueden utilizar las redes sociales para su negocio y mejorar la visibilidad online de forma gratuita, ¡sería un grave error no incluirlas en tus tácticas de marketing!

Optimiza tus resultados de búsqueda (SEO)

El término SEO se refiere a la optimización en los motores de búsqueda (por sus siglas en inglés). En otras palabras, es lo que te puede ayudar a que tu propiedad de alquiler vacacional aparezca en las primeras posiciones de los resultados de motores de búsqueda como Google, Yahoo o Bing.

¿Cómo puedes utilizarlo para tu alquiler vacacional? Puedes utilizar ciertas técnicas de SEO para potenciar tu posición orgánica en los resultados cuando los posibles huéspedes busquen términos específicos relacionados con tu alquiler vacacional.

Para tener un buen SEO en tu página web hay muchos factores que deben tomarse en consideración: estos van desde el **nombre de dominio** hasta los enlaces que utilizas y los **metadatos** que incluyes.

Para obtener información más especializada, puedes leer la guía completa de optimización SEO en páginas de alquileres vacacionales: [Consejos SEO para la página web de tu alquiler vacacional](#)

Contar con un conocimiento de SEO básico es cada vez más fundamental para los propietarios de alquileres vacacionales, especialmente porque la industria está creciendo y cada vez es más competitiva. ¡Y lo mejor de todo es que es gratis!

Invierte en publicidad en Internet (SEM)

SEM suena muy parecido a SEO, y tendrás razón si asumes que las primeras dos iniciales se refieren a “motor de búsqueda” (por sus siglas en inglés). Sin embargo, la “M” se refiere a marketing, y Marketing en Motores de Búsqueda es el método con el que **aumentar el tráfico** que recibe tu página web pagando publicidad en motores de búsqueda como Google.

PPC es el acrónimo del término “Pago por Clic”, lo que quiere decir que solamente **pagarás cuando tu publicidad reciba un clic** por parte de un usuario. Sin embargo, el PPC no se reduce únicamente a la publicidad en los motores de búsqueda. Se puede referir a otros tipos de publicidad pagada, como por ejemplo los anuncios en las redes sociales, o el re-marketing.

Los píxeles de re-marketing hacen seguimiento de cookies cuando has visitado una página web, para mostrar más tarde publicidad de esa página cuando estés en otros sitios web, como por ejemplo en Facebook.

¿Cómo puedes utilizarlo para tu alquiler vacacional? Apuesta por las palabras clave que has definido como más importantes para tu negocio de alquiler vacacional para ayudar a que tus anuncios aparezcan en los primeros puestos de las páginas de resultados.

Utilizar tácticas de PPC es la forma más fácil de llegar a la cima y, como resultado, puede proporcionar más tráfico a la página web de tu alquiler vacacional, generar nuevas solicitudes y **más reservas directas**.

Es una forma bastante rentable de obtener resultados: después de todo, solamente pagarás una vez hayas recibido clics directamente a tu página web. Mantener a cualquier posible huésped interesado en tus ofertas una vez que ha llegado a tu página web depende de ti.

Monitoriza tus resultados

Una vez te inicies en el marketing digital, seguro que querrás saber si la inversión que estás haciendo está resultando rentable, por lo que necesitarás una manera de medir la efectividad de la misma.

Lo primero que deberás hacer será conocer tus objetivos de marketing, de los que ya hemos hablado antes en detalle. Algunos de tus objetivos podrían ser, por ejemplo, aumentar el reconocimiento de tu marca o aumentar tus reservas.

- **Mide tu reconocimiento de marca.** Antes de comenzar tu campaña realiza un análisis para conocer cuál es, y después mide el incremento de “me gustas” en redes sociales, veces que te han compartido y el tráfico en general para conocer su rendimiento.
- **Sigue las reseñas**, comentarios y preguntas sobre tu alojamiento en Internet. En general, si aumentan es que algo estás haciendo bien.
- **Identifica tu clientela.** ¿Quién está respondiendo a tu marketing? ¿Atrae a algún grupo demográfico en particular?
- Fíjate en quienes son huéspedes por primera vez y quienes están repitiendo. Aunque está muy bien que la gente vuelva a tu negocio, el objetivo del marketing digital es **atraer a nuevos clientes**.
- A final de mes, resta el coste de la campaña de marketing al incremento de tus ingresos, y divide el resultado entre el coste de la campaña de marketing. El número obtenido será tu **rendimiento de inversión**.

No es una cifra exacta, porque algunas ventas no tienen por que ser causadas por la campaña, pero te servirá para hacerte una idea de cómo está rindiendo.



5

Recursos

Libros

Existe tanta información disponible en Internet sobre cómo mejorar tu negocio de alquiler vacacional mediante el marketing digital que en ocasiones puede acabar resultando algo caótica. Los libros son una buena opción para tener toda esta información en un **formato más condensado** y organizado.

Algunos de estos libros podrían servirte de inspiración a la hora de crear tu plan de marketing digital:

- **Marketing digital para los que no saben de marketing digital** de Gonzalo Giráldez
- **Visibilidad online: Inmortaliza tu marca** de David Ayala
- **SEO Avanzado: Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web** de Fernando Maciá

Herramientas

Lo bueno de Internet es que pone a tu disposición infinidad de herramientas para hacer cualquier cosa, y el marketing digital no es una excepción.

¿Buscas saber quién visita tu página web? Con **Google Analytics** podrás analizar las visitas, los usuarios y su procedencia, los ratios de conversión y el contenido que mejor funciona en la web de tu alquiler vacacional.

¿Quieres poder gestionar todas tus cuentas de redes sociales desde un sólo lugar? Hootsuite es tu amigo. ¿Quieres optimizar cómo apareces en los resultados de búsqueda? Prueba **Google Search Console**, o si no te importa pagar, SEMRush o Ahrefs.

Puedes conocer el catálogo completo de herramientas de marketing digital a tu disposición en este [enlace](#).



6

Conclusiones

La lección principal que pretende enseñar este eBook es la importancia de tener una **estrategia de marketing digital** sólida para la web de tu alquiler vacacional. El primer paso es crear la página web, pero no es más que el principio, por lo que no esperes alcanzar el éxito de la noche a la mañana.

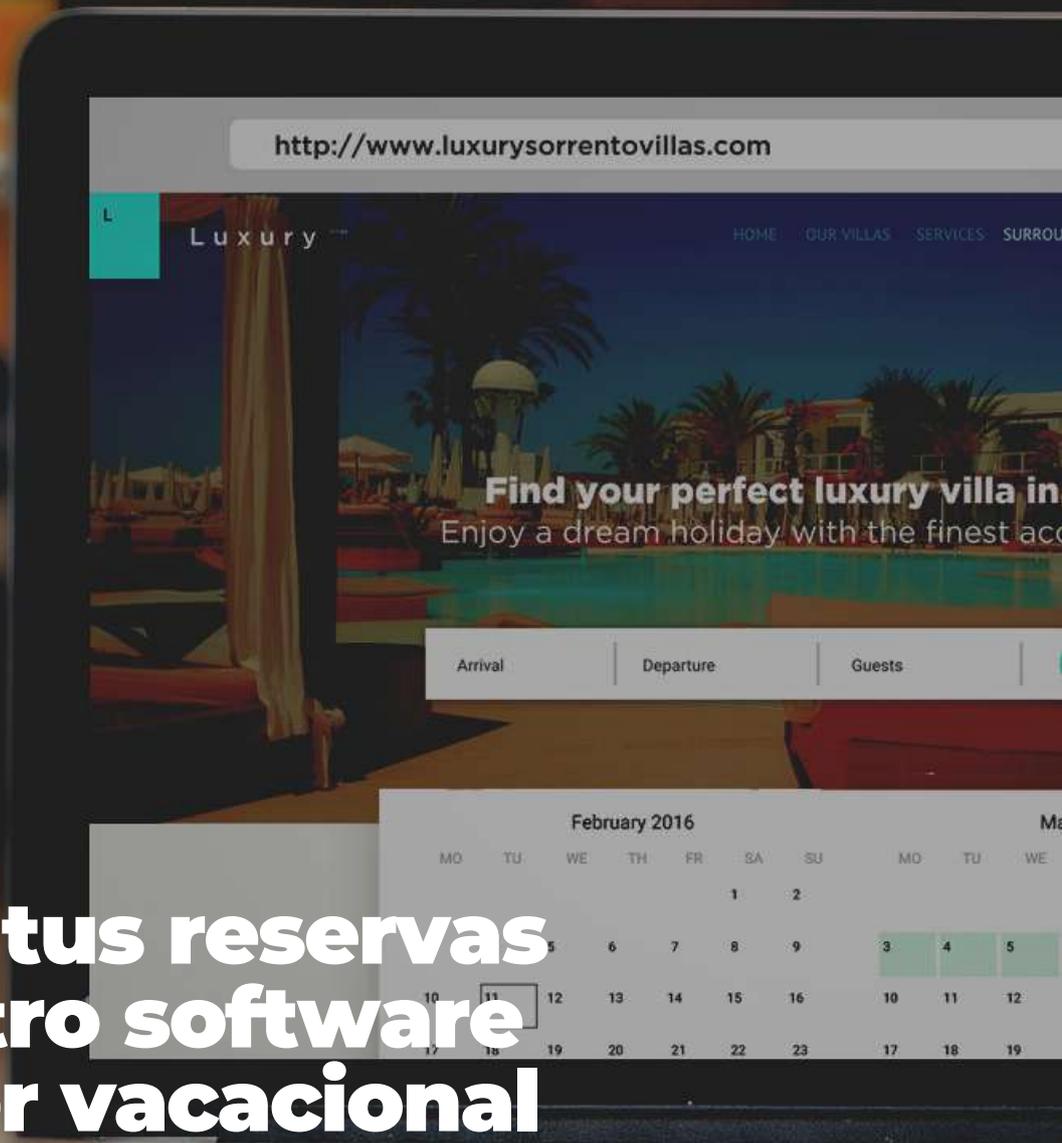
Nuestro consejo final es el siguiente: **no tengas miedo de lanzarte a aprender**. Lo cierto es que la mayoría de lo que hemos hablado es bastante sencillo de hacer, así que trata de implementarlo y comprueba los resultados.

Recuerda, una vez que tengas tu propia página web, el marketing digital será necesario para que ésta resulte efectiva.

Tampoco estamos diciendo que debas ser un experto veterano para trabajar en tu estrategia de marketing digital, ni que debas implementar todas estas ideas en un solo día. Simplemente asegúrate de ir trabajando en ellas poco a poco, con paciencia y marcándote **objetivos razonables**.

Esperamos que esta guía te haya ayudado a entender el verdadero valor de tener tu propia página web y por qué el marketing digital es beneficioso para tu alquiler vacacional, y que te haya hecho pensar en todas las maneras que existen para **atraer huéspedes potenciales a tu página web**, desde las redes sociales, hasta el marketing de contenidos, pasando por el SEO, el SEM y muchos más.





Aumenta tus reservas con nuestro software de alquiler vacacional

Crea una web, acepta reservas, procesa pagos y gestiona tu calendario, todo desde el mismo lugar.

Prueba gratuita