



Int**Powers**

Guía para partners · Hoteles

Simulador de Lobby Phygital

Un día en el lobby de un hotel: cuántos huéspedes quieren un tour, cuántos lo consiguen y qué cambia con quioscos, QR y un VCCaaS 24x7.

Qué aporta y cómo funciona, en cinco minutos.

Interactive Powers · Madrid · Miami

Hotel Mirador

150 habitaciones · 80 % de ocupación · 120 ocupadas

09:26

Quioscos disponibles 24 h



La venta de tours que el hotel no ve

El huésped decide qué tour hacer en el desayuno o al volver por la tarde. Si en ese momento no hay nadie a quien preguntar, lo reserva por su cuenta y el hotel no cobra comisión.



Fuera de horario

Con el puesto de 9 a 14, 45 % de los interesados se lo encuentra cerrado y no vuelve a intentarlo: salen antes de que abra o vuelven cuando ya ha cerrado.



Mismos huéspedes, tres modelos

Puesto de mañana, quioscos 24 h y quioscos con QR en el lobby y la habitación, sobre las mismas llegadas, salidas y paciencia.



Ventas y comisión, al día y al mes

Ventas, comisión del hotel, coste de atención y resultado del operador, recalculados al cambiar cualquier dato.

Media de 30 días, hotel de 150 habitaciones al 80 %: el puesto de 9 a 14 atiende al 21 % de los huéspedes que quieren un tour; los quioscos, al 73 %; quioscos y QR, al 80 %.

Qué se ve en pantalla

Un día completo acelerado. En la imagen, el Hotel Mirador a las 09:26 en el escenario 3, con quioscos y QR.



1

Entrada

Huéspedes que salen de excursión, vuelven, llegan con maletas o se van.

2

Recepción

Check-in y check-out. Quien acaba de llegar planifica la estancia y pregunta después por tours.

3

Quioscos de tours

Donde estaba el puesto. La pantalla pasa de «Conectando» al agente VCCaaS que atiende.

4

QR del lobby

Videollamada desde el móvil si los quioscos están ocupados. También hay QR en la habitación.

5

Zona de estar

Quien llama por QR espera sentado. La bandera marca a quien quiere contratar un tour.

6

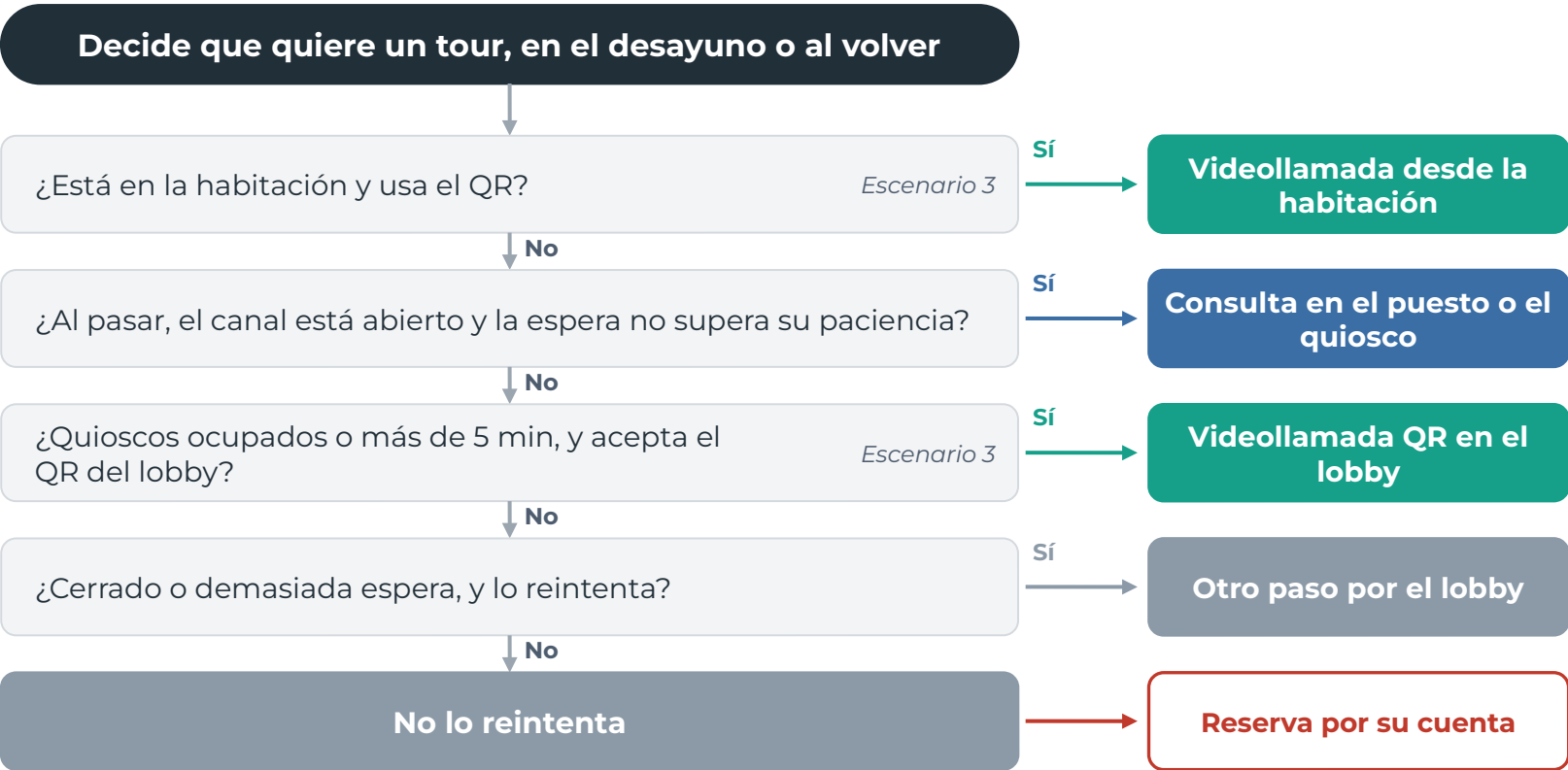
El día completo

Grupos atendidos hora a hora y ventas en verde. Un clic lleva a esa hora.



Cómo decide cada huésped

Cada grupo tiene su día. Quien quiere un tour lo intenta en su siguiente paso por el lobby.



Valores por defecto

- Quieren un tour: 20 % de los grupos al día; ×1,5 los que llegan hoy
- Umbral de abandono: 8 min (informe CX Gap); la mitad al salir del hotel
- Reintento en otro paso: 50 %; 40 % de lo pendiente vuelve por la mañana
- QR de la habitación: 30 %; QR del lobby: 60 %
- Venta: 45 % de las consultas, 150 USD de media

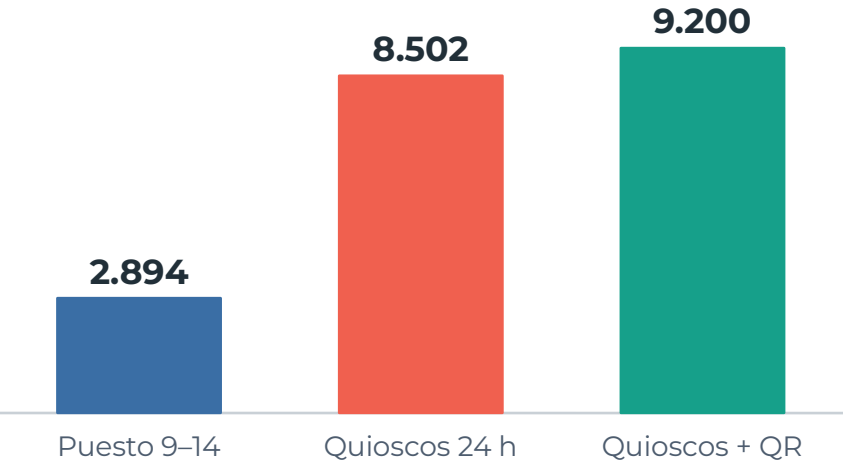
Todo se cambia en el panel «Comportamiento del turista».



El hotel cobra más sin poner costes

Media de 30 días, al mes. El operador compra el tour al proveedor y paga el puesto, los quioscos y el VCCaaS; el hotel cobra el 20 % de cada venta.

Comisión del hotel al mes, USD



Al mes	Puesto 9-14	Quioscos 24 h	Quioscos + QR
Interesados que consultan	21 %	73 %	80 %
Tours vendidos	88	280	302
Ventas, USD	14.469	42.509	46.000
Comisión del hotel, USD	2.894	8.502	9.200
Coste de atención del operador, USD	3.173	5.485	5.800
Margen mínimo del operador	42 %	33 %	33 %

Margen mínimo: el que necesita el operador sobre la venta para pagar la comisión y la atención. VCCaaS compartido: 3 agentes para 5 hoteles, ocupados un 41 % del día.

Con quioscos y QR, el hotel pasa de unos 2.900 a 9.200 USD de comisión al mes. El operador cubre costes con un margen del 33 %, frente al 42 % que necesita con el puesto.



Úsalo con el hotelero

Cinco pasos, un solo archivo HTML.

1

Elige la temporada

Baja, media o alta, y ajusta habitaciones y estancia media a las del hotel.

2

Enseña la tarde

Escenario 1 a partir de las 18:00: el puesto está cerrado y aparecen las marcas rojas.

3

Cambia de escenario

Sin reiniciar: misma hora y mismos huéspedes, ahora con quioscos y QR.

4

Ajusta con sus datos

Venta media, comisión, horario del puesto, quioscos y agentes.

5

Cierra con la economía

Ventas del día y del mes, comisión del hotel y resultado del operador.

Qué necesitas



Un solo archivo HTML



Se abre en cualquier navegador, sin instalar nada



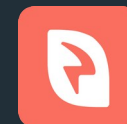
Habitaciones, ocupación, estancia media y precio medio de los tours



Los ajustes se guardan en tu navegador; no se envía ningún dato

interactivepowers.com

Interactive Powers · Madrid · Miami



Int**Powers**