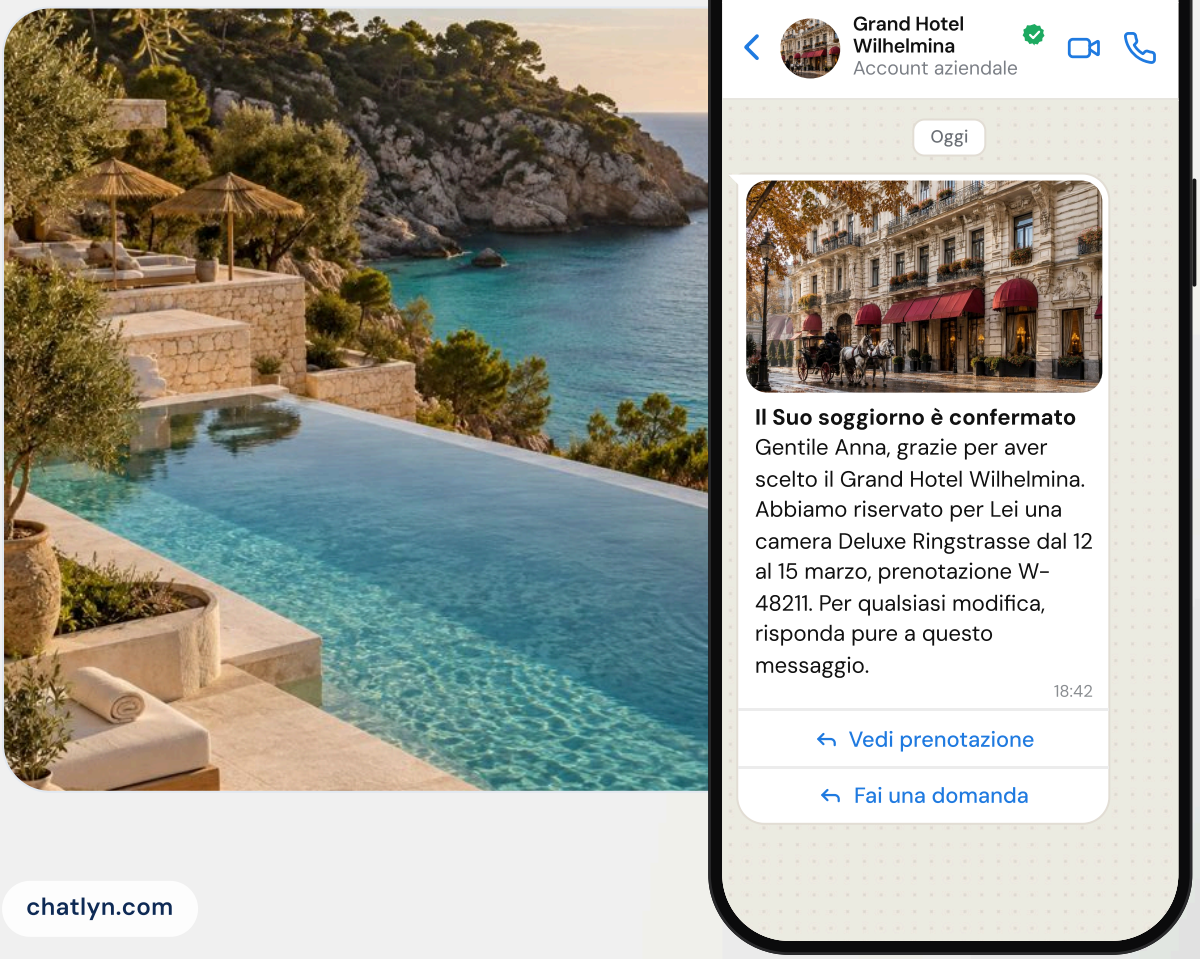
chatlyn

GUIDA CHATLYN 2026

30 modelli WhatsApp per hotel

Messaggi pronti da adattare per ogni momento del soggiorno, dalla conferma della prenotazione alla riconquista dell'ospite, con le regole di Meta su approvazione, prezzi e consenso aggiornate a ottobre 2026.

30 modelli e messaggi



chatlyn.com

INDICE

Cosa troverà

	Perché questa guida	03
01	Perché WhatsApp per gli hotel	04
02	Basi dei modelli e regole di Meta	05
03	Il percorso dell'ospite, tappa per tappa	09
04	Prenotazione e pre-arrivo	13
05	Arrivo e soggiorno	20
06	Upselling ed eventi	27
07	Post-soggiorno, fidelizzazione e campagne	36
08	Come ottenere i risultati migliori	44
	Fonti	48

INTRODUZIONE

Perché questa guida

I suoi ospiti vivono già su WhatsApp. Scrivono alla famiglia dall'aeroporto, condividono la foto della camera dal balcone e chiedono agli amici dove mangiare. Quando un hotel scrive lì al momento giusto, con qualcosa di utile, il messaggio viene letto. Quando scrive troppo spesso, o vende con troppa insistenza, l'ospite blocca il numero, e Meta se ne accorge.

WhatsApp per le aziende funziona con regole che la maggior parte dei team alberghieri scopre solo quando un modello viene rifiutato o una campagna si ferma a metà. Questa guida le spiega come sono a ottobre 2026: le tre categorie di modelli e come Meta le riclassifica, i limiti per intestazioni, testo e pulsanti, la finestra di assistenza clienti di 24 ore, il consenso e il GDPR, e i prezzi per messaggio, cambiati di nuovo il 1° ottobre 2026.

Il cuore della guida è una raccolta di 30 modelli e messaggi numerati, ordinati lungo il percorso dell'ospite: prenotazione e pre-arrivo, arrivo e soggiorno, upselling ed eventi, post-soggiorno e campagne. Per ognuno trova il messaggio come lo vede l'ospite, il testo del modello con le sue variabili, la categoria e un consiglio pratico. Adatti il testo allo stile della sua struttura e invii i modelli in WhatsApp Manager o nello strumento di messaggistica che usa già.

L'ultimo capitolo spiega cosa distingue un buon modello da un buon risultato: tempistica, personalizzazione, lingua, misurazione e come evitare i blocchi di Meta. Mostra anche dove chatlyn si fa carico della parte ripetitiva, inviando ogni messaggio quando il suo PMS segnala l'evento di prenotazione e rispondendo agli ospiti.

PUNTI CHIAVE

- I modelli di utilità servono la prenotazione; tutto ciò che vende è marketing, e Meta controlla.
- Dal 1° ottobre 2026 Meta fa pagare anche le risposte dentro la finestra, oltre le 1.000 gratuite al mese per numero.
- Fuori dalla finestra di 24 ore può inviare solo un modello approvato.
- Tempistica, lingua dell'ospite e un solo pulsante chiaro contano più di un testo brillante.

CAPITOLO 1

Perché WhatsApp per gli hotel

I suoi ospiti aprono WhatsApp molte volte al giorno e la maggior parte preferisce scrivere piuttosto che telefonare. Per questo è il canale in cui il messaggio di un hotel viene davvero letto.



L'email porta ancora la conferma di prenotazione, ma compete con newsletter, fatture e filtri antispam. Il telefono richiede qualcuno libero alla reception. WhatsApp è già aperto sul telefono dell'ospite, in ogni lingua, in ogni fase del viaggio, e in Germania lo usano quasi tutti.

3 mld+

persone usano WhatsApp ogni mese nel mondo

Source: Meta, conference call sui risultati del Q1 2025

92%

delle persone dai 16 anni in su in Germania usa WhatsApp regolarmente

Source: Bundesnetzagentur, indagine sui consumatori, 2023

73,3%

dei consumatori in 22 mercati preferisce la messaggistica per contattare un'azienda

Source: Kantar per Meta, State of Business Messaging 2025

I viaggiatori dicono lo stesso degli hotel. In un sondaggio del 2025 su 430 viaggiatori condotto da eviivo, fornitore di software per l'ospitalità, la maggioranza preferiva SMS, WhatsApp o link via email nei rapporti con le strutture ricettive, mentre solo il 4% voleva scaricare l'app della struttura o scansionare un codice QR. Secondo la ricerca di Meta, due consumatori su tre si dicono frustrati quando un'azienda non offre la possibilità di scriverle.

Cosa vedono gli hotel quando lo fanno bene

Circolano molti tassi di apertura generici per WhatsApp, ma pochi sono misurati. I dati qui sotto provengono da hotel che inviano messaggi WhatsApp tramite chatlyn e comunicano i propri risultati. All'Hotel Enzian di Obertauern, più di nove ospiti su dieci hanno aperto il messaggio pre-arrivo inviato qualche giorno prima del viaggio.

92%

tasso di apertura dei messaggi WhatsApp pre-arrivo all'Hotel Enzian Obertauern

Source: caso di studio chatlyn, Hotel Enzian

+38%

prenotazioni al ristorante grazie alle campagne WhatsApp all'Hotel Enzian

Source: caso di studio chatlyn, Hotel Enzian

93%

tasso di apertura delle newsletter WhatsApp nel gruppo IMLAUER

Source: caso di studio chatlyn, IMLAUER Group

> ...c'è un piccolo promemoria che ti dà le informazioni giuste al momento giusto, appena prima di iniziare la vacanza, così sei davvero emozionato per quello che ti aspetta.

Elisabeth Veit, titolare, Hotel Enzian Obertauern [tradotto]

CONSIGLIO

Aperto non vuol dire gradito

Un alto tasso di apertura mostra che il messaggio è stato visto, non che fosse desiderato. Ogni messaggio di questa guida si guadagna il suo posto perché è utile all'ospite in quel momento: le indicazioni la mattina dell'arrivo, un tavolo la prima sera, la fattura dopo il check-out. Le offerte seguono la stessa regola.

02

CAPITOLO 2

Basi dei modelli e regole di Meta

Ogni messaggio che un hotel avvia su WhatsApp è un modello approvato da Meta. Conoscere le categorie, i limiti e la finestra di 24 ore le evita modelli rifiutati, costi inattesi e campagne bloccate.

IN QUESTO CAPITOLO

- La finestra di assistenza clienti di 24 ore
- I prezzi di Meta da luglio 2025

Un **modello** (template) è un formato di messaggio pre-approvato, con testo fisso e variabili numerate come {{1}} per il nome dell'ospite. È l'unico tipo di messaggio che un'azienda può inviare a un ospite che non ha scritto nelle ultime 24 ore. Ogni modello appartiene a una di tre categorie, e la categoria determina come Meta lo esamina, quanto costa e se conta nel limite di messaggi marketing dell'ospite.

Le tre categorie di modelli, più le risposte di servizio

Categoria	Da usare per	Esempi in hotel	Attenzione
Utilità	Informazioni su una prenotazione o richiesta specifica, senza promozione	Conferma, link per il check-in, indicazioni stradali, fattura, feedback su questo soggiorno	Qualsiasi offerta o upsell lo trasforma in marketing
Marketing	Tutto ciò che promuove, consiglia o invita	Upgrade, trattamenti spa, offerte di late check-out, eventi, riconquista, auguri di compleanno	Soggetto al limite marketing di ogni ospite e ai controlli più severi
Autenticazione	Solo codici monouso	Codice di accesso per un'app ospiti o un programma fedeltà	Raramente utile agli hotel; niente URL, media o emoji
Servizio (non è un modello)	Risposte libere dentro la finestra di 24 ore	Rispondere a una domanda sul parcheggio o sugli orari della colazione	Possibile solo dopo che l'ospite ha scritto

- **Meta controlla la categoria scelta.** Se invia un modello come utilità e Meta stabilisce che è marketing, viene approvato come marketing (l'impostazione predefinita da aprile 2025). Può chiedere una revisione entro 60 giorni.
- **Contenuti misti o vaghi contano come marketing.** Un aggiornamento sulla prenotazione con una promozione, una richiesta di feedback generica, un augurio di compleanno o un modello composto quasi solo da una variabile sono tutti marketing secondo le linee guida di Meta.
- **Il controllo continua dopo l'approvazione.** Meta riesamina regolarmente i modelli di utilità approvati e sposta nel marketing quelli che risultano promozionali, di norma con un giorno di preavviso. Le aziende già richiamate per uso improprio perdono il preavviso.
- **La revisione richiede di solito pochi minuti, ma conti 24 ore.** I modelli approvati partono con lo stato 'Active, quality pending'. Quelli rifiutati si possono modificare e inviare di nuovo, oppure contestare con un esempio; i ricorsi vengono decisi entro 24 ore.
- **Ogni lingua è un modello a sé.** Meta non traduce. Ogni versione linguistica va inviata e approvata separatamente e conta nel limite di modelli (250 per account se il portafoglio aziendale non è verificato, fino a 6.000 dopo la verifica).

ATTENZIONE

Motivi frequenti di rifiuto

Variabili con parentesi non corrispondenti, caratteri speciali o salti nella numerazione ({{1}}, {{2}}, {{4}}). Un modello che inizia o finisce con una variabile. Troppe variabili rispetto alla lunghezza del testo. Un testo identico a uno dei suoi modelli esistenti. Richieste di numeri completi di carta, coordinate bancarie o numeri di documento. Toni minacciosi, per esempio sulle penali per mancato arrivo. E, nel caso degli hotel il più frequente, un'offerta dentro un modello inviato come utilità.

Componenti e limiti

Componente	Cosa può contenere	Limite
Intestazione (facoltativa)	Testo, immagine, video, documento o posizione	Testo: 60 caratteri, 1 variabile. Immagine 5 MB, video 16 MB, documento 100 MB
Corpo (obbligatorio)	Testo con formattazione e variabili	1.024 caratteri
Piè di pagina (facoltativo)	Breve testo semplice, es. 'Risponda STOP per disiscriversi'	60 caratteri
Pulsanti di risposta rapida	Con un tocco le arriva una risposta fissa	Fino a 10, etichetta di 25 caratteri
Pulsanti URL	Aprono una pagina web; una variabile alla fine dell'URL	Fino a 2, etichetta di 25 caratteri
Pulsante di chiamata	Chiama il numero impostato	1, etichetta di 25 caratteri

CONSIGLIO

Pulsanti e variabili che superano la revisione

Un modello può contenere fino a 10 pulsanti in totale, incluso un pulsante per copiare il codice di un voucher (20 caratteri). Tenga insieme le risposte rapide, prima o dopo gli altri pulsanti, mai mescolate. Con più di tre pulsanti l'ospite ne vede due e il link 'See all options', e i modelli con quattro o più pulsanti non si leggono su WhatsApp desktop: due o tre pulsanti funzionano meglio. Numeri le variabili in ordine, metta del testo prima e dopo, e aggiunga un valore di esempio realistico per ciascuna quando invia il modello.

La finestra di assistenza clienti di 24 ore

Ogni volta che un ospite le scrive o la chiama su WhatsApp si apre una finestra di assistenza clienti di 24 ore, e ogni nuovo messaggio dell'ospite la fa ripartire. Dentro la finestra il suo team può rispondere liberamente: testo, foto, documenti e messaggi interattivi con pulsanti di risposta o elenchi, senza bisogno dell'approvazione di Meta. Se passano 24 ore senza una parola dall'ospite, la finestra si chiude e può inviare solo un modello approvato. Per questo ogni percorso automatico dell'ospite inizia con un modello: la risposta dell'ospite, anche solo un tocco su un pulsante di risposta rapida, apre la finestra per la conversazione che segue. Un modello marketing inviato mentre la finestra è aperta non conta nel limite marketing dell'ospite.

I prezzi di Meta da luglio 2025

- **Per messaggio consegnato.** Dal 1° luglio 2025 Meta addebita ogni messaggio consegnato, non più ogni conversazione di 24 ore. La tariffa dipende dalla categoria e dal prefisso internazionale del numero dell'ospite. I messaggi che gli ospiti le inviano non costano mai nulla.
- **Modelli.** I modelli di marketing, utilità e autenticazione si pagano ogni volta che vengono consegnati. Utilità e autenticazione hanno scaglioni che abbassano la tariffa man mano che cresce il volume mensile; il marketing no.
- **Novità dal 1° ottobre 2026: si pagano anche le risposte.** Le risposte libere dentro la finestra, scritte dal suo team o da un'IA di terze parti, sono ora fatturate come messaggi di servizio. Ogni numero di telefono aziendale ha 1.000 messaggi di servizio gratuiti al mese. I modelli di utilità inviati dentro una finestra aperta, gratuiti da luglio 2025, tornano a pagamento.
- **Cosa resta gratuito.** Ogni messaggio in una finestra gratuita del punto di ingresso, che si apre quando un ospite avvia una chat da un annuncio Click to WhatsApp o dal pulsante di una Pagina Facebook e lei risponde entro 24 ore.
- **Quando cambiano i prezzi.** Meta aggiorna le tariffe solo il 1° gennaio, 1° aprile, 1° luglio o 1° ottobre, con almeno un mese di preavviso. Le tariffe sono pubblicate per mercato, in euro e in altre valute, nella documentazione per sviluppatori di Meta; le verifichi lì invece di affidarsi a cifre citate altrove, e chieda al suo fornitore quanto aggiunge.

CAPITOLO 3

03 Il percorso dell'ospite, tappa per tappa

Trenta messaggi funzionano solo se ognuno arriva al momento giusto. Questo capitolo colloca la raccolta lungo il soggiorno e parte dal passo che viene prima di tutti: il permesso di scrivere.



Prima del primo messaggio: consenso e GDPR

- **Meta richiede il consenso (opt-in).** Può scrivere a un ospite su WhatsApp solo se le ha dato il suo numero e ha accettato di ricevere messaggi dalla sua struttura. Il consenso si può raccogliere ovunque, sul booking engine, al telefono, alla reception o su carta, purché indichi la sua azienda e dica chiaramente a cosa acconsente l'ospite.
- **Separi il servizio dalle offerte.** Chieda un consenso per i messaggi sul soggiorno e uno per offerte e novità. Meta consiglia il consenso per tipo di messaggio, e in Germania (§ 7 UWG) e in Austria (§ 174 TKG 2021) la pubblicità tramite messaggio elettronico richiede in genere un consenso preventivo. I messaggi legati alla prenotazione possono di solito basarsi sulla prenotazione stessa; il marketing ha bisogno di quel consenso.
- **Conservi le prove e rispetti ogni stop.** Secondo il GDPR deve poter dimostrare quando e come un ospite ha dato il consenso. Le revoche valgono ovunque vengano espresse, su WhatsApp, via email o al banco, e vanno rispettate subito.
- **Citi WhatsApp nella sua informativa privacy.** Meta tratta i dati dei messaggi come suo responsabile del trattamento secondo i termini sul trattamento dei dati di WhatsApp Business e trasferisce i dati europei negli Stati Uniti in base all'EU-US Data Privacy Framework. Sulla Cloud API di Meta un numero può essere registrato in modo che i contenuti dei messaggi archiviati restino nell'UE (Germania).
- **Raccolga solo ciò che serve.** Non chieda mai in un messaggio numeri completi di carta, coordinate bancarie o numeri di passaporto; la policy di Meta lo vieta e i modelli che lo fanno vengono rifiutati.

ATTENZIONE

Non è una consulenza legale

Le regole sul consenso variano da paese a paese e cambiano con la giurisprudenza, per esempio sulla questione se l'eccezione prevista per l'email ai clienti esistenti valga anche per i servizi di messaggistica. Faccia approvare il testo del consenso e l'informativa privacy dal suo responsabile della protezione dei dati prima della prima campagna.

Le tabelle che seguono riprendono le quattro parti della raccolta. I numeri tra parentesi sono quelli dei modelli nei capitoli da 4 a 7. Le tempistiche sono un punto di partenza: le adatti alla sua finestra di prenotazione tipica e alla durata media del soggiorno.

Prenotazione e pre-arrivo (capitolo 4)

Momento	Tempistica	Categoria	Obiettivo
Conferma di prenotazione (01)	Subito dopo la prenotazione	Utilità	Confermare il soggiorno e aprire il canale WhatsApp
Offerta transfer aeroporto (02)	7 giorni prima dell'arrivo	Marketing	Vendere il transfer prima che l'ospite prenoti un taxi
Preferenze pre-arrivo (08)	5 giorni prima dell'arrivo	Utilità	Raccogliere orario d'arrivo e desideri
Offerta early check-in (07)	3 giorni prima dell'arrivo	Marketing	Trasformare un volo mattutino in ricavo
Check-in online (03), conferma transfer (05)	Da 1 a 2 giorni prima	Utilità	Ridurre l'attesa alla reception
Indicazioni (04), camera pronta (06)	Giorno d'arrivo	Utilità	Rispondere alle domande prima che vengano poste

Arrivo e soggiorno (capitolo 5)

Momento	Tempistica	Categoria	Obiettivo
Benvenuto e verifica del primo giorno (09)	Sera dell'arrivo	Utilità	Intercettare i problemi finché si possono risolvere
Preferenza per le pulizie (12)	Sera dell'arrivo	Utilità	Organizzare il servizio intorno all'ospite
Prenotazione cena (10), trattamento spa (11)	Dal giorno 1 al giorno 2	Marketing	Riempire tavoli e cabine trattamenti
Consigli locali (14)	Giorno 2, mattina	Marketing	Essere il concierge in tasca all'ospite
Ritardo del volo e arrivo tardivo (13)	Quando si sa del ritardo	Utilità	Tenere la camera e rassicurare
Conversazione di servizio (15)	Quando l'ospite scrive	Servizio	Rispondere dentro la finestra aperta

Upselling ed eventi (capitolo 6)

Momento	Tempistica	Categoria	Obiettivo
Offerta upgrade camera (17)	3 giorni prima dell'arrivo	Marketing	Vendere la camera migliore prima dell'arrivo
Logistica congressisti (18), promemoria gala (19)	Giorno dell'evento	Utilità	Tenere i gruppi in orario
Prenotazione attività (22), miniclub (23)	Inizio del soggiorno	Utilità	Confermare il programma prenotato dall'ospite
Evento in ostello (20), line-up della serata (21)	Giorni prima dell'evento	Marketing	Riempire bar, rooftop o terrazza
Offerta late check-out (16)	Sera prima della partenza	Marketing	Vendere le ore in più

Post-soggiorno e campagne (capitolo 7)

Momento	Tempistica	Categoria	Obiettivo
Check-out e fattura (24)	Subito dopo il check-out	Utilità	Chiudere il soggiorno in modo pulito
Richiesta di recensione (25)	2 giorni dopo la partenza	Utilità	Chiedere un feedback su questo soggiorno
Ringraziamento e offerta di riprenotazione (26)	7 giorni dopo la partenza	Marketing	Conquistare il prossimo soggiorno diretto
Anniversario (27)	10 giorni prima della data	Marketing	Ricordare ciò che conta per l'ospite
Riconquista (28)	11 mesi dopo il soggiorno	Marketing	Riportare l'ospite nella stessa stagione
Apertura di stagione (29), cena della vendemmia (30)	Da 3 a 6 settimane prima	Marketing	Invitare gli ex ospiti a una data

chatlyn

Il percorso, guidato dal suo PMS

In chatlyn, gli eventi PMS inviano un modello in un momento preciso di ogni prenotazione: alla creazione, intorno ad arrivo, check-in e check-out, dopo il soggiorno e quando una prenotazione viene cancellata. Gli intervalli vanno da minuti a mesi, i segnaposto si compilano dalla prenotazione e una cancellazione ferma i messaggi ancora in attesa per quella prenotazione.

CAPITOLO 4

Prenotazione e pre-arrivo

Dalla conferma al giorno d'arrivo, questi modelli rispondono alle domande degli ospiti prima che le facciano, e propongono qualche offerta al momento giusto.

8 modelli
Modello 01 a 08

Otto modelli per il tratto tra la prenotazione e il momento in cui l'ospite arriva alla sua porta. I modelli di utilità confermano, informano e chiedono ciò che le serve. I modelli marketing fanno un'unica offerta pertinente. Li tenga separati, perché Meta verifica la categoria e può riclassificare un modello di utilità che cerca di vendere.



Modello 01 · UTILITÀ · Subito dopo la prenotazione

Conferma di prenotazione

Grand Hotel Wilhelmina · Grand hotel storico, Vienna

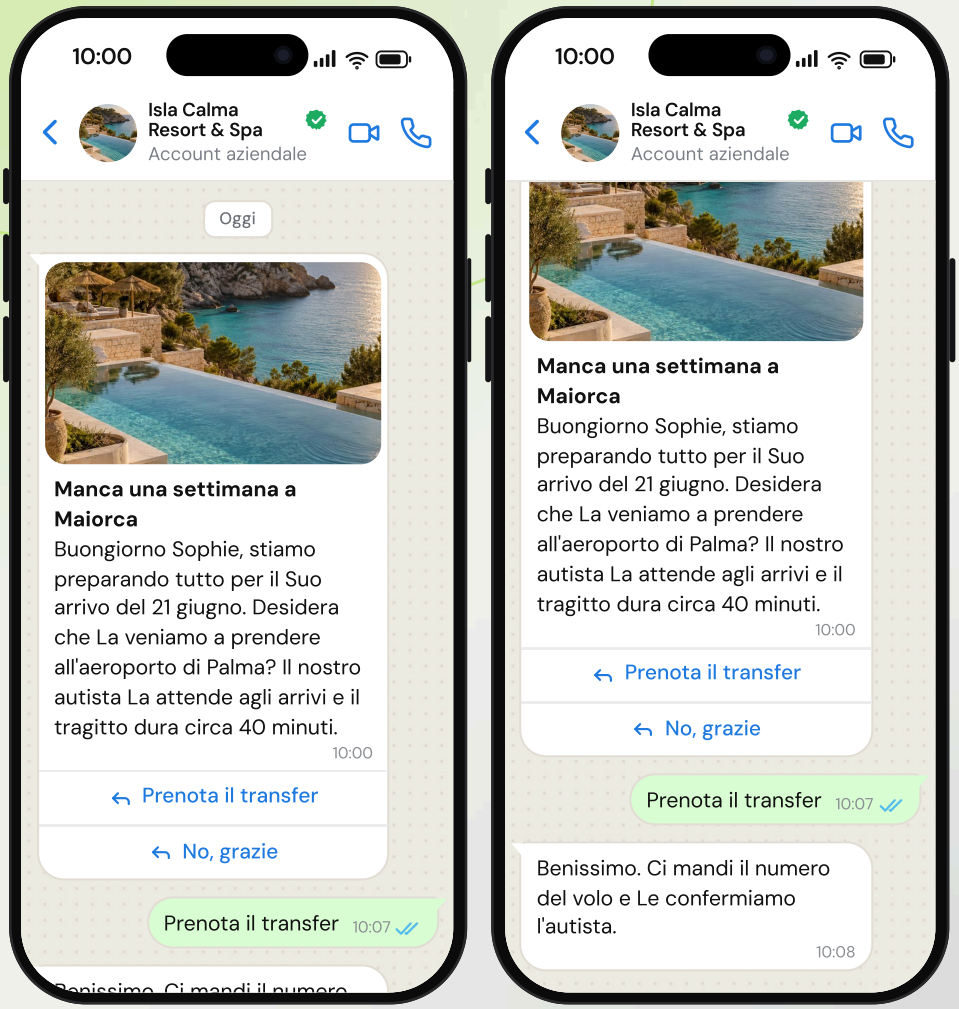
MODELLO

```
*Il Suo soggiorno è confermato*
Gentile {{1}}, grazie per aver scelto il Grand Hotel Wilhelmina. Abbiamo riservato per Lei una camera {{2}} dal {{3}} al {{4}}, numero di prenotazione {{5}}. Per qualsiasi modifica, risponda pure a questo messaggio.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} tipo di camera
- {{3}} data di arrivo
- {{4}} data di partenza
- {{5}} numero di prenotazione

CONSIGLIO La invii entro pochi minuti dalla prenotazione. Una conferma che arriva tardi spinge l'ospite a controllare l'estratto conto invece di pregustare il soggiorno.



Modello 02 · MARKETING · 7 giorni prima dell'arrivo

Transfer aeroporto pre-arrivo

Isla Calma Resort & Spa · Resort sul mare, Maiorca

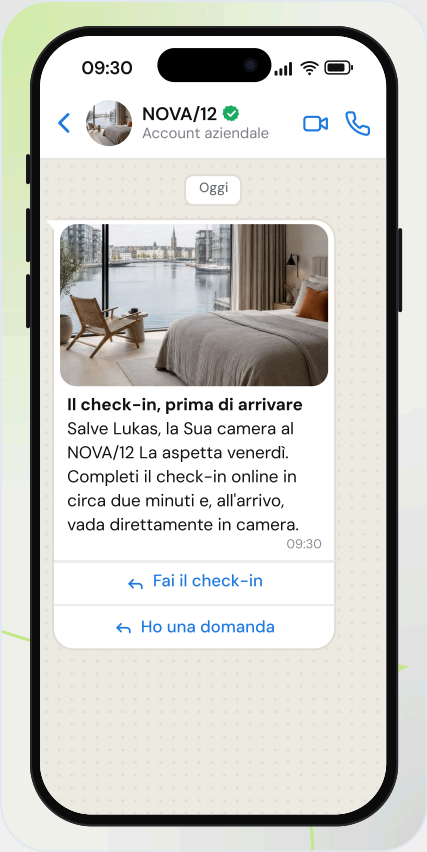
MODELLO

```
*Manca una settimana a Maiorca*
Buongiorno {{1}}, stiamo preparando tutto per il Suo arrivo del {{2}}. Desidera che La veniamo a prendere all'aeroporto di Palma? Il nostro autista La attende agli arrivi e il tragitto dura circa {{3}} minuti. Tocchi qui sotto e lo organizziamo noi.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} data di arrivo
- {{3}} durata del transfer in minuti

CONSIGLIO Un'offerta per messaggio. Il transfer converte meglio una settimana prima, quando gli ospiti prenotano i voli e stanno ancora decidendo come arrivare dall'aeroporto.



Modello 03 · UTILITÀ · 2 giorni prima dell'arrivo

Check-in online

NOVA/12 · Boutique hotel di design, Copenaghen

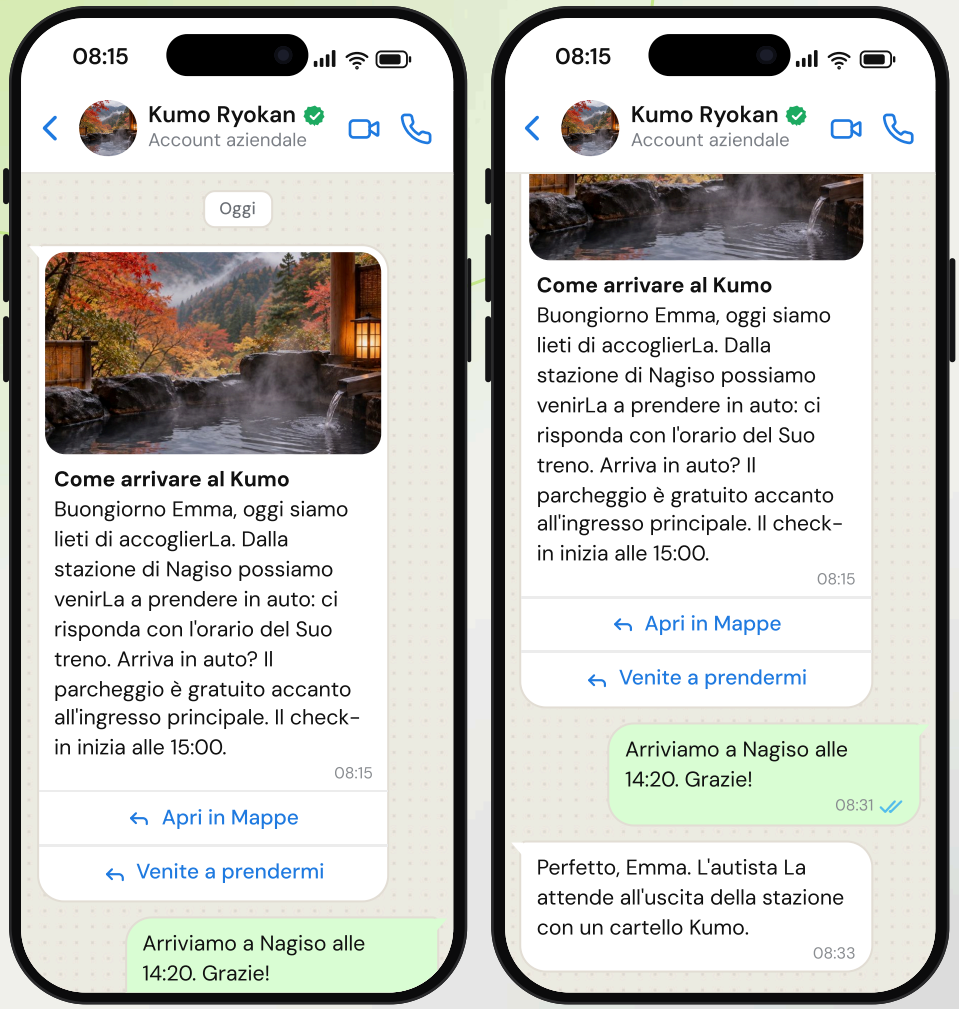
MODELLO

```
*Il check-in, prima di arrivare*
Salve {{1}}, la Sua camera al NOVA/12 La aspetta il {{2}}. Completi il check-in online in circa due minuti e, all'arrivo, vada direttamente in camera. Il Suo link: {{3}}. A presto.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} data di arrivo
- {{3}} link personale per il check-in

CONSIGLIO Quando può, metta il link in un pulsante URL invece che nel testo. È più pulito e può comunque aggiungere un suffisso dinamico alla fine dell'URL.



Modello 04 · UTILITÀ · Mattina del giorno d'arrivo

Indicazioni e parcheggio il giorno d'arrivo

Kumo Ryokan · Locanda giapponese, Valle di Kiso

MODELLO

```
*Come arrivare al Kumo*
Buongiorno {{1}}, oggi siamo lieti di
accoglierLa. Dalla stazione di Nagiso possiamo
venirLa a prendere in auto: ci risponda con
l'orario del Suo treno. Arriva in auto? Il
parcheggio è gratuito accanto all'ingresso
principale, indirizzo: {{2}}. Il check-in inizia
alle {{3}}. A più tardi!
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} indirizzo o link alla mappa
- {{3}} orario del check-in

CONSIGLIO La invii la mattina dell'arrivo, non la sera prima. È il momento in cui gli ospiti aprono il telefono per pianificare il percorso.



Modello 05 · UTILITÀ · 24 ore prima del transfer

Conferma del transfer dall'aeroporto

Maison Orsalle · Palace hotel di lusso, Parigi

MODELLO

```
*La Sua auto è prenotata*
Bonjour {{1}}, il Suo autista {{2}} La attenderà presso {{3}} il {{4}}, con un cartello con il Suo nome. L'auto è una {{5}}. Seguiamo il Suo volo e adattiamo l'orario se cambia.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} nome dell'autista
- {{3}} punto d'incontro
- {{4}} data e ora del ritiro
- {{5}} veicolo

CONSIGLIO Indichi il nome dell'autista e il punto d'incontro. Elimina l'unico momento di dubbio che ogni viaggiatore ha nella sala arrivi.

Modello 06 · UTILITÀ · Quando la camera è pronta

Camera pronta

Hostal Dos Lunas · Hostal a gestione familiare, Siviglia

MODELLO

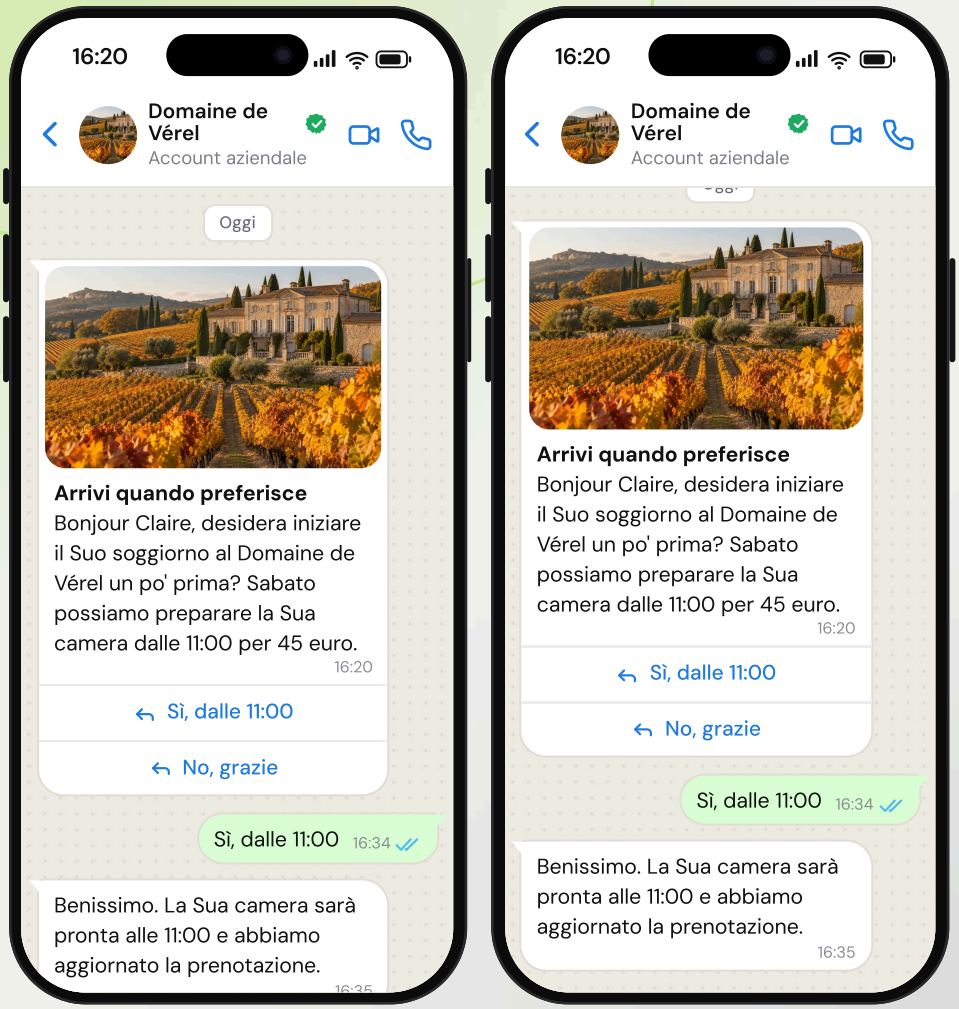
```
*La Sua camera è pronta*
Hola {{1}}, buone notizie: la camera {{2}} è già pronta per Lei. La chiave La aspetta alla reception, oppure può ritirarla nel patio se stiamo servendo la colazione. Buona permanenza a Siviglia.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} numero di camera

CONSIGLIO La attivi dallo stato della camera, non dall'orologio. Gli ospiti che aspettano in un caffè qui vicino le saranno grati per ogni minuto risparmiato.





Modello 07 · MARKETING · 3 giorni prima dell'arrivo

Offerta di early check-in

Domaine de Vérel · Tenuta vinicola, Luberon

MODELLO

```
*Arrivi quando preferisce*
Bonjour {{1}}, desidera iniziare il Suo
soggiorno al Domaine de Vérel un po' prima? Il
{{2}} possiamo preparare la Sua camera dalle
{{3}} per {{4}}. Risponda qui sotto e la
teniamo per Lei.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} data di arrivo
- {{3}} orario di early check-in
- {{4}} prezzo

CONSIGLIO Offra l'early check-in solo nelle date in cui l'occupazione della notte precedente lascia camere libere. Verifichi la disponibilità prima che parta il modello, non dopo il sì dell'ospite.



Modello 08 · UTILITÀ · 5 giorni prima dell'arrivo

Preferenze prima dell'arrivo

Sereno Thermal Retreat · Wellness retreat

MODELLO

```
*Prepariamo il Suo soggiorno*
Gentile {{1}}, in vista del Suo arrivo del {{2}}, possiamo farLe qualche domanda? Ha preferenze per il cuscino, allergie o esigenze alimentari, o c'è qualcosa che dovremmo sapere per i trattamenti? Ci risponda qui quando vuole.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} data di arrivo

CONSIGLIO Chieda, poi usi la risposta in modo visibile. Un cuscino anallergico già sul letto dice più di qualsiasi lettera di benvenuto.

CONSIGLIO

I limiti di Meta in breve

Il corpo può contenere fino a 1.024 caratteri, ma i modelli qui sopra restano ben sotto i 400. Le intestazioni possono essere testo (fino a 60 caratteri), immagine, video, documento o posizione. Le etichette dei pulsanti di risposta rapida e URL ammettono 25 caratteri; resti sotto i 20 così non vanno mai a capo. Una variabile non può aprire o chiudere il corpo, e le variabili vanno numerate in ordine.

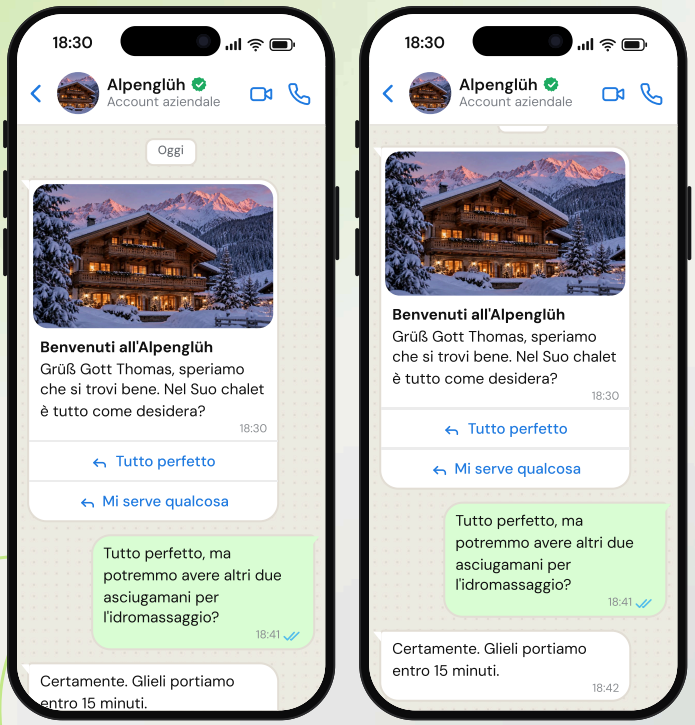
05

CAPITOLO 5

Arrivo e soggiorno

Una volta che l'ospite è in hotel, i messaggi diventano una conversazione. Questi modelli verificano che tutto vada bene, riempiono tavoli e trattamenti liberi e aiutano quando i piani di viaggio saltano.

7 modelli
Modello 09 a 15



Modello 09 · UTILITÀ · Sera del giorno d'arrivo

Benvenuto e verifica del primo giorno

Alpenglüh · Chalet hotel, Tirolo

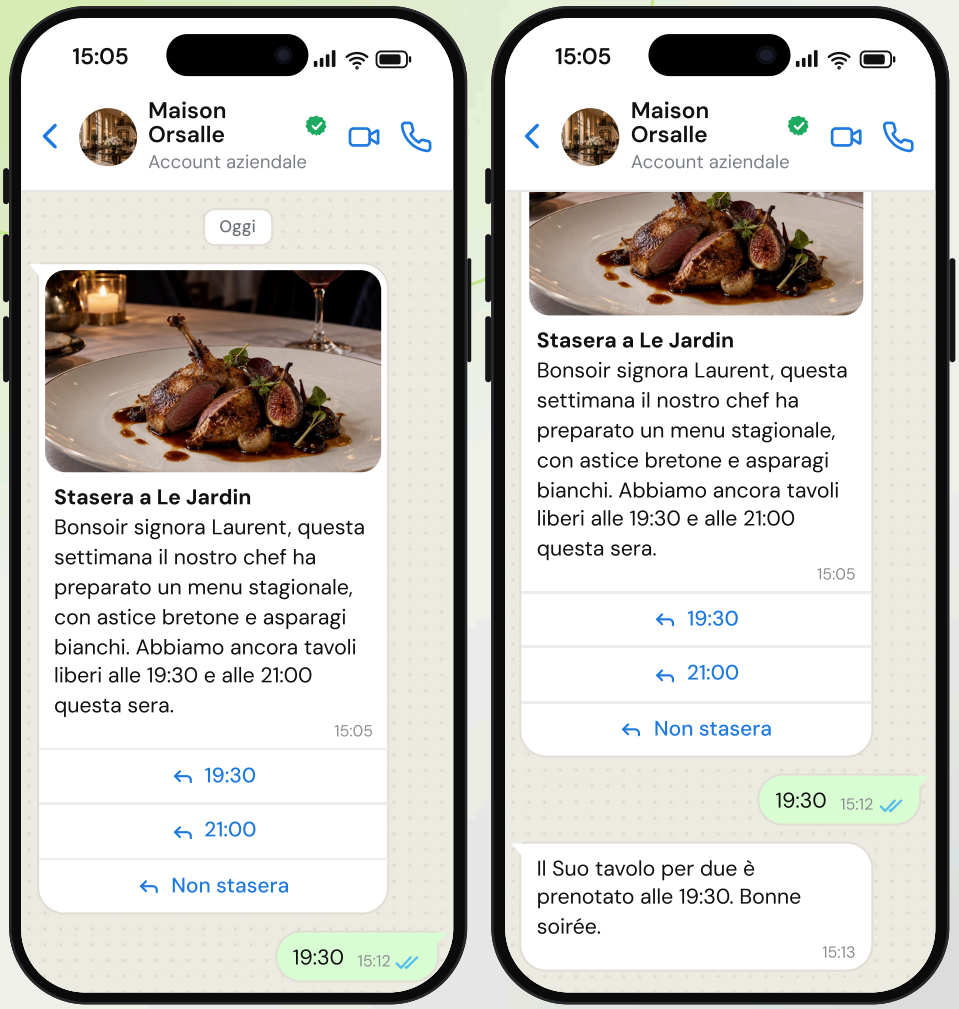
MODELLO

```
*Benvenuti all'Alpenglüh*
Grüß Gott {{1}}, speriamo che si trovi bene. Nel Suo chalet è tutto come desidera? Se ha bisogno di qualcosa, da una coperta in più a un tavolo per la cena, risponda qui e il nostro team se ne occuperà.
```

VARIABILI

`{{1}}` nome dell'ospite

CONSIGLIO La invii due o tre ore dopo il check-in. Abbastanza presto da risolvere un problema in serata, abbastanza tardi perché l'ospite abbia disfatto i bagagli.



Modello 10 · MARKETING · Giorno 1, metà pomeriggio

Prenotazione per la cena

Maison Orsalle · Palace hotel di lusso, Parigi

MODELLO

```
*Stasera a Le Jardin*
Bonsoir {{1}}, questa settimana il nostro chef ha preparato un menu stagionale, con {{2}}. Abbiamo ancora tavoli liberi alle {{3}} questa sera. Desidera che ne riserviamo uno per Lei?
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} piatto forte dello chef
- {{3}} orari disponibili

CONSIGLIO La invii verso le 15:00, prima che gli ospiti prendano altri impegni. Proponga orari reali, non un link di prenotazione, così basta un tocco per rispondere.



Modello 11 · MARKETING · Giorno 2, mattina

Offerta di un trattamento spa

Isla Calma Resort & Spa · Resort sul mare, Maiorca

MODELLO

```
*Un'ora di quiete per Lei*
Buongiorno {{1}}, oggi la nostra spa ha ancora qualche orario libero: {{2}}. Un {{3}} sarebbe un bel modo per concludere una giornata al sole. Desidera che ne prenotiamo uno per Lei?
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} orari liberi
- {{3}} nome del trattamento

CONSIGLIO Riempia i vuoti, non pubblicizzi il listino. Proporre due o tre orari liberi reali trasforma le ore inattive dei terapisti in ricavi.

Modello 12 · UTILITÀ · Sera del giorno d'arrivo

Preferenza per le pulizie

NOVA/12 · Boutique hotel di design, Copenaghen

MODELLO

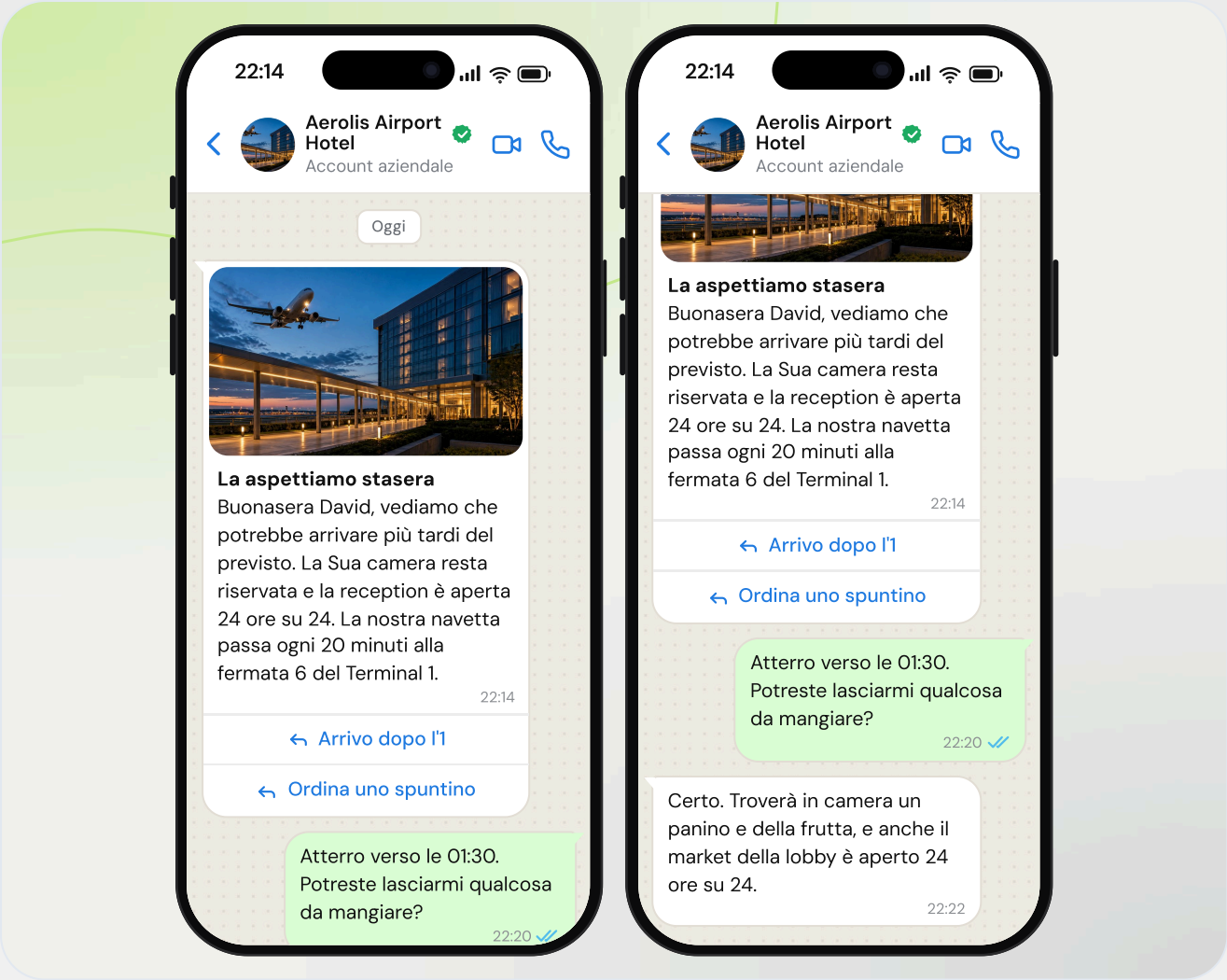
```
*Come curiamo la Sua camera?*
Salve {{1}}, durante il soggiorno possiamo pulire la Sua camera ogni giorno, a giorni alterni o solo su richiesta. Scelga qui sotto l'opzione che preferisce e la cambi quando vuole rispondendo qui.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite

CONSIGLIO Lasciare la scelta all'ospite riduce i colpi alla porta e permette al servizio ai piani di organizzare la giornata sulle richieste reali.





Modello 13 · UTILITÀ · Quando l'ospite è in ritardo

Volo in ritardo e arrivo tardivo

Aerolis Airport Hotel · Hotel aeroportuale

MODELLO

```
*La aspettiamo stasera*
Buonasera {{1}}, vediamo che potrebbe arrivare più tardi del previsto. La Sua camera resta riservata e la reception è aperta 24 ore su 24. La nostra navetta passa ogni {{2}} minuti alla fermata {{3}}. Buon viaggio.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} frequenza della navetta
- {{3}} fermata della navetta

CONSIGLIO Prima rassicuri, poi dia l'unica informazione logistica che serve. Chi viaggia in ritardo vuole sapere che la camera è al sicuro e come arrivarci.

Modello 14 MARKETING Giorno 2, mattina

Consigli locali

Grand Hotel Wilhelmina · Grand hotel storico, Vienna

MODELLO

```
*Vienna, come la conosciamo noi*
Buongiorno {{1}}, ecco qualche consiglio del nostro concierge per oggi: {{2}}. Se piove, il nostro caffè serve la Sachertorte fino alle {{3}}. Desidera un tavolo o altre idee?
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} due o tre consigli locali
- {{3}} orario di chiusura del caffè

CONSIGLIO Anche senza un'offerta commerciale, Meta di solito considera marketing i consigli generici. Lo classifichi così e lo invii solo agli ospiti che hanno dato il consenso.





Modello 15 · SERVIZIO · Scrive l'ospite, entro 24 ore

Conversazione nella finestra di servizio

Kumo Ryokan · Locanda giapponese, Valle di Kiso

MODELLO

```
Nessun modello necessario. L'ospite ha scritto per primo, quindi la finestra di assistenza clienti di 24 ore è aperta e l'hotel risponde liberamente.
```

CONSIGLIO Ogni messaggio dell'ospite apre o fa ripartire la finestra di 24 ore. Risponda con parole sue, e se la finestra si chiude prima che abbia finito, prosegua con un modello approvato.

ATTENZIONE

Utilità o marketing?

Se un messaggio aiuta l'ospite a portare a termine un soggiorno già prenotato, di solito è di utilità. Se cerca di vendere qualcosa, è marketing. Meta riesamina periodicamente i modelli approvati e sposta nel marketing quelli di utilità classificati male, quindi li classifichi onestamente fin dall'inizio.

06

CAPITOLO 6

Upselling ed eventi

Otto modelli per i momenti in cui l'ospite è già da lei e aperto a qualcosa in più: un check-out posticipato, una camera migliore, un gala, una serata sul rooftop.

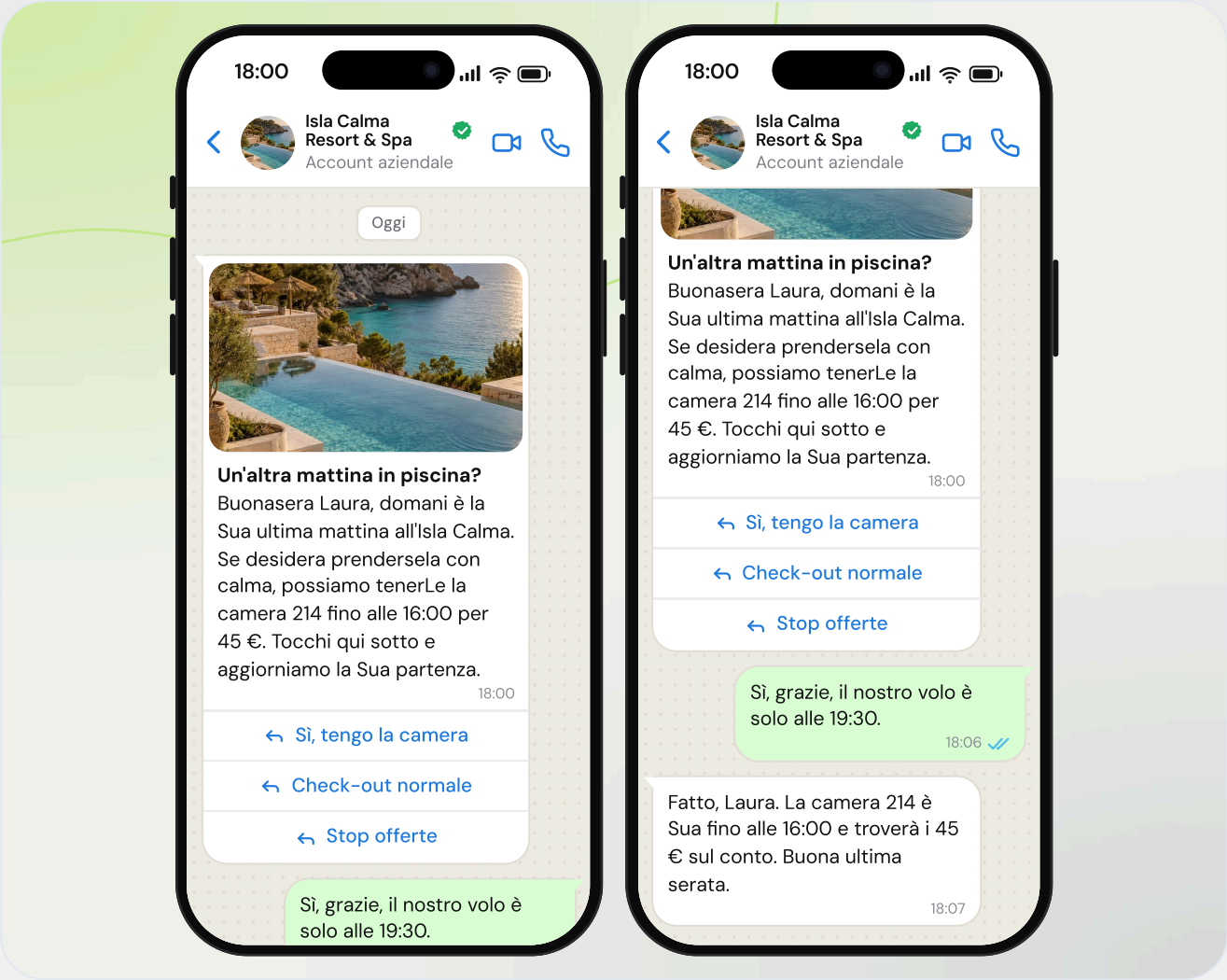
8 modelli
Modello 16 a 23



ATTENZIONE

Uno scopo per modello

Meta considera marketing un modello che mescola un aggiornamento pratico con un'offerta. Tenga i messaggi per congressisti, gala e attività puramente pratici. Invii l'offerta spa o cena come modello a parte, oppure come risposta libera quando l'ospite sta già parlando con lei.



Modello 16 · MARKETING · Sera prima della partenza, 18:00

Offerta di late check-out

Isla Calma Resort & Spa · Resort sul mare, Maiorca

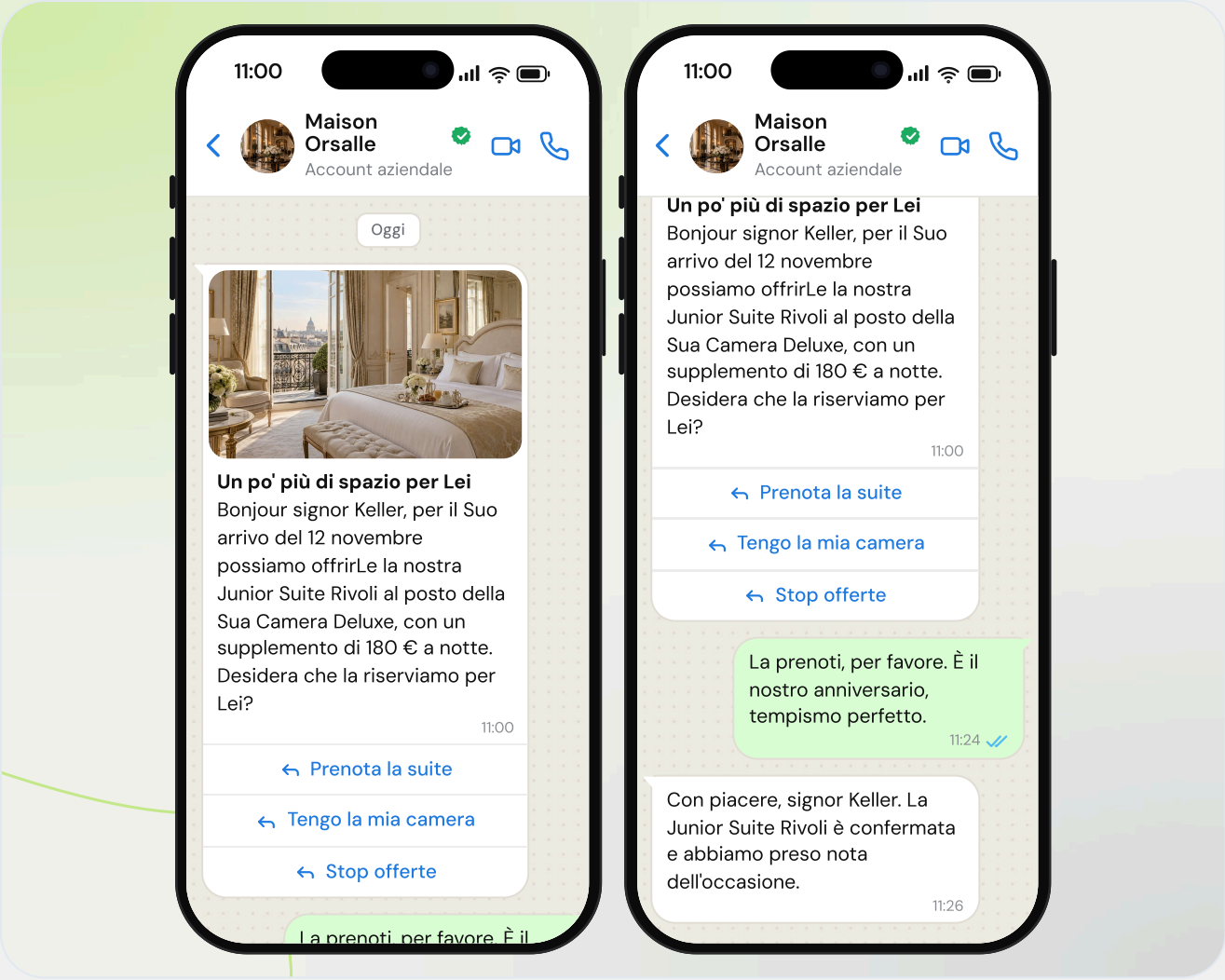
MODELLO

```
*Un'altra mattina in piscina?*
Buonasera {{1}}, domani è la Sua ultima mattina
all'Isla Calma. Se desidera prendersela con
calma, possiamo tenerLe la camera {{2}} fino
alle {{3}} per {{4}}. Tocchi qui sotto e
aggiorniamo la Sua partenza.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} numero di camera
- {{3}} orario di late check-out
- {{4}} prezzo

CONSIGLIO Lo invii solo dopo che il servizio ai piani ha confermato che la camera non serve per un arrivo in giornata, così ogni sì può essere rispettato.



Modello 17 MARKETING **3 giorni prima dell'arrivo**

Offerta di upgrade della camera

Maison Orsalle · Palace hotel di lusso, Parigi

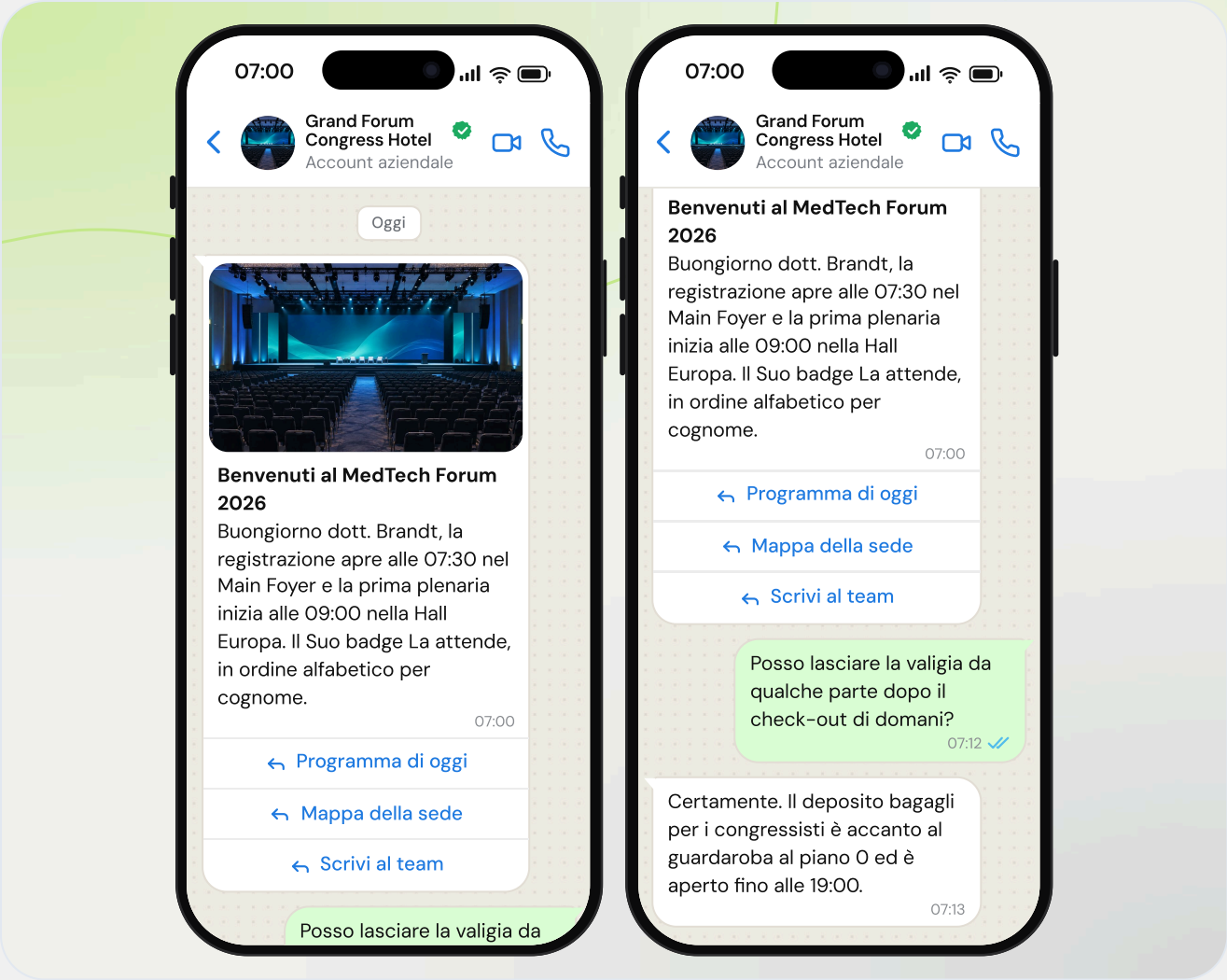
MODELLO

```
*Un po' più di spazio per Lei*
Bonjour {{1}}, per il Suo arrivo del {{2}}
possiamo offrirLe la nostra {{3}} al posto della
Sua {{4}}, con un supplemento di {{5}} a notte.
Desidera che la riserviamo per Lei?
```

VARIABILI

- {{1}} titolo e cognome dell'ospite
- {{2}} data di arrivo
- {{3}} tipo di camera dell'upgrade
- {{4}} tipo di camera prenotata
- {{5}} differenza di prezzo a notte

CONSIGLIO Proponga una camera precisa e mostri la differenza a notte, non un nuovo totale; una scelta unica e chiara è più facile da accettare.



Modello 18 UTILITÀ **Mattina del primo giorno, 07:00**

Logistica per i congressisti

Grand Forum Congress Hotel · Hotel congressuale, Francoforte

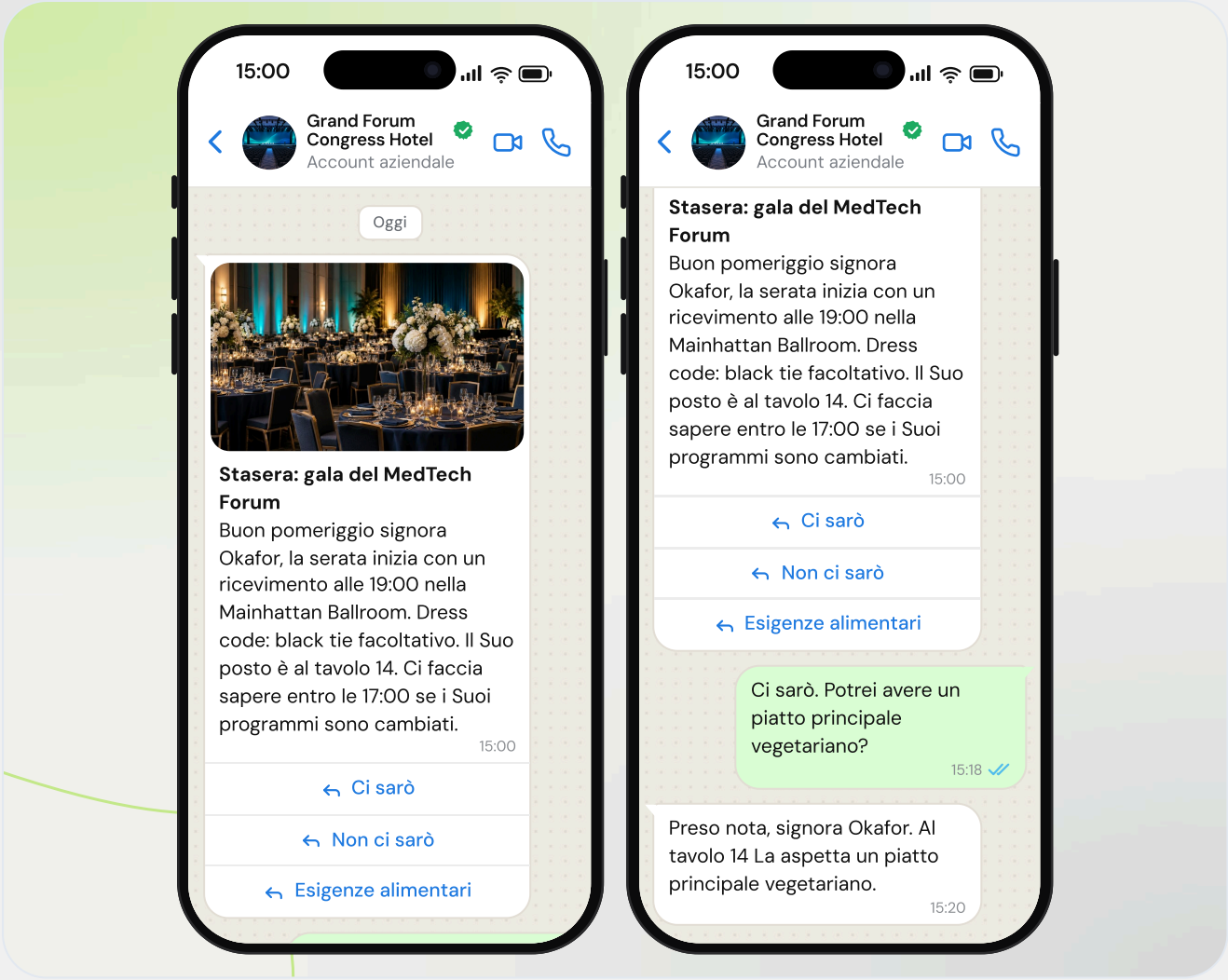
MODELLO

```
*Benvenuti al {{1}}*
Buongiorno {{2}}, la registrazione apre alle {{3}} nel {{4}} e la prima plenaria inizia alle {{5}}. Il Suo badge La attende, in ordine alfabetico per cognome.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'evento
- {{2}} titolo e cognome del congressista
- {{3}} orario di registrazione
- {{4}} luogo della registrazione
- {{5}} orario e sala della prima sessione

CONSIGLIO Rientra nell'utilità perché il congressista si è registrato a questo evento; lo mantenga logistico, senza citare sponsor né offerte per la cena.



Modello 19 · UTILITÀ · Giorno del gala, 15:00

Promemoria per la cena di gala

Grand Forum Congress Hotel · Hotel congressuale, Francoforte

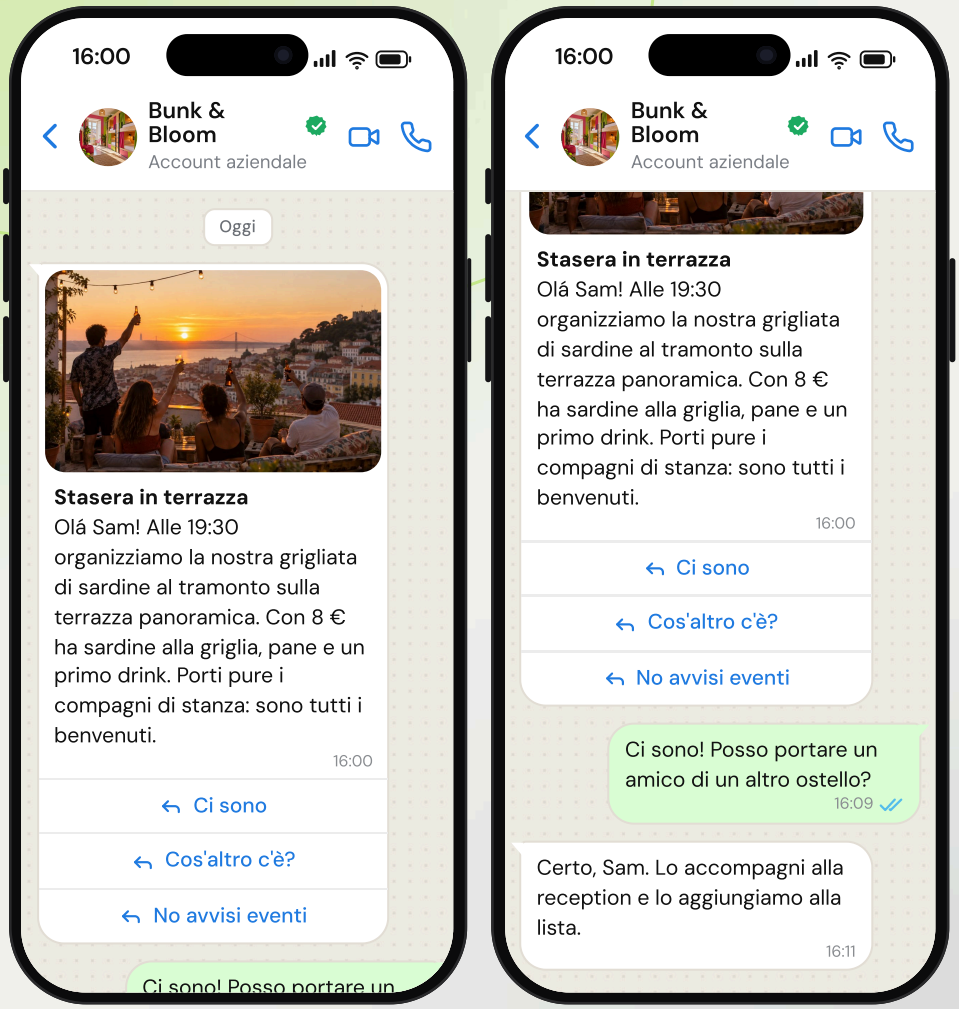
MODELLO

```
*Stasera: {{1}}*
Buon pomeriggio {{2}}, la serata inizia con un ricevimento alle {{3}} nella {{4}}. Dress code: {{5}}. Il Suo posto è al tavolo {{6}}. Ci faccia sapere entro le {{7}} se i Suoi programmi sono cambiati.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'evento
- {{2}} titolo e cognome dell'ospite
- {{3}} orario del ricevimento
- {{4}} sala
- {{5}} dress code
- {{6}} numero del tavolo
- {{7}} termine per rispondere

CONSIGLIO Un pulsante 'Non ci sarò' libera posti e dà alla cucina il numero definitivo ben prima del servizio.



Modello 20 · MARKETING · Giorno dell'evento, 16:00

Evento sociale in ostello

Bunk & Bloom · Ostello per backpacker, Lisbona

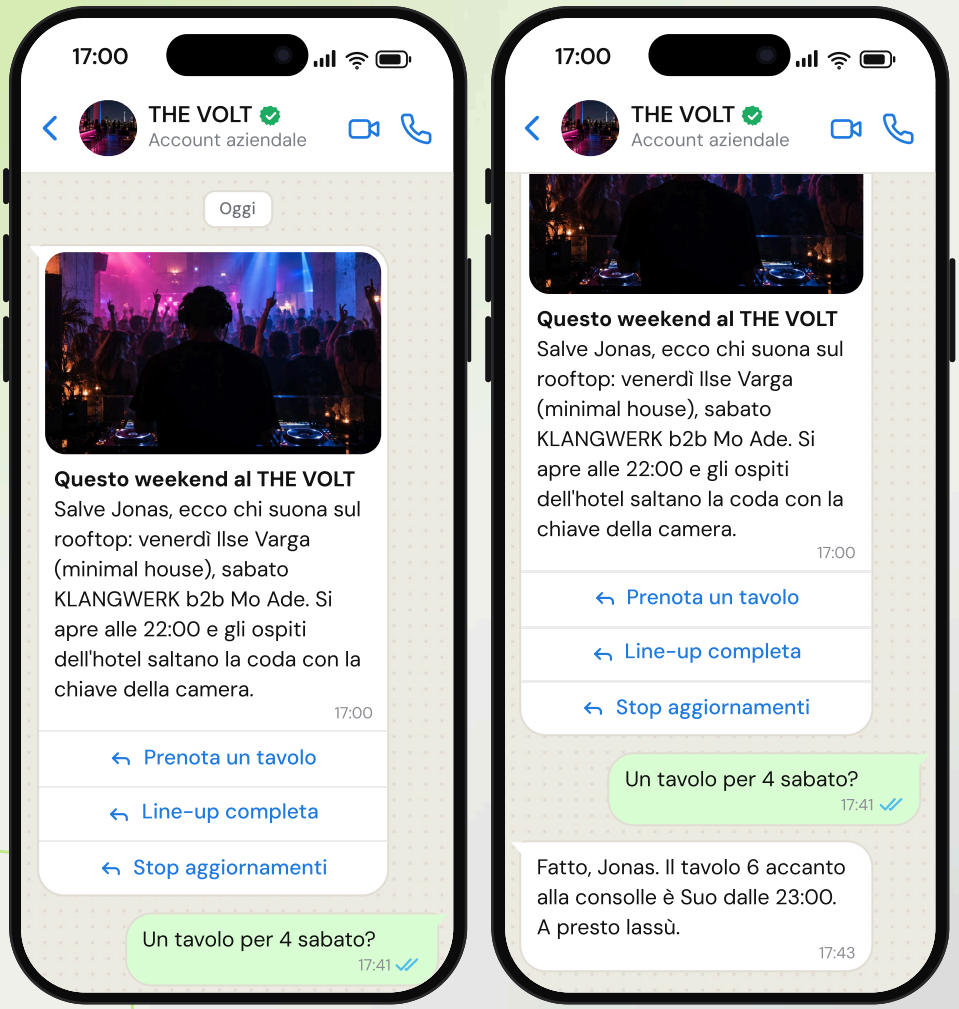
MODELLO

```
*Stasera in terrazza*
Olá {{1}}! Alle {{2}} organizziamo {{3}} sulla terrazza panoramica. {{4}} Porti pure i compagni di stanza: sono tutti i benvenuti.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} orario di inizio
- {{3}} nome dell'evento
- {{4}} una riga su prezzo e cosa è incluso

CONSIGLIO Se l'ospite le ha scritto nelle ultime 24 ore, lo invii come risposta libera dentro la finestra di servizio invece che come modello marketing.



Modello 21 MARKETING **Giovedì prima del weekend, 17:00**

Line-up della serata

THE VOLT · Hotel lifestyle urbano, Berlino

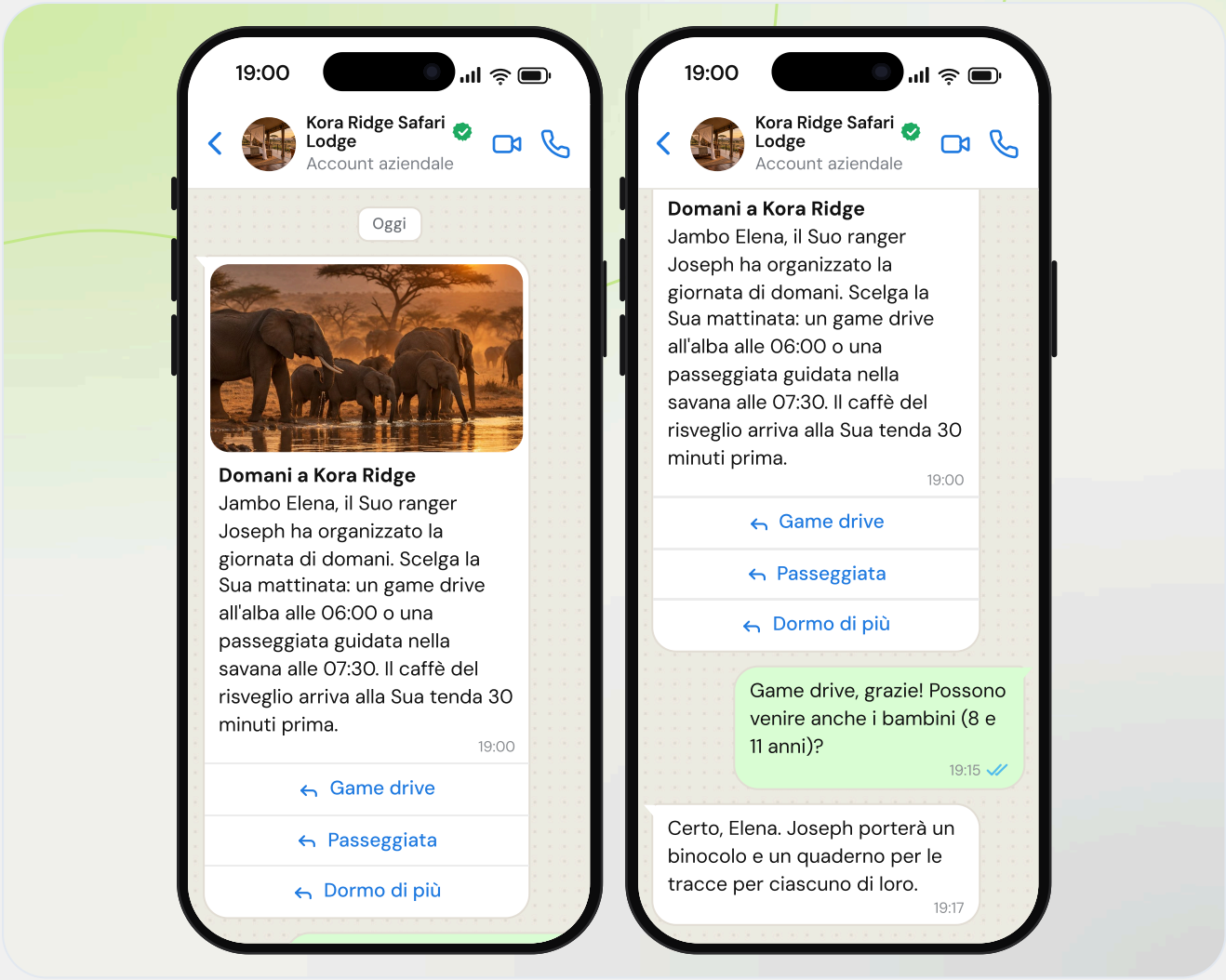
MODELLO

```
*Questo weekend al THE VOLT*
Salve {{1}}, ecco chi suona sul rooftop: {{2}}.
Si apre alle {{3}} e gli ospiti dell'hotel
saltano la coda con la chiave della camera.
```

VARIABILI

- `{{1}}` nome dell'ospite
- `{{2}}` line-up, una riga per serata
- `{{3}}` orario di apertura

CONSIGLIO Limiti la line-up a due righe e lasci i dettagli al pulsante; la invii solo agli ospiti in casa e ai residenti che hanno dato il consenso.



Modello 22 UTILITÀ **Sera dell'arrivo, 19:00**

Prenotazione delle attività in safari

Kora Ridge Safari Lodge · Safari lodge, Kenya

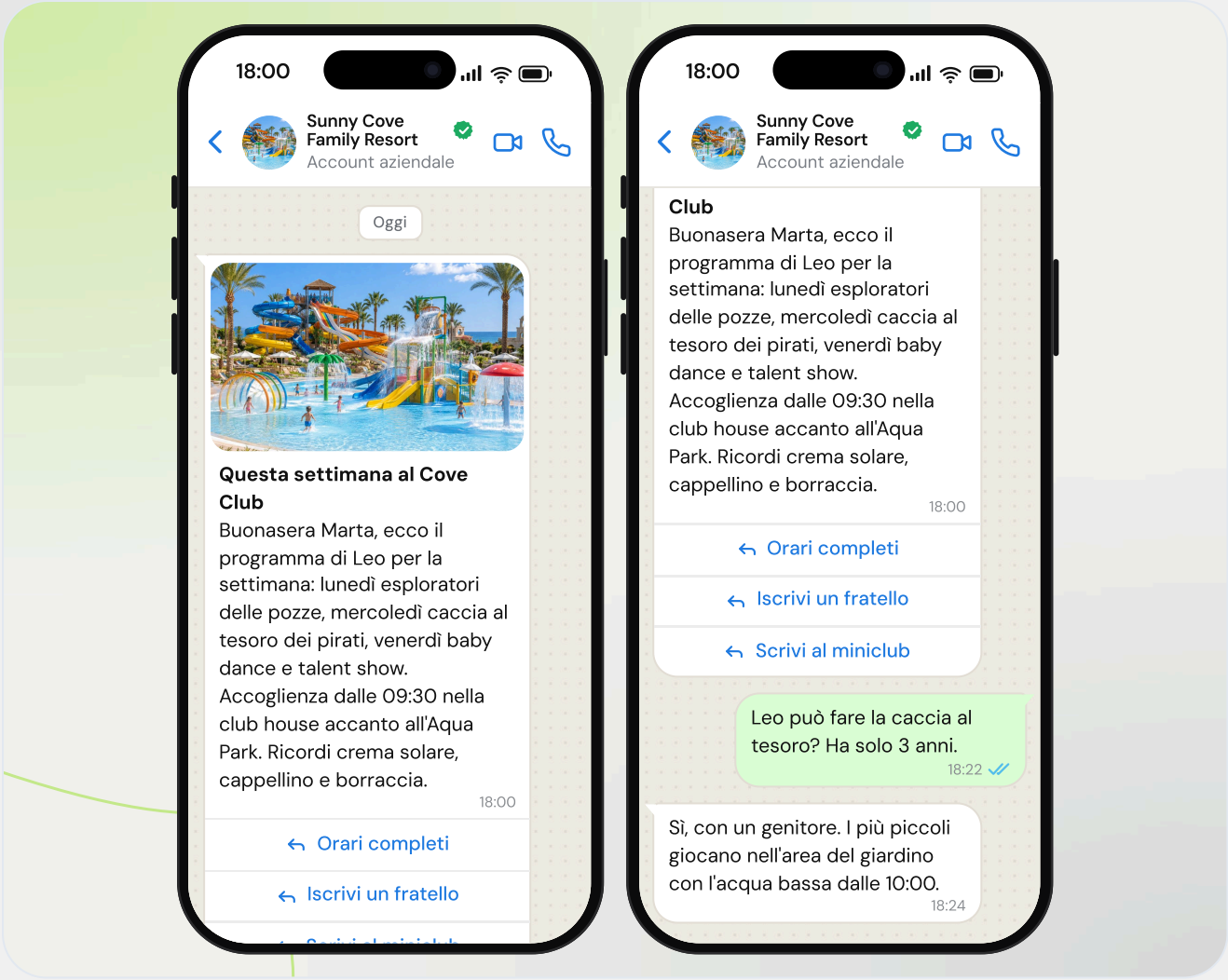
MODELLO

```
*Domani a Kora Ridge*
Jambo {{1}}, il Suo ranger {{2}} ha organizzato la giornata di domani. Scelga la Sua mattinata: un game drive all'alba alle {{3}} o una passeggiata guidata nella savana alle {{4}}. Il caffè del risveglio arriva alla Sua tenda 30 minuti prima.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} nome del ranger
- {{3}} orario del game drive
- {{4}} orario della passeggiata

CONSIGLIO Le attività incluse nella prenotazione possono andare come utilità; aggiunga un volo in mongolfiera a pagamento e il modello diventa marketing.



Modello 23 · UTILITÀ · Domenica sera, dopo l'iscrizione

Programma del miniclub

Sunny Cove Family Resort · Resort per famiglie, Algarve

MODELLO

```
*Questa settimana al Cove Club*
Buonasera {{1}}, ecco il programma di {{2}} per la settimana: {{3}}. Accoglienza dalle {{4}} nella club house accanto all'Aqua Park. Ricordi crema solare, cappellino e borraccia.
```

VARIABILI

- {{1}} nome del genitore
- {{2}} nome del bambino
- {{3}} tre momenti clou della settimana
- {{4}} orario di accoglienza

CONSIGLIO Nomini il bambino, non solo il genitore; collega il messaggio all'iscrizione ed è il dettaglio che le famiglie ricordano.

07

CAPITOLO 7

Post-soggiorno, fidelizzazione e campagne

Sette modelli per il dopo partenza, dalla fattura e dalla recensione ai messaggi che riportano gli ospiti la stagione successiva.

7 modelli
Modello 24 a 30



CONSIGLIO

Limiti marketing e revoche

Meta limita quanti modelli marketing una persona riceve dalle aziende, e alcuni invii vengono trattenuti finché l'ospite non risponde. Dia a ogni campagna un modo visibile per fermare le offerte, lo rispetti subito e invii a chi ha dato il consenso, non a tutti gli ex ospiti.



Modello 24 · UTILITÀ · 30 min dopo il check-out

Check-out e fattura

Grand Hotel Wilhelmina · Grand hotel storico, Vienna

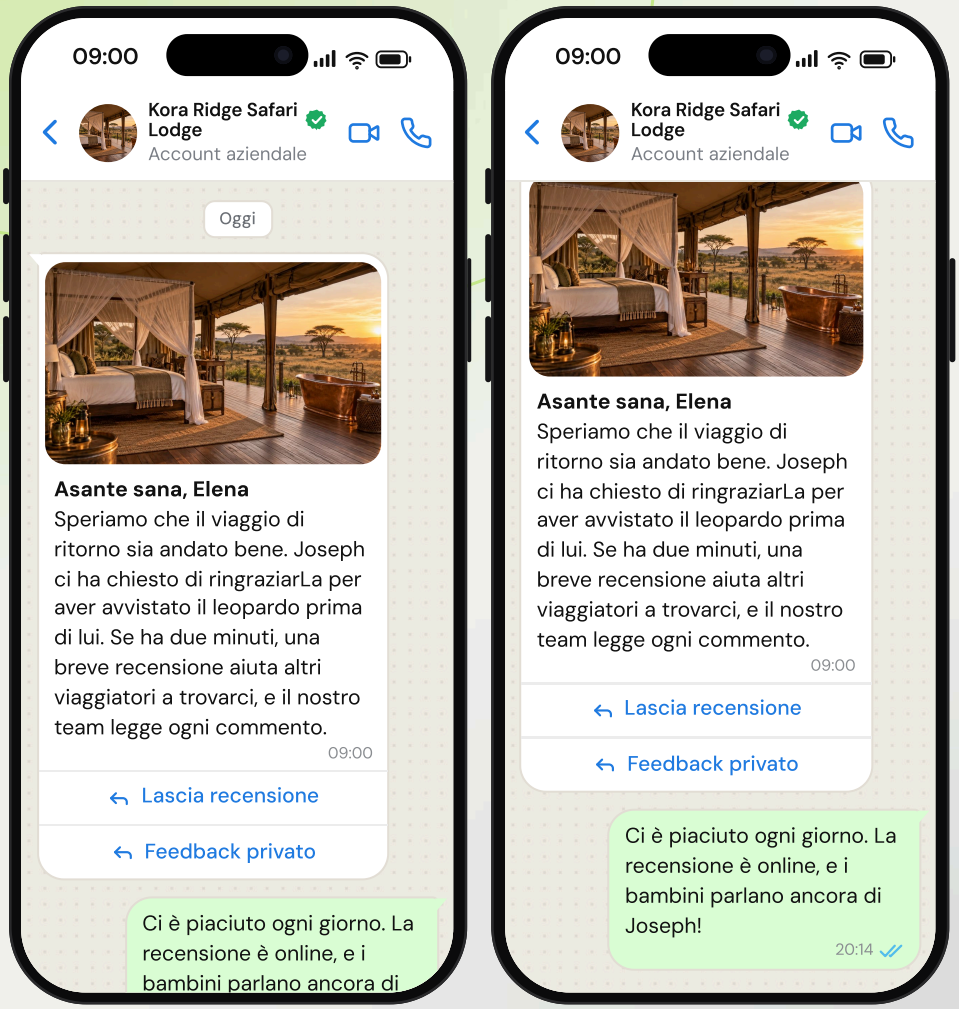
MODELLO

```
*Grazie per aver soggiornato da noi*
Gentile {{1}}, il conto della camera {{2}} è saldato e in allegato trova la fattura n. {{3}}. Se Le serve una ragione sociale o un altro indirizzo di fatturazione, risponda qui e la riemettiamo.
```

VARIABILI

- {{1}} titolo e cognome dell'ospite
- {{2}} numero di camera
- {{3}} numero della fattura

CONSIGLIO Usi un'intestazione di tipo documento per il PDF; la chat diventa così il canale per le correzioni al posto del telefono del front office.



Modello 25 **UTILITÀ** **2 giorni dopo la partenza**

Richiesta di recensione

Kora Ridge Safari Lodge · Safari lodge, Kenya

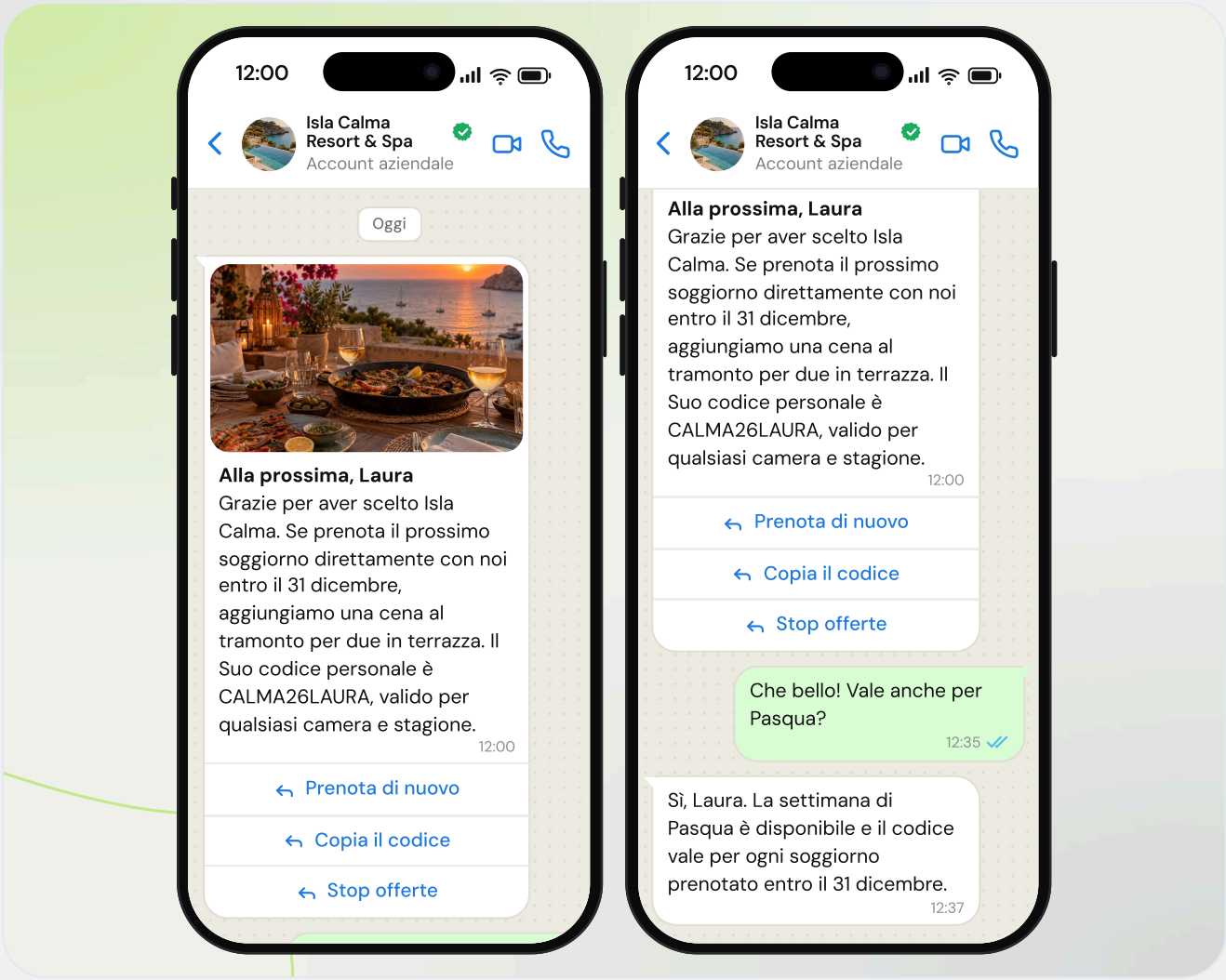
MODELLO

```
*Asante sana, {{1}}*
Speriamo che il viaggio di ritorno sia andato bene. {{2}} ci ha chiesto di ringraziarLa per {{3}}. Se ha due minuti, una breve recensione aiuta altri viaggiatori a trovarci, e il nostro team legge ogni commento.
```

VARIABILI

- `{{1}}` nome dell'ospite
- `{{2}}` nome del ranger o dell'host
- `{{3}}` un momento del soggiorno

CONSIGLIO Un momento reale del soggiorno fa leggere il messaggio come un ringraziamento, non come un sondaggio; lo invii a ogni ospite, non solo a quelli soddisfatti.



Modello 26 MARKETING **7 giorni dopo la partenza**

Ringraziamento con offerta di riprenotazione diretta

Isla Calma Resort & Spa · Resort sul mare, Maiorca

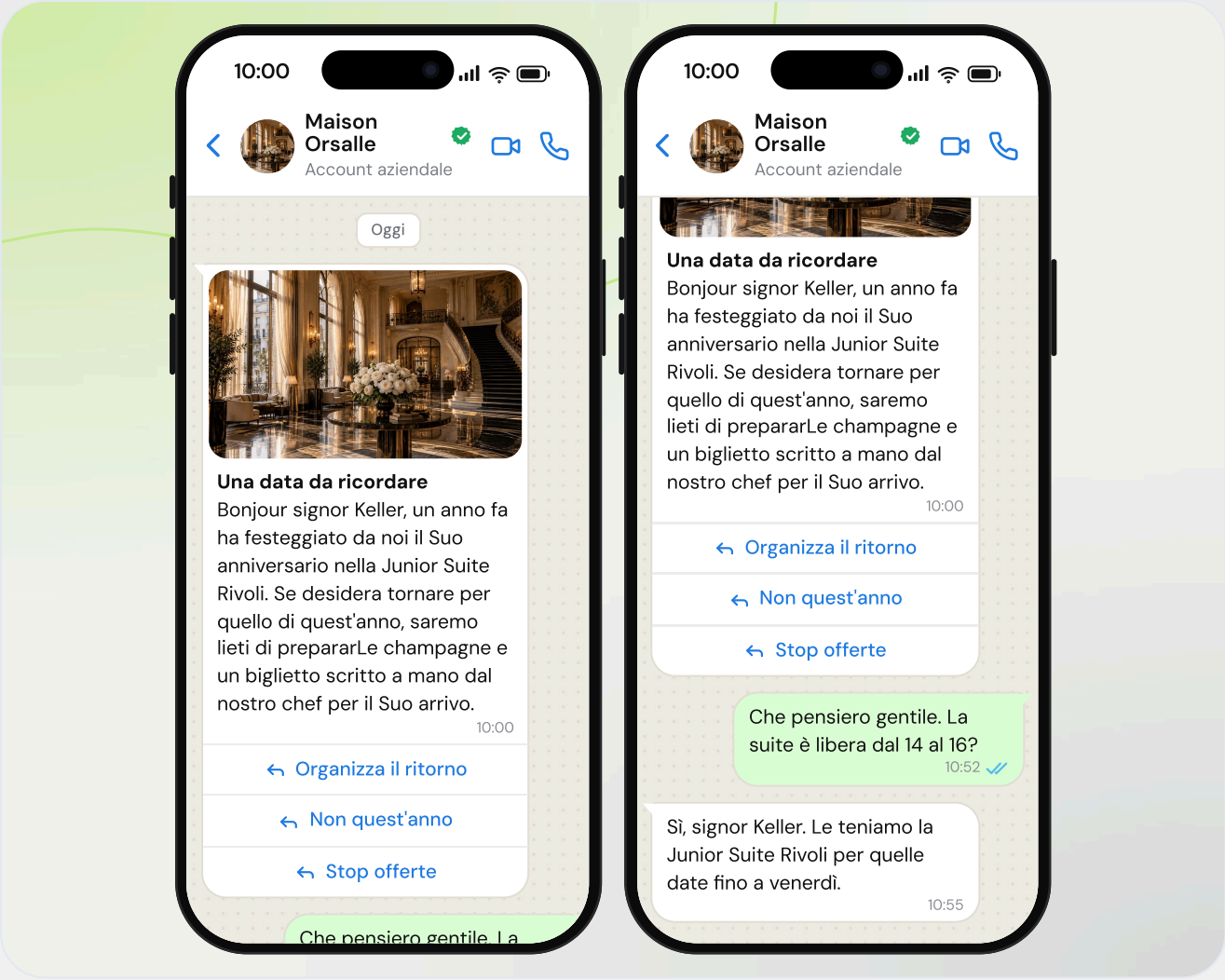
MODELLO

```
*Alla prossima, {{1}}*
Grazie per aver scelto Isla Calma. Se prenota il prossimo soggiorno direttamente con noi entro il {{2}}, aggiungiamo {{3}}. Il Suo codice personale è {{4}}, valido per qualsiasi camera e stagione.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} scadenza per prenotare
- {{3}} servizio aggiuntivo
- {{4}} codice di prenotazione personale

CONSIGLIO Aggiunga qualcosa al soggiorno invece di tagliare la tariffa; premia la prenotazione diretta senza scendere sotto i prezzi pubblicati.



Modello 27 · MARKETING · 10 giorni prima della ricorrenza

Anniversario

Maison Orsalle · Palace hotel di lusso, Parigi

MODELLO

```
*Una data da ricordare*
Bonjour {{1}}, un anno fa ha festeggiato da noi il Suo anniversario nella {{2}}. Se desidera tornare per quello di quest'anno, saremo lieti di prepararLe {{3}} per il Suo arrivo.
```

VARIABILI

- {{1}} titolo e cognome dell'ospite
- {{2}} camera o suite dell'ultimo soggiorno
- {{3}} omaggio di benvenuto

CONSIGLIO Usi solo date che l'ospite le ha comunicato, come un'occasione annotata in una prenotazione passata, e si assicuri che il consenso le copra.



Modello 28 MARKETING 11 mesi dopo l'ultimo soggiorno

Riconquista dopo 11 mesi

Sunny Cove Family Resort · Resort per famiglie, Algarve

MODELLO

```
*Il Cove sente la Sua mancanza, {{1}}*
L'anno scorso in questo periodo {{2}} stava
{{3}}. Le Sue date dell'anno scorso, {{4}},
sono di nuovo disponibili quest'estate, e le
famiglie che tornano ricevono {{5}}. Vuole che
le verifichiamo per Lei?
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} nome del bambino
- {{3}} un ricordo del soggiorno
- {{4}} date dell'anno scorso
- {{5}} vantaggio per chi ritorna

CONSIGLIO Undici mesi cadono poco prima che la maggior parte delle famiglie riprenoti la stessa vacanza; parta da ciò che hanno vissuto, non da uno sconto.



Modello 29 MARKETING **6 settimane prima dell'apertura**

Apertura della stagione invernale

Alpenglüh · Chalet hotel, Tirolo

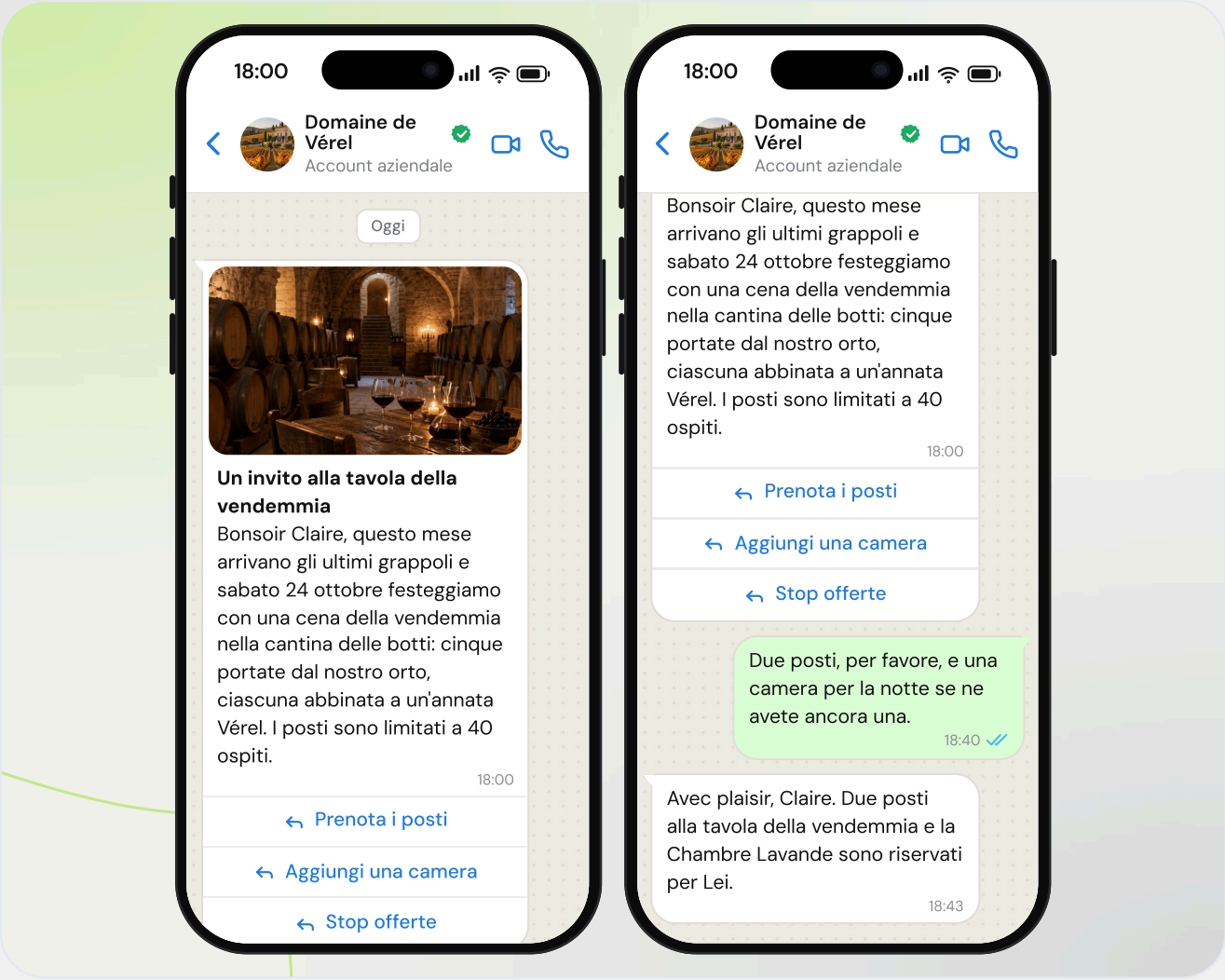
MODELLO

```
*L'inverno torna all'Alpenglüh*
Grüß Gott {{1}}, il {{2}} aprono gli impianti e anche le nostre porte. {{3}} Fino al {{4}} le date invernali sono riservate a chi è già stato nostro ospite, come Lei.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} data di apertura
- {{3}} una riga sulle novità
- {{4}} data di apertura delle prenotazioni al pubblico

CONSIGLIO Scriva prima agli ex ospiti con un vantaggio reale, come l'accesso anticipato, così la campagna premia la fedeltà invece di aggiungere rumore.



Modello 30 MARKETING **3 settimane prima della cena**

Invito alla cena della vendemmia

Domaine de Vérel · Tenuta vinicola, Luberon

MODELLO

```
*Un invito alla tavola della vendemmia*
Bonsoir {{1}}, questo mese arrivano gli ultimi
grappoli e il {{2}} festeggiamo con una cena
della vendemmia nella {{3}}: {{4}}. I posti
sono limitati a {{5}} ospiti.
```

VARIABILI

- {{1}} nome dell'ospite
- {{2}} data della cena
- {{3}} luogo nella tenuta
- {{4}} una riga sul menu
- {{5}} numero di posti

CONSIGLIO Indichi una sola volta un limite di posti reale e lasci lavorare l'invito; la policy di Meta esclude le tattiche di pressione.

CAPITOLO 8

Come ottenere i risultati migliori

Un modello approvato è solo l'inizio. I risultati dipendono da tempistica, pertinenza e da un canale che resta in regola con Meta, e dal rispondere quando l'ospite scrive.

Sei abitudini degli hotel che usano bene WhatsApp

1. **Segua la giornata dell'ospite**
   Invii nell'ora locale dell'ospite, idealmente tra tarda mattinata e primo pomeriggio, e mai di notte. Leghi ogni messaggio al soggiorno, non al calendario delle campagne: le indicazioni la mattina dell'arrivo, l'offerta di late check-out la sera prima della partenza. Per il marketing, si limiti a circa un messaggio ogni una o due settimane per ospite.

2. **Personalizzi oltre il nome**
   Usi ciò che sa: data di arrivo, tipo di camera, numero di notti, chi viaggia con l'ospite, il motivo del viaggio. Invii l'offerta spa alla coppia che resta tre notti e la colazione da asporto all'ospite con il volo delle 06:00. Un messaggio che potrebbe andare a tutti sembra spam, e gli ospiti lo segnalano come spam.

3. **Un solo pulsante chiaro**
   Metta il valore nella prima riga, perché è l'anteprima nell'elenco delle chat. Poi offra una o due risposte rapide ('Prenota un tavolo', 'Non questa volta') o un solo link. Ogni tocco su una risposta rapida apre la finestra di 24 ore, così il suo team o la sua IA può proseguire la conversazione.

4. **Scriva nella lingua dell'ospite**
   Invii ogni modello nelle lingue che i suoi ospiti parlano davvero e usi la versione che corrisponde alla lingua della prenotazione. Scriva da madrelingua invece di tradurre parola per parola: un ospite italiano si aspetta il 'Lei', un ospite tedesco il 'Sie', uno austriaco 'Jänner' invece di 'Januar'.

5. **Misuri cosa succede dopo**
   Le aperture dicono poco. Monitori risposte, tocchi sui pulsanti, clic sui link con parametri UTM e cosa è stato prenotato dopo. Controlli i report di consegna per i messaggi non riusciti e i codici di errore di Meta, e ritiri i modelli che le persone ignorano.

6. **Eviti i blocchi**
   Invii solo agli ospiti che hanno dato il consenso, tenga le offerte fuori dai modelli di utilità e fermi una campagna appena cala la qualità di un modello. Non compri né importi mai elenchi di numeri per un primo invio di massa, e non invii mai lo stesso modello marketing a tutto il database a scadenza fissa.

I limiti di Meta in sintesi

Regola	Come funziona	Cosa fare
Limite di messaggistica	I nuovi portafogli possono raggiungere 250 persone al giorno fuori dalla finestra; 2.000 dopo la verifica dell'azienda, poi 10.000, 100.000 e illimitato	Verifichi presto l'azienda; i limiti salgono da soli finché la qualità è alta
Limite marketing per ospite	Meta limita quanti modelli marketing una persona riceve da tutte le aziende, in base al suo coinvolgimento	Con l'errore 131049 attenda almeno 24 ore; non reinvii più volte
Qualità del modello	Valutata alta, media o bassa in base a blocchi, segnalazioni e tassi di lettura	Con qualità bassa il modello viene sospeso per 3, poi per 6 ore, poi disattivato
Sanzioni sull'account	Spam ripetuto o modelli classificati male portano avvisi, poi blocchi	Legga ogni avviso; i blocchi vanno da 1 giorno al blocco dell'account
Numeri USA	Meta non consegna modelli marketing ai numeri USA +1	Invii solo messaggi di utilità agli ospiti statunitensi

Dove aiuta chatlyn

Inviare il modello giusto all'ospite giusto al momento giusto è un lavoro ripetitivo, e le risposte arrivano a qualsiasi ora. chatlyn è il primo AI-Native GRM: legge le prenotazioni dal PMS, riunisce prenotazioni, spesa e ogni conversazione in un'unica scheda ospite e usa quella scheda per inviare il percorso e rispondere all'ospite. L'IA non effettua mai una prenotazione da sola; quando un ospite accetta un'offerta, lo guida al suo booking engine o passa la conversazione al suo team, che se ne occupa.

Cosa fa chatlyn per i suoi modelli WhatsApp

Eventi PMS

Percorsi attivati dai dati di prenotazione

I modelli partono quando il PMS segnala una prenotazione, un arrivo, un check-in o check-out, la fine di un soggiorno o una cancellazione, compilati con date, camera e numero di prenotazione dell'ospite, nella lingua della prenotazione. La modalità test invia prima al suo numero.

Inbox

Un'unica inbox condivisa per le risposte

Le risposte arrivano in un'unica inbox che riunisce WhatsApp, email, webchat, Booking.com, Messenger e Instagram. Ogni conversazione ha un responsabile e note interne, e un badge mostra per quanto resta aperta la finestra di 24 ore; quando si chiude, l'editor propone i suoi modelli approvati.

IA

Risposte dell'IA nella finestra di servizio

Su WhatsApp l'IA risponde alle domande di routine nella lingua dell'ospite e con lo stile della sua struttura, solo sulla base delle sue informazioni: file e pagine del suo sito web. Passa la conversazione a una persona quando l'ospite lo chiede o quando non può aiutare.

Upselling

Offerte che l'ospite accetta con un tocco

I percorsi concatenano messaggi interattivi con pulsanti ed elenchi dopo un modello di apertura, e possono aggiungere a una lista per il follow-up l'ospite che tocca 'Sì, vorrei saperne di più'. I link tracciati mostrano su quali passaggi cliccano gli ospiti.

Modelli

Modelli che superano la revisione

Un controllo di conformità segnala testi troppo lunghi, pulsanti ed errori nelle variabili prima dell'invio. L'IA la aiuta a scrivere, migliorare e tradurre ogni modello, e ogni lingua viene inviata a Meta per l'approvazione.

Qualità

Recapito sotto controllo

Le impostazioni della inbox WhatsApp mostrano il suo limite di messaggistica e la valutazione della qualità, e il log di consegna elenca ogni invio con il suo stato e il motivo di errore di Meta quando non va a buon fine.

Inviare i modelli a mano o con chatlyn

INVIO MANUALE DEI MODELLI

- × Qualcuno estrae dal PMS gli arrivi di domani e copia nomi e date in ogni messaggio
- × I messaggi pre-arrivo partono quando il team ha tempo, e li ricevono anche gli ospiti che hanno cancellato
- × Le risposte arrivano su un solo telefono e nessuno sa se la finestra di 24 ore è ancora aperta
- × Le domande notturne aspettano il turno del mattino
- × Ogni ospite riceve la stessa offerta, qualunque sia il suo soggiorno
- × Un messaggio non consegnato si scopre quando l'ospite si lamenta

CON CHATLYN

- ✓ Gli eventi PMS compilano ogni modello dalla prenotazione e lo inviano nel momento impostato
- ✓ Una cancellazione ferma i messaggi in attesa per quella prenotazione
- ✓ Le risposte arrivano in un'unica inbox condivisa, con il badge della finestra in tempo reale e i modelli pronti da scegliere
- ✓ L'IA risponde alle domande di routine a ogni ora e passa il resto al suo team
- ✓ Segmenti dinamici come 'in arrivo oggi' o 'in partenza domani' permettono di inviare ogni offerta agli ospiti a cui si adatta
- ✓ Il log di consegna mostra ogni invio, il suo stato e il motivo di errore di Meta

> Con chatlyn abbiamo trasformato la comunicazione con gli ospiti in una fonte di ricavi per la nostra spa: tassi di apertura del 95% sulle campagne WhatsApp e l'86% delle richieste gestite senza l'intervento del personale.

Bernhard Sänger, direttore operativo, Spa Resort Geinberg [tradotto]

chatlyn

Dal modello alla conversazione

Un modello apre la finestra; nella conversazione l'ospite prenota il tavolo, chiede della spa o accenna all'anniversario. chatlyn conserva quella conversazione nella scheda dell'ospite, così il messaggio successivo, e il soggiorno successivo, partono da ciò che l'ospite le ha già detto.

FONTI

Fonti

1 360dialog: WhatsApp template elements and limits
https://docs.360dialog.com/docs/resources/templates/template-elements

2 Meta for Developers: template category guidelines
https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/updates-to-pricing/new-template-guidelines

3 WhatsApp Business Messaging Policy
https://whatsappbusiness.com/policy/

4 Clickatell: per-user marketing template limits
https://clickatell.com/help-center/whatsapp/message-templates/what-are-per-user-marketing-template-limits

5 Google: prohibited and restricted content (reviews)
https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114

6 Meta for Developers: Pricing on the WhatsApp Business Platform (updated 30 Sep 2026)
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing

7 Meta for Developers: Upcoming pricing updates for Meta Business Agent, service and utility messages
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing/non-template-messages

8 Meta for Developers: Template categorization
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-categorization

9 Meta for Developers: Templates overview
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/overview

10 Meta for Developers: Template components
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/components

11 Meta for Developers: Template review
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-review/

12 Meta for Developers: Template quality rating
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-quality/

13 Meta for Developers: Template pausing
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-pausing/

14 Meta for Developers: Messaging limits
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/messaging-limits/

15 Meta for Developers: Per-user marketing template limits
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/marketing-templates/per-user-limits/

16 Meta for Developers: Get opt-in for WhatsApp
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/getting-opt-in/

17 Meta for Developers: Policy enforcement
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/policy-enforcement/

18 Meta for Developers: Media (supported sizes)
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/business-phone-numbers/media/

19 Meta for Developers: Local storage
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/local-storage/

20 WhatsApp Business Messaging Policy
https://business.whatsapp.com/policy

21 WhatsApp Business Data Processing Terms
https://www.whatsapp.com/legal/business-data-processing-terms

22 WhatsApp Business Data Transfer Addendum
https://www.whatsapp.com/legal/business-data-transfer-addendum

23 Regulation (EU) 2016/679 (GDPR)
https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj

24 § 7 UWG (Germany), Unzumutbare Belästigungen
https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/__7.html

25 § 174 TKG 2021 (Austria), Unerbetene Nachrichten
https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20011678&Paragraf=174

26 TechCrunch: WhatsApp now has more than 3 billion monthly users (May 2025)
https://techcrunch.com/?p=3001817

27 Bundesnetzagentur: consumer survey on online communication services (10 Nov 2023)
https://bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2023/20231110_VerbraucherOnlineKomm.html

28 WhatsApp Business / Kantar: State of Business Messaging 2025
https://whatsappbusiness.com/resources/resource-library/state-of-business-messaging/

29 eviivo: survey on guest communication preferences (21 Nov 2025)
https://eviivo.com/blog/eviivo-survey-communication-preferences/

30 chatlyn case study: Hotel Enzian Obertauern
https://chatlyn.com/it/casi-studio/enzian-obertauern/

31 chatlyn case study: IMLAUER Group
https://chatlyn.com/it/casi-studio/imlauer-group/

32 Meta for Developers: WhatsApp template review
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/templates/template-review

33 Meta for Developers: Sending messages and the customer service window
https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/messages/send-messages

34 Twilio: WhatsApp message template approvals and statuses
https://twilio.com/docs/whatsapp/tutorial/message-template-approvals-statuses

chatlyn

IL PROSSIMO PASSO

Scopra il percorso dell'ospite su WhatsApp

In una breve demo colleghiamo il suo PMS e le mostriamo i messaggi che i suoi ospiti riceverebbero prima, durante e dopo il soggiorno, inviati al momento giusto e con una risposta pronta quando scrivono.

- Modelli pre-arrivo, del giorno d'arrivo e post-soggiorno attivati dagli eventi di prenotazione del suo PMS
- L'IA che risponde agli ospiti partendo dalle sue informazioni, con il suo team sempre a disposizione
- Un'unica scheda ospite con prenotazioni, spesa e ogni conversazione

Prenoti una demo

chatlyn.com