

+25% de ingresos incrementales en metabuscadores: el caso de ATELIER de Hoteles. Cómo los usuarios pasaron de la inspiración a la reserva

ATELIER de Hoteles

Este caso de éxito, protagonizado por ATELIER de Hoteles -cadena hotelera mexicana reconocida por sus innovadores resorts y su concepto de «hospitalidad artesanal», ilustra perfectamente el potencial de estas campañas. Con una inversión estratégica y un claro enfoque en la incrementalidad y la optimización, el objetivo era atraer a nuevos usuarios que no conocían la marca e impulsar sus ingresos directos.

 www.atelierdehoteles.com

Paula Cortés

Digital Marketing Manager Latam en MIRAI

“Hay tres elementos clave en esta historia de éxito: la estrategia de Mirai, la optimización de Koddi y la proyección de crecimiento de ATELIER de Hoteles. El cliente entiende que el metabuscador no es solo un canal de ventas, sino también una oportunidad de visibilidad. Se enfocaron en generar nueva demanda con un coste por adquisición (CPA) altamente rentable, y los resultados hablan por sí solos”

 www.mirai.com

Diego Del Vecchio

Chief Marketing Officer en ATELIER DE HOTELES

“La estrategia de Mirai y las pujas ajustadas al detalle de Koddi mantuvieron nuestras campañas patrocinadas activas y brillando todo el año, atrayendo a viajeros que nunca habían oído hablar de la marca ATELIER de Hoteles, dándoles la bienvenida con nuestra «hospitalidad artesanal» y ventajas exclusivas por reservar directamente, y devolviendo más de diez dólares por cada dólar invertido. Generamos una demanda completamente nueva, haciendo que el descubrimiento dejara de ser casual y pasara a sentirse inevitable”

¿Es posible captar nueva demanda y transformarla en rentabilidad directa? ATELIER de Hoteles, en colaboración estratégica con Mirai y nuestro partner Koddi, ha demostrado que sí. Durante un análisis de siete meses (de octubre a mayo), su implementación de campañas Sponsored en Google y Tripadvisor generó un impresionante aumento del 25% en las reservas e ingresos del canal de metabuscadores, fortaleciendo de manera decisiva la visibilidad de la marca.

EL RETO

El objetivo de ATELIER de Hoteles era claro: **descubrir el verdadero valor incremental de los anuncios patrocinados en Google’s Travel Promotion Ads (TPA) y Tripadvisor Sponsored Placements (SP)**, más allá de lo que ya ofrecían las campañas estándar de metasearch. Los objetivos clave incluían:

- Llegar a los viajeros en una etapa más temprana del funnel o embudo de reservas.
- Atraer a usuarios que aún no conocían la marca.
- Generar clics, reservas e ingresos incrementales.
- Mantener la rentabilidad.

Se destinó un presupuesto específico para esta prueba para aislar y medir la contribución única de estas ubicaciones en la parte superior del funnel o embudo.

EL ENFOQUE

La prueba se ejecutó simultáneamente en Google TPA y Tripadvisor SP, permitiendo ambas que las propiedades de ATELIER de Hoteles obtuvieran una mayor visibilidad en las búsquedas específicas de destinos, llegando a los viajeros indecisos de forma eficaz y en el momento adecuado.

Estas campañas patrocinadas no reemplazaron la actividad estándar de metasearch, sino que funcionaron en paralelo, lo que garantizó que cualquier mejora observada en el rendimiento pudiera atribuirse directamente al impacto incremental de las ubicaciones patrocinadas.

El rendimiento **se evaluó comparándolo con las métricas de metasearch de referencia durante el mismo período**, lo que demostró claramente el valor añadido que estas campañas aportaron en impresiones, clics, reservas, ingresos y ROAS.

RESULTADOS

Durante los siete meses de campaña, los anuncios patrocinados de ATELIER de Hoteles en ambas plataformas obtuvieron un fuerte rendimiento y un claro valor incremental:

IMPRESIONES TOTALES

+171%

Aumento en las impresiones con respecto al ya sólido punto de referencia previo a la prueba. Amplió el alcance a nuevas audiencias en la parte superior del embudo sin comprometer la eficiencia

CLICS

+30%

Aumento en el tráfico de metabuscadores a través de Google PPA y Tripadvisor SP, demostrando que una mayor visibilidad se traduce directamente en un nuevo compromiso en la parte alta del embudo de conversión

RESERVAS

+25%

Aumento en las reservas directas desde metabuscadores, con los anuncios patrocinados. Logrando convertir a usuarios que, de otro modo, no habrían descubierto ni considerado la marca

ROAS PROMEDIO

+10,54%

Ambas campañas fueron excepcionalmente rentables, con retornos muy por encima de los promedios del mercado y demostrando una eficiencia notable en el gasto