

ATELIER de Hoteles

Aquest cas d'èxit, protagonitzat per ATELIER de Hoteles –cadena hotelera mexicana reconeguda pels seus resorts innovadors i el seu concepte d'«hospitalitat artesanal»–, il·lustra perfectament el potencial d'aquestes campanyes. Amb una inversió estratègica i un enfocament clar en la incrementalitat i l'optimització, l'objectiu era atreure nous usuaris que no coneixien la marca i impulsar els seus ingressos directes.

 www.atelierdehoteles.com

Paula Cortés

Digital Marketing Manager
Latam MIRAI

“Hi ha tres elements clau en aquesta història d'èxit: l'estratègia de Mirai, l'optimització de Koddi i la projecció de creixement d'ATELIER de Hoteles. El client entén que el metacercador no és només un canal de vendes, sinó també una oportunitat de visibilitat. Es van enfocar en generar nova demanda amb un cost per adquisició (CPA) altament rendible, i els resultats parlen per si sols”

 www.mirai.com

Diego Del Vecchio

Chief Marketing Officer
ATELIER DE HOTELES

“L'estratègia de Mirai i les apostes ajustades al detall de Koddi van mantenir les nostres campanyes patrocinades actives i brillants tot l'any, atraient viatgers que mai havien sentit a parlar de la marca ATELIER de Hoteles, donant-los la benvinguda amb la nostra «hospitalitat artesanal» i avantatges exclusius per reservar directament, i retornant més de deu dòlars per cada dòlar invertit. Vam generar una demanda completament nova, fent que el descobriment deixés de ser casual i passés a sentir-se inevitable”

CAS D'ÈXIT

+25% d'ingressos incrementals en metacercadors: el cas d'ATELIER de Hoteles. Com els usuaris van passar de la inspiració a la reserva

És possible captar nova demanda i transformar-la en rendibilitat directa? ATELIER de Hoteles, en col·laboració estratègica amb Mirai i el nostre partner Koddi, ha demostrat que sí. Durant una anàlisi de set mesos (d'octubre a maig), la seva implementació de campanyes Sponsored a Google i Tripadvisor va generar un impressionant augment del 25% en les reserves i ingressos del canal de metacercadors, enfortint de manera decisiva la visibilitat de la marca.

EL REPTE

L'objectiu d'ATELIER de Hoteles era clar: **descobrir el veritable valor incremental dels anuncis patrocinats a Google's Travel Promotion Ads (TPA) i Tripadvisor Sponsored Placements (SP)**, més enllà del que ja oferien les campanyes estàndard de metasearch. Els objectius clau incloïen:

- Arribar als viatgers en una etapa més primerenca del funnel o embut de reserves.
- Atreure usuaris que encara no coneixien la marca.
- Generar clics, reserves i ingressos incrementals.
- Mantenir la rendibilitat.

Es va destinar un pressupost específic per a aquesta prova per tal d'aïllar i mesurar la contribució única d'aquestes ubicacions a la part superior del funnel.

L'ENFOCAMENT

La prova es va executar simultàniament a Google TPA i Tripadvisor SP, cosa que permet a les propietats d'ATELIER de Hoteles obtenir una major visibilitat en les cerques específiques per destinació, arribant als viatgers indecisos de manera eficaç i en el moment adequat.

Aquestes campanyes patrocinades no van reemplaçar l'activitat estàndard de metasearch, sinó que van funcionar en paral·lel, cosa que va garantir que qualsevol millora observada en el rendiment pogués atribuir-se directament a l'impacte incremental de les ubicacions patrocinades.

El rendiment es va **avaluar comparant-lo amb les mètriques de metasearch de referència durant el mateix període**, cosa que va demostrar clarament el valor afegit que aquestes campanyes aportaven en impressions, clics, reserves, ingressos i ROAS.

RESULTATS

Durant els set mesos de campanya, els anuncis patrocinats d'ATELIER de Hoteles en ambdues plataformes van obtenir un fort rendiment i un valor incremental clar:

IMPRESSIONS TOTALS

+171%

Augment en les impressions respecte al ja sòlid punt de referència previ a la prova, ampliant l'abast a noves audiències a la part superior de l'embut sense comprometre l'eficiència

CLICS

+30%

Augment en el trànsit des de metacercadors a través de Google PPA i Tripadvisor SP, demostrant que una major visibilitat es tradueix directament en un nou compromís a la part alta del funnel de conversió

RESERVES

+25%

Augment en les reserves directes des de metacercadors, aconseguint convertir usuaris que, d'una altra manera, no haurien descobert ni considerat la marca

ROAS MITJÀ

+10,54%

Ambdues campanyes van ser excepcionalment rendibles, amb retorns molt per sobre de les mitjanes del mercat i demostrant una eficiència notable en la despesa