

ATELIER de Hoteles

Ce cas de réussite, mené par ATELIER de Hoteles – chaîne hôtelière mexicaine reconnue pour ses resorts innovants et son concept « d'hospitalité artisanale » –, illustre parfaitement le potentiel de ce type de campagnes. Avec un investissement stratégique et un objectif clair d'incrémentalité et d'optimisation, l'objectif était d'attirer de nouveaux utilisateurs qui ne connaissaient pas encore la marque et de stimuler leurs revenus directs.

 www.ATELIERdehoteles.com

Paula Cortés

Digital Marketing Manager
Latam MIRAI

« Il y a trois éléments clés dans cette histoire à succès : la stratégie de Mirai, l'optimisation de Koddi et la projection de croissance d'ATELIER de Hoteles. Le client comprend que le métamoteur n'est pas seulement un canal de vente, mais aussi une opportunité de visibilité. Ils se sont concentrés sur la génération de nouvelle demande avec un coût par acquisition (CPA) hautement rentable, et les résultats parlent d'eux-mêmes »

 www.mirai.com

Diego Del Vecchio

Chief Marketing Officer
ATELIER DE HOTELES

« La stratégie de Mirai et les enchères minutieusement ajustées de Koddi ont permis à nos campagnes sponsorisées de rester actives et performantes toute l'année, attirant des voyageurs qui n'avaient jamais entendu parler de la marque ATELIER de Hoteles, les accueillant avec notre "hospitalité artisanale" et des avantages exclusifs à la réservation directe, tout en rapportant plus de dix dollars pour chaque dollar investi. Nous avons généré une demande entièrement nouvelle, rendant la découverte inévitable »

SUCCESS STORY

+25 % de revenus incrémentaux sur les métamoteurs : le cas d'ATELIER de Hoteles. Comment les utilisateurs sont passés de l'inspiration à la réservation

Est-il possible de capter une nouvelle demande et de la transformer en rentabilité directe ? ATELIER de Hoteles, en collaboration stratégique avec Mirai et notre partenaire Koddi, a démontré que oui. Pendant une période d'analyse de sept mois (d'octobre à mai), la mise en œuvre de campagnes Sponsored sur Google et Tripadvisor a généré une augmentation impressionnante de 25 % des réservations et des revenus via le canal des métamoteurs, renforçant de manière décisive la visibilité de la marque.

LE DÉFI

L'objectif d'ATELIER de Hoteles était clair : **découvrir la véritable valeur incrémentale des annonces sponsorisées sur Google's Travel Promotion Ads (TPA) et Tripadvisor Sponsored Placements (SP)**, au-delà de ce que proposent déjà les campagnes standard de metasearch. Les objectifs clés incluaient :

- Atteindre les voyageurs à un stade plus précoce de l'entonnoir de réservation.
- Attirer des utilisateurs qui ne connaissaient pas encore la marque.
- Générer des clics, des réservations et des revenus incrémentaux.
- Maintenir la rentabilité.

Un budget spécifique a été alloué à ce test afin d'isoler et de mesurer la contribution unique de ces emplacements en haut de l'entonnoir.

L'APPROCHE

Le test a été mené simultanément sur Google TPA et Tripadvisor SP, permettant aux établissements d'ATELIER de Hoteles d'obtenir une visibilité accrue lors des recherches spécifiques par destination, atteignant efficacement les voyageurs indécis au bon moment.

Ces campagnes sponsorisées n'ont pas remplacé l'activité standard en metasearch, mais ont fonctionné en parallèle, ce qui a permis d'attribuer directement toute amélioration de performance à l'impact incrémental des emplacements sponsorisés.

Les performances ont été **évaluées en comparaison avec les indicateurs de référence metasearch pendant la même période**, montrant clairement la valeur ajoutée de ces campagnes en impressions, clics, réservations, revenus et ROAS.

RÉSULTATS

Pendant les sept mois de campagne, les annonces sponsorisées d'ATELIER de Hoteles sur les deux plateformes ont généré une performance solide et une valeur incrémentale claire :

IMPRESSIONS TOTALES

+171%

Augmentation des impressions par rapport à la référence déjà solide avant le test, étendant la portée vers de nouveaux publics en haut de l'entonnoir sans compromettre l'efficacité

CLICS

+30%

Augmentation du trafic via les métamoteurs grâce à Google PPA et Tripadvisor SP, démontrant qu'une visibilité accrue génère un engagement direct en haut de l'entonnoir de conversion

RÉSÉRVACTIONS

+25%

Augmentation des réservations directes via les métamoteurs, réussissant à convertir des utilisateurs qui, autrement, n'auraient pas découvert ou envisagé la marque

ROAS MOYEN

+10,54%

Les deux campagnes ont été exceptionnellement rentables, avec des retours largement supérieurs aux moyennes du marché et une efficacité remarquable dans les dépenses