

ATELIER de Hoteles

Este caso de sucesso, protagonizado pela ATELIER de Hoteles -cadeia hoteleira mexicana reconhecida pelos seus resorts inovadores e pelo conceito de "hospitalidade artesanal"-, ilustra perfeitamente o potencial destas campanhas. Com um investimento estratégico e um claro foco na incrementação e otimização, o objetivo foi atrair novos utilizadores que ainda não conheciam a marca e impulsionar as suas receitas diretas.

 www.atelierdehoteles.com

Paula Cortés

Digital Marketing Manager
Latam MIRAI

"Há três elementos-chave nesta história de sucesso: a estratégia da Mirai, a optimização da Koddí e a projeção de crescimento da ATELIER de Hoteles. O cliente entende que o metabuscador não é apenas um canal de vendas, mas também uma oportunidade de visibilidade. Focaram-se em gerar nova procura com um custo por aquisição (CPA) altamente rentável, e os resultados falam por si"

 www.mirai.com

Diego Del Vecchio

Chief Marketing Officer
ATELIER DE HÓTELES

"A estratégia da Mirai e os lances ajustados com detalhe pela Koddí mantiveram as nossas campanhas patrocinadas ativas e em evidência ao longo do ano, atraindo viajantes que nunca tinham ouvido falar da marca ATELIER de Hoteles, recebendo-os com a nossa "hospitalidade artesanal" e vantagens exclusivas por reservar diretamente, e devolvendo mais de dez dólares por cada dólar investido. Gerámos uma procura completamente nova, fazendo com que a descoberta deixasse de ser ocasional e se tornasse inevitável"

CASO DE SUCESSO

+25 % de receitas incrementais em metabuscadores: o caso da ATELIER de Hoteles. Como os utilizadores passaram da inspiração à reserva

É possível captar nova procura e transformá-la em rentabilidade direta? A ATELIER de Hoteles, em colaboração estratégica com a Mirai e o nosso parceiro Koddí, demonstrou que sim. Durante uma análise de sete meses (de Outubro a Maio), a implementação de campanhas Sponsored na Google e na Tripadvisor gerou um impressionante aumento de 25 % nas reservas e receitas no canal de metabuscadores, fortalecendo de forma decisiva a visibilidade da marca

O DESAFIO

O objetivo da ATELIER de Hoteles era claro: **descobrir o verdadeiro valor incremental dos anúncios patrocinados nos Google Travel Promotion Ads (TPA) e Tripadvisor Sponsored Placements (SP)**, para além do que já ofereciam as campanhas padrão de metasearch. Os objetivos-chave incluíam:

- Chegar aos viajantes numa fase mais precoce do funil de reservas.
- Atrair utilizadores que ainda não conheciam a marca.
- Gerar cliques, reservas e receitas incrementais.
- Manter a rentabilidade.

Foi definido um orçamento específico para este teste, de modo a isolar e medir a contribuição única destas posições no topo do funil.

O ENFOQUE

O teste foi executado simultaneamente no Google TPA e no Tripadvisor SP, permitindo que as propriedades da ATELIER de Hoteles obtivessem maior visibilidade em pesquisas específicas de destinos, alcançando eficazmente os viajantes indecisos no momento certo.

Estas campanhas patrocinadas não substituíram a atividade padrão de metasearch, mas funcionaram em paralelo, garantindo que qualquer melhoria observada no desempenho pudesse ser atribuída diretamente ao impacto incremental dos posicionamentos patrocinados.

O desempenho foi **avaliado em comparação com as métricas de metasearch de referência durante o mesmo período**, demonstrando claramente o valor acrescentado destas campanhas em impressões, cliques, reservas, receitas e ROAS.

RESULTADOS

Durante os sete meses de campanha, os anúncios patrocinados da ATELIER de Hoteles em ambas as plataformas apresentaram um forte desempenho e um claro valor incremental:

IMPRESSIONES TOTAIS

+171%

Aumento nas impressões face à linha de base pré-teste, ampliando o alcance a novas audiências no topo do funil sem comprometer a eficiência

CLIQUEs

+30%

Aumento no tráfego de metabuscadores via Google PPA e Tripadvisor SP, evidenciando que maior visibilidade se converte diretamente num novo envolvimento no topo do funil de conversão

RESERVAS

+25%

Aumento nas reservas diretas a partir de metabuscadores, convertendo utilizadores que, de outro modo, não teriam descoberto nem considerado a marca

ROAS MÉDIO

+10,54%

Ambas as campanhas revelaram-se excepcionalmente rentáveis, com retornos muito acima da média do mercado e demonstrando notável eficiência no investimento