

Barceló Hotel Group

La cualificación como clave del aumento de las reservas hoteleras



Barceló
HOTELS & RESORTS

T20 media
Time 2 Optimize

RESULTADOS

- + 26% en las reservas
- 38% en el coste de captación
- Segmentos de audiencia cualificada exportables a todos los canales



ESCANEA EL CÓDIGO QR PARA VER EL VÍDEO RESUMEN DEL CASO DE ÉXITO

Barceló
GRUPO



Barceló Hotel Group es la división hotelera del Grupo Barceló, empresa con 85 años de trayectoria turística y una de las cadenas hoteleras líderes en facturación y establecimientos de España, Caribe y Centroamérica. Actualmente contamos con más de 23.000 empleados repartidos en más de 120 hoteles en los 19 países donde estamos presentes.

OBJETIVOS. Nuestro objetivo fundamental era incrementar la eficacia publicitaria a través de la sinergia entre todos los canales de comunicación activos, para conectar con audiencias altamente cualificadas y ofrecerles mensajes personalizados.

ACCIONES REALIZADAS. Para mejorar los porcentajes de conversiones y clics se necesitaba primero cualificar la audiencia. ¿Cómo lo hicimos?

Gracias a la colaboración de T20 media, agencia de medios digital, se llevó a cabo una estrategia de marketing de precisión donde una correcta implementación y uso de las soluciones tecnológicas más avanzadas fue fundamental. El primer paso fue la hipersegmentación del público objetivo, a partir de la identificación de los target más atractivos a nivel de negocio, por ejemplo, en base a los ingresos generados en compras anteriores. Tras el análisis del comportamiento de los usuarios en nuestra web y también a partir de las interacciones en el canal SEM, creamos clusters de calidad que pudimos exportar para optimizar la compra de medios en varios entornos, incluido el de programática. La deduplicación de las audiencias fue otro método para ofrecer una mejor experiencia a los usuarios y maximizar la eficiencia de las inversiones.

Cerramos el círculo con estrategias avanzadas de remarketing que nos permitieron perfeccionar nuestra comunicación: por ejemplo, mostramos anuncios de hoteles exclusivos para adultos a personas que viajaban sin niños, y anuncios de destinos específicos a quienes habían buscado esa ubicación en particular.

RESULTADOS. El conjunto de estas acciones permitió distribuir la inversión publicitaria de manera inteligente y automatizada, para impactar en el momento oportuno a los target adecuados, con creativities adaptadas a sus exigencias, fuera cual fuera su siguiente punto de contacto con la marca.

Todos los principales ratios de conversión mejoraron de forma significativa y entre los datos más relevantes cabe destacar que las reservas subieron en un 26% y el coste de captación bajó en un 38%.

En definitiva, gracias a este proyecto de smart data que llevamos a cabo con T20 media ya disponemos de un procesamiento de datos avanzado y unificado que nos permite optimizar nuestras campañas, conocer mejor a nuestros clientes y agilizar tanto la toma de decisiones como las acciones de marketing.

Nos enorgullece haber sido invitados a presentar nuestro caso entre los más inspiradores del Think with Google en España y también en Portugal. Creemos que la clave del éxito reside sin duda en ofrecer una experiencia homogénea y satisfactoria a los clientes desde que comienzan la planificación de sus vacaciones hasta que hacen check-out en el hotel finalizando su customer journey. Por ello debemos seguir aprendiendo de las interacciones con cada cliente en los diferentes canales y medios. ■



PAU SIQUIER
HEAD OF DIGITAL MARKETING
& WEB SALES EN BARCELÓ
HOTELS & RESORTS

FICHA TÉCNICA

Anunciante: Grupo Barceló.
Producto: Hoteles y resorts.
Marca: Barceló Hotel Group.
Agencia: T20 media.
Equipo de la agencia: Área Paid Media (Search y RTB), DSC, Project Manager, Diseño, Tecnología.