

CAS D'ÈXIT

SOL Y MAR HOTELES

SOL Y MAR TRIOMFA A GOOGLE HOTEL ADS AMB L'AJUDA DE MIRAI+ DINGUS

SOL Y MAR HOTELES

- Cadena familiar amb 2 hotels 4*
- Ubicats en primera línia de Calp
- Gastronomia, piscines, gimnàs, spa, jacuzzi i sales per a esdeveniments

www.solymarhoteles.com

MIRAI

- Partner hotelier amb solucions per optimitzar la venda directa
- Integrador oficial de Google H. Ads
- Integrat amb Dingus

www.mirai.com

DINGUS

- Proveïdor d'eines tecnològiques per a hotels
- El seu Channel Manager permet la gestió online de tots els canals de venda de l'hotel

www.dingus.es

REPTE

- Connectar a GHA per capturar demanda existent
- Augmentar les vendes directes
- Reduir costos de distribució

RESULTATS

- Impression share del 94%
- 115.000 impressions/mes
- 5.500 clics/mes
- Conversió superior al 2%
- Cost inferior al 10%

“Treballar amb Mirai ha estat un encert. La seva tecnologia et permet tenir la presència necessària allà on les petites cadenes com la nostra no poden arribar soles, a banda del suport professional del seu equip, que en tot moment et manté informat de les campanyes”

Sergio Baudot

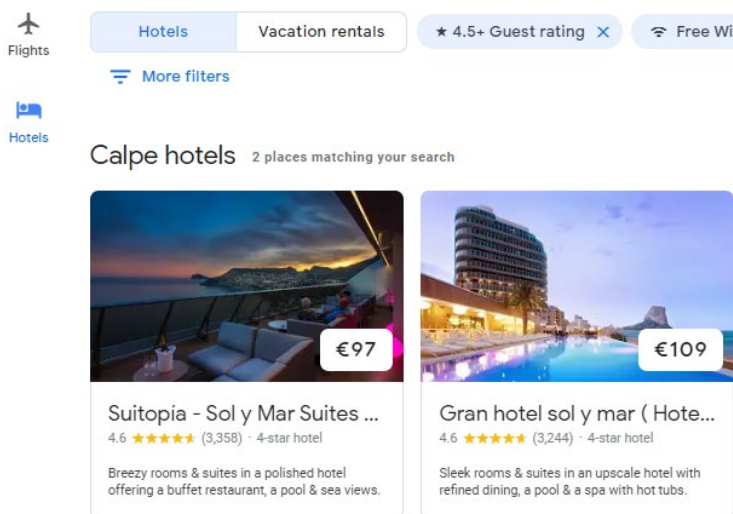
Director comercial de Sol y Mar

Sol y Mar aposta per una estratègia de venda online i directa. Això suposa treballar amb una distribució ordenada (pocs, però bons partners que aportin valor real) i millor preu directe, a més d'aplicar avantatges exclusius als clients que reserven al seu web.

Conscient de la importància actual dels metacercadors, especialment de Google Hotel Ads (GHA), Sol y Mar va contractar Mirai per connectar la seva venda directa amb ells i aprofitar així l'oportunitat de captar el seu trànsit. Per posar-ho en funcionament, el primer que es va fer va ser aconseguir l'inventari i els preus a través del seu Channel Manager, Dingus.

Gràcies a la seva bona integració amb Dingus, Mirai va connectar Sol y Mar amb GHA en poques setmanes i gairebé immediatament es va convertir en un dels principals canals de vendes directes. Tot això amb un cost total menor al 10 % - molt per sota de la comissió de les OTA, que abans s'emportaven tota aquesta venda-, i amb un risc controlat, gràcies al model de comissió de Google, que permet pagar només un 10 % del valor de les estades (no reserves) que siguin reservades durant les 24 hores següents al clic a Google.

GHA genera al mes més de 115.000 impressions, que produeixen prop de 5.500 clics converteixen més del 2 %, i amb uns valors mitjans de reserva molt sans, propers a les quatre xifres. Tot això mesurat amb atribució «last click», de manera que, si mirem les vendes assistides, aquests valors augmenten.



Les claus de l'èxit són diverses; publiquem preus per a cada tipus d'habitació, ocupació, règim, tarifa i monedes segons els mercats rellevants com el Regne Unit, el seu segon mercat després d'Espanya. A més, s'optimitzen les call-outs amb els valors diferencials de la venda directa i s'ofereix la possibilitat de diferenciar el preu per dispositiu i audiència. Això fa que Sol y Mar estigui entre les primeres posicions dels resultats, amb una mitjana d'1,3, cosa que permet, a més, aparèixer amb dos tipus d'habitació. I tot això amb una fiabilitat i rapidesa que col·loca Mirai com un dels principals partners de Google a nivell mundial.

Segons Jaume Monserrat, CEO de Dingus, «es confirma l'encert de la nostra estratègia pel que fa a possibilitar la intervenció d'altres actors en la cadena de venda, sense que l'hotel perdi la centralització de la comercialització. Tot això en un entorn unificat i segur com Bookincenter, al qual Dingus només permet que accedeixin (via integració) els partners més fiables.

CONCLUSIÓ

Sol y Mar gaudeix, sense inversions arriscades, d'un canal de màrqueting/distribució que, des de la seva activació, s'ha convertit en un dels seus principals canals de trànsit i vendes web (en creixement) i que li permet triomfar amb la seva estratègia de venda directa.