

IHG coordonne sa stratégie marketing internationale avec Google Hotel Ads



Avec pas loin de 5 200 hôtels dans presque 100 pays, le portefeuille de marques d'InterContinental Hotels Group inclut InterContinental® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts et Holiday Inn®. Denham, Royaume-Uni • www.ihgplc.com



À propos de Google Ads : Google Ads est une solution de publicité numérique pour les entreprises de toutes tailles. Que vous soyez responsable marketing ou dirigeant d'une petite entreprise, Google Ads vous aide à développer votre activité. Grâce à cette solution, vous augmentez la portée de vos campagnes, assurez la pertinence de vos annonces et obtenez des résultats fiables. Pour en savoir plus, accédez à la page ads.google.com/home.

© 2018 Google LLC. Tous droits réservés. Google et le logo Google sont des marques de Google LLC. Tous les autres noms de société et de produit peuvent être des marques des sociétés auxquelles ils sont associés.

Défi

- Mû par son engagement pour la responsabilisation à l'échelle de l'enseigne, le groupe InterContinental Hotels Group souhaitait augmenter sa portée et coordonner ses activités médiatiques au sein de l'entreprise.
- IHG voulait également mettre en place une stratégie marketing cohésive pour l'ensemble des parties prenantes.

Stratégie

- IHG a tiré profit de Google Hotel Ads, en association avec la solution d'attribution de Koddi, pour conjuguer les efforts des participants en matière de génération de demande numérique. Pour cela, ils ont élaboré une stratégie coordonnée entre les parties prenantes.

Partenariat avec Koddi

- IHG a collaboré avec Koddi, fournisseur de services SaaS (Software as a Service) dans le domaine des technologies marketing pour les annonceurs du secteur du tourisme. L'objectif : conjuguer les efforts déployés par 690 établissements pour augmenter leur succès sur le canal numérique via Hotel Ads.

Résultats

- Cette approche a éliminé toute redondance. Les collaborateurs des divers services constataient directement quels étaient les fruits de leurs efforts, car chaque dollar investi était associé au trafic et aux réservations qu'il générerait.
- Après avoir testé cette stratégie avec environ 10 % de ses établissements, IHG compte étendre ce programme à l'échelle de l'entreprise.

"Google Hotel Ads augmente la pertinence de nos interactions avec nos clients. Grâce au succès de ce programme mené avec Koddi, nous bénéficions de nouvelles opportunités de revenus."

—Chris Copp, Vice President, Paid Media chez IHG

53 %

de trafic en plus

70 %

de réservations en plus

78 %

de revenus en plus

