

AccorHotels attira i viaggiatori di tutto il mondo nei mercati più importanti grazie all'uso del targeting geografico di Hotel Ads



AccorHotels è uno dei principali gruppi alberghieri a livello mondiale, con oltre 4300 hotel, resort e residence distribuiti in 100 paesi, con proposte che vanno da quelle più economiche a quelle di fascia più alta. Parigi, Francia • www.accorhotels.com



Informazioni su Google Ads: Google Ads è una soluzione per la pubblicità digitale per le aziende di tutte le dimensioni. Che tu sia il proprietario di una piccola azienda o un professionista del marketing aziendale, Google Ads offre copertura, pertinenza e risultati affidabili per aiutarti a sviluppare la tua attività. Ulteriori informazioni sono disponibili all'indirizzo ads.google.com/home.

© 2018 Google LLC. Tutti i diritti riservati. Google e il logo di Google sono marchi di Google LLC. Tutti gli altri nomi di aziende e di prodotti sono marchi delle rispettive aziende a cui sono associati.

La sfida

- Con oltre 4300 hotel in 100 paesi, AccorHotels voleva migliorare la propria strategia di comunicazione e raggiungere in modo efficace nuovi clienti nei mercati più importanti di tutto il mondo.
- L'azienda, inoltre, voleva supportare la crescita a livello internazionale sia nei mercati consolidati che in quelli emergenti, adattando allo stesso tempo la propria strategia alle esigenze specifiche dei singoli hotel di tutto il mondo.

L'approccio

- AccorHotels ha utilizzato una combinazione di dati esistenti, algoritmi di offerta proprietari di Koddi e funzionalità di targeting geografico di Hotel Ads per raggiungere nella loro madrelingua quegli utenti che, a seconda della località in cui si trovano, avevano le maggiori probabilità di conversione. In questo modo ha potuto raggiungere un segmento di clienti con alta probabilità di acquisto e non accessibile in precedenza.

Collaborazione con Koddi

- Per pianificare e adottare questo approccio con Hotel Ads, AccorHotels ha collaborato con Koddi, fornitore di tecnologia di marketing per gli inserzionisti del settore turistico, per analizzare i modelli di viaggio internazionali e determinare gli interessi dei clienti nei mercati principali in base alla loro posizione.

I risultati

- Grazie alla possibilità di raggiungere i clienti a seconda della località in cui si trovano, AccorHotels ha potuto aumentare il traffico e favorire le prenotazioni per i principali mercati emergenti.
- Forte del successo ottenuto, AccorHotels adotterà questo approccio sia nei mercati emergenti sia in quelli consolidati per raggiungere in modo più preciso i viaggiatori internazionali.

"Il nostro obiettivo principale è di supportare i nostri hotel e di adeguare la nostra strategia alle loro esigenze e alle caratteristiche dei nostri partner. Grazie a Google Hotel Ads e a Koddi, possiamo essere certi di sfruttare sempre al meglio il nostro investimento."

—Benedicte Bourdeaux Tonnerre, Head of Metasearch di AccorHotels

20%

Incremento del traffico su base annua

65%

Incremento delle prenotazioni su base annua

84%

Incremento delle entrate su base annua

