

Choice Hotels booste le nombre de réservations grâce aux solutions d'enchères Google Hotel Ads



Avec pas moins de 6 800 hôtels franchisés dans plus de 40 pays et territoires, Choice Hotels International, Inc représente diverses marques, dont Comfort, Sleep Inn et Econo Lodge. Rockville, Maryland, États-Unis • www.choicehotels.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

- Avec plus de 550 000 chambres autour du monde, Choice Hotels International souhaitait axer sa stratégie marketing sur ses hôtels les moins fréquentés et y augmenter le nombre de réservations avec l'aide de Google Hotel Ads.
- L'entreprise voulait aussi mieux tenir compte des variations en matière de disponibilité et axer sa stratégie marketing sur les domaines les plus importants.

Stratégie

- En utilisant les outils d'enchères granulaires de Google pour améliorer la visibilité des hôtels les moins fréquentés, Choice Hotels a pu toucher les voyageurs les plus susceptibles d'effectuer une réservation, optimiser son efficacité et faire évoluer sa campagne.

Partenariat avec Koddi

- Choice Hotels a collaboré avec Koddi, fournisseur de services technologiques marketing pour les annonceurs dans le secteur du tourisme. Ensemble, ils ont mis en œuvre une stratégie marketing innovante pour effectuer le suivi des données d'occupation en temps réel.
- Le logiciel de Koddi traite les données de disponibilité quotidienne et ajuste les stratégies d'enchères dans Hotel Ads en conséquence.

Résultats

- Les établissements affichant un faible taux d'occupation faisaient l'objet d'enchères plus agressives, ce qui a permis d'augmenter le trafic et d'avantager les enseignes économiques de Choice Hotels, à savoir Rodeway et Sleep Inn.
- En tirant profit des données d'occupation, Choice Hotels a pu augmenter le trafic, le nombre de réservations et les revenus, tout en optimisant son retour sur les dépenses publicitaires.

"Grâce à Google Hotel Ads et Koddi, nous avons touché de nouveaux clients et augmenté le nombre de réservations aux moments et aux emplacements qui profitent le mieux à tout notre portefeuille d'établissements."

—Chris Burgess, Senior Director chez Choice Hotels

75 %

d'augmentation
du nombre de
réservations

93 %

d'augmentation
régulière des
revenus

17 %

d'augmentation
du retour sur
investissement lié aux
dépenses publicitaires

