

AccorHotels attire des voyageurs internationaux sur ses marchés clés grâce au ciblage géographique d'Hotel Ads.



AccorHotels est l'un des plus grands groupes hôteliers du monde. L'enseigne compte plus de 4 300 hôtels, complexes hôteliers et résidences dans 100 pays. Son portefeuille couvre tout un éventail d'établissements, des hôtels de luxe aux marques bon marché. Paris, France • www.accorhotels.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 4 300 hôtels répartis dans 100 pays, AccorHotels souhaitait renforcer sa stratégie de communication et toucher de nouveaux clients sur des marchés clés à travers le monde.
- L'entreprise désirait également stimuler son développement à l'international (aussi bien sur les marchés historiques que sur les marchés émergents) tout en adaptant sa stratégie aux exigences spécifiques de chaque hôtel à travers le monde.

Stratégie

- AccorHotels avait pour objectif de toucher les utilisateurs susceptibles de générer une conversion en fonction de leur zone géographique, et de leur envoyer un message dans leur langue maternelle. Pour ce faire, l'enseigne a exploité ses données existantes, ainsi que les algorithmes d'enchères propriétaires de Koddi et les fonctionnalités de ciblage géographique d'Hotel Ads. Grâce à cette méthode, l'entreprise a pu toucher un segment autrefois inaccessible d'utilisateurs à l'intention d'achat élevée.

Partenariat avec Koddi

- Pour élaborer et adopter cette stratégie avec Hotel Ads, AccorHotels a collaboré avec Koddi, fournisseur de solutions technologiques marketing pour les annonceurs spécialisé dans le secteur du tourisme. L'entreprise a analysé les habitudes de déplacements internationaux et déterminé l'intérêt des clients sur ses marchés clés en fonction de leur zone géographique.

Résultats

- En touchant les clients en fonction de leur zone géographique, AccorHotels a pu augmenter le trafic et le nombre de réservations sur ses marchés émergents clés.
- Fort de ce succès, AccorHotels va adopter cette stratégie sur ses marchés historiques et émergents afin de toucher plus précisément les voyageurs internationaux.

"Notre principal objectif est de favoriser la croissance de nos hôtels et d'adapter notre stratégie à leurs exigences et aux caractéristiques de nos partenaires. Grâce à Google Hotel Ads et Koddi, nous tirons toujours un maximum de bénéfices de notre investissement."

—Bénédicte Bourdeaux Tonnerre, responsable des métarecherches chez AccorHotels

20 %

d'augmentation annuelle du trafic

65 %

d'augmentation annuelle des réservations

84 %

d'augmentation annuelle des revenus

