

# IHG utiliza Hotel Ads de Google para coordinar sus estrategias de marketing a nivel mundial



InterContinental Hotels Group (IHG) cuenta con cerca de 5200 hoteles en casi 100 países y dispone de una cartera con marcas como InterContinental® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts y Holiday Inn®. Denham (Reino Unido) • [www.ihgplc.com](http://www.ihgplc.com)



Información sobre Google Ads: Google Ads es una solución de publicidad digital idónea para cualquier tipo de empresa. Tanto si eres el propietario de un pequeño comercio como si eres profesional del marketing, Google Ads te ofrece la cobertura, la relevancia y los resultados fiables que necesitas para que tu empresa crezca. Más información en [ads.google.com/home](https://ads.google.com/home).

© 2018 Google LLC. Todos los derechos reservados. Google y el logotipo de Google son marcas de Google LLC. El resto de nombres de productos y empresas pueden ser marcas de las respectivas empresas a las que estén asociados.

## El reto

- IHG, una multinacional comprometida con el fortalecimiento de sus marcas, buscaba la forma de ampliar su cobertura y coordinar las inversiones en medios en toda su empresa.
- También tenía como objetivo crear una estrategia de marketing cohesionada para las distintas partes interesadas.

## El enfoque

- IHG aprovechó el servicio de Hotel Ads de Google junto con la solución de atribución de Koddi para evitar esfuerzos innecesarios a la hora de generar demanda y para crear una estrategia coordinada para las distintas partes interesadas.

## Asociación con Koddi

- IHG se asoció con Koddi, un proveedor de software como servicio de tecnología de marketing para anunciantes de la industria del turismo, y seleccionó a 690 de sus propiedades para que trabajaran conjuntamente en la generación de demanda digital a través de Hotel Ads.

## Los resultados

- Este enfoque mostró a los participantes de toda la empresa cómo su presupuesto de marketing contribuía directamente en cada una de las campañas, es decir, cuánto tráfico y cuántas reservas producía cada dólar invertido. Con ello, consiguieron evitar los esfuerzos innecesarios.
- IHG ya ha probado esta estrategia en aproximadamente un 10 % de sus propiedades y planea aplicarlo a la totalidad de la empresa.

"Hotel Ads de Google nos permite interactuar con nuestros clientes de forma más significativa y, además, el éxito del programa en asociación con Koddi nos ha proporcionado nuevas oportunidades de obtener ingresos".

—Chris Copp, vicepresidente de Medios de Pago de IHG

53 %

Aumento del tráfico

70 %

Aumento en las reservas

78 %

Aumento en los ingresos

