

AccorHotels erreicht mithilfe von geografischem Targeting in Hotelanzeigen Reisende in wichtigen Märkten auf der ganzen Welt



AccorHotels ist ein weltweit führendes Reise- und Lifestyleunternehmen mit über 4.300 Hotels und Resorts in 100 verschiedenen Ländern. Das Angebot reicht von Luxushotels bis hin zu Angeboten im Economy-Segment. Paris, Frankreich • www.accorhotels.com



Informationen zu Google Ads: Google Ads ist eine Lösung für digitale Werbung, die sich an Unternehmen aller Größen richtet. Ob Sie ein kleines Unternehmen oder einen großen Werbekonzern leiten – Google Ads bietet Ihnen die Reichweite, Relevanz und die Ergebnisse, die Sie brauchen, um Ihr Unternehmenswachstum zu fördern. Weitere Informationen finden Sie unter ads.google.com/home.

© 2018 Google LLC. Alle Rechte vorbehalten. Google und das Google-Logo sind Marken von Google LLC. Alle anderen Firmen- und Produktnamen können Marken der betreffenden Unternehmen sein.

Die Herausforderung

- Mit über 4.300 Hotels in 100 verschiedenen Ländern war es für AccorHotels wichtig, seine Kommunikationsstrategie zu optimieren und neue Kunden in wichtigen Märkten auf der ganzen Welt zu erreichen.
- Ein weiteres Ziel des Unternehmens bestand darin, internationales Wachstum in etablierten ebenso wie neuen Märkten beizubehalten und zu unterstützen und die Strategie gleichzeitig an die speziellen Bedürfnisse der verschiedenen Hotels weltweit anzupassen.

Der Ansatz

- AccorHotels hat eine Kombination vorhandener Daten, der unternehmenseigenen Gebotsalgorithmen von Koddi und geografischem Targeting in Hotelanzeigen genutzt, um Kunden zu erreichen, bei denen eine Conversion basierend auf ihrem Standort wahrscheinlich war. Diese Kunden wurden dann in ihrer Muttersprache kontaktiert. So konnte das Unternehmen ein Kundensegment mit hoher Kaufabsicht erreichen, das vorher nicht zugänglich war.

Zusammenarbeit mit Koddi

- AccorHotels erhielt bei dieser Vorgehensweise Unterstützung von Koddi, einem Anbieter von Marketingtechnologien für Werbetreibende in der Reisebranche, um internationale Muster in Bezug auf Reisen zu untersuchen und das Kundeninteresse in seinen wichtigsten Märkten basierend auf dem Standort der Nutzer zu bestimmen.

Die Ergebnisse

- AccorHotels erreichte Kunden basierend auf deren Standort und konnte so die Zugriffe auf seine Websites ebenso wie die Anzahl der Buchungen in den wichtigsten neuen Märkten erhöhen.
- Nach diesen ersten Erfolgen möchte AccorHotels die Strategie nun sowohl in etablierten als auch in neuen Märkten einsetzen, um Reisende auf der ganzen Welt effektiver zu erreichen.

"Unser wichtigstes Ziel ist es, unsere Hotels zu unterstützen und unsere Strategie an deren Bedürfnisse und die Tools unserer Partner anzupassen. Dank Google Hotelanzeigen und Koddi können wir sicher sein, dass sich unsere Investitionen immer lohnen."

– *Benedicte Bourdeaux Tonnerre, Head of Metasearch bei AccorHotels*

20 %

Steigerung der Websitezugriffe im Jahresvergleich

65 %

Steigerung der Buchungen im Jahresvergleich

84 %

Umsatzsteigerung im Jahresvergleich

