

IHG nutzt Google Hotelanzeigen, um seine weltweite Marketingstrategie zu koordinieren



Zur InterContinental Hotels Group (IHG) gehören fast 5.200 Hotels in beinahe 100 Ländern. Das Markenportfolio umfasst InterContinental® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts und Holiday Inn®. Denham, Großbritannien · www.ihgplc.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

- Die InterContinental Hotels Group hat sich der unternehmensweiten Befähigung ihrer Mitarbeiter verpflichtet und wollte in diesem Zusammenhang ihre Reichweite vergrößern und die Maßnahmen in Bezug auf Medieninvestitionen über das ganze Unternehmen hinweg koordinieren.
- Ein weiteres Ziel war die Umsetzung einer einheitlichen Marketingstrategie über alle Stakeholder hinweg.

Der Ansatz

- IHG nutzte Google Hotelanzeigen in Kombination mit der Attributionslösung von Koddi, um redundante Maßnahmen zur digitalen Nachfrageerzeugung einzustellen und stattdessen eine koordinierte Strategie über alle Stakeholder hinweg einzuführen.

Zusammenarbeit mit Koddi

- Mit Unterstützung von Koddi, einem Anbieter von Marketingtechnologien für Werbetreibende in der Reisebranche, konnte IHG erreichen, dass 690 seiner Hotels über Hotelanzeigen gemeinsame Maßnahmen zur digitalen Nachfrageerzeugung umsetzen.

Die Ergebnisse

- Durch diese Herangehensweise konnten Redundanzen beseitigt werden, da die Mitarbeiter des Unternehmens einen besseren Überblick darüber erhielten, wie ihr Marketingbudget zu jeder Kampagne beiträgt. Jede Investition konnte den Zugriffen und Buchungen zugeordnet werden, die sie erzeugt hat.
- IHG hat diese Strategie zunächst an etwa 10 % seiner Hotels getestet und plant nun, das Programm auf das gesamte Unternehmen auszuweiten.

"Google Hotelanzeigen bietet uns die Möglichkeit, die Interaktion mit unseren Kunden zu verbessern, und dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Koddi haben sich neue Umsatzchancen für uns ergeben."

– Chris Copp, Vice President bei Paid Media bei IHG

53 %

mehr Zugriffe

70 %

mehr Buchungen

78 %

mehr Umsatz

