

Caso de éxito

EL CAMINO PARA LLEGAR A UN 50%
DE VENTA DIRECTA

La cadena Hotelatelier (Petit Palace y Icon Hotels) cambió de un proveedor 'todo en uno' a tres proveedores especializados en web, motor y marketing.

witbooking

clicktotravel



sekuenz

Data Driven Seekers

Perfil Hotelatelier

DOS MARCAS MUY DIFERENCIADAS: PETIT PALACE Y ICON HOTELS

- 38 hoteles en Madrid, Barcelona, Oporto, Málaga, Valencia, Palma, Bilbao, Sevilla.
- Club de fidelización Tripster Club con más de 130K miembros.



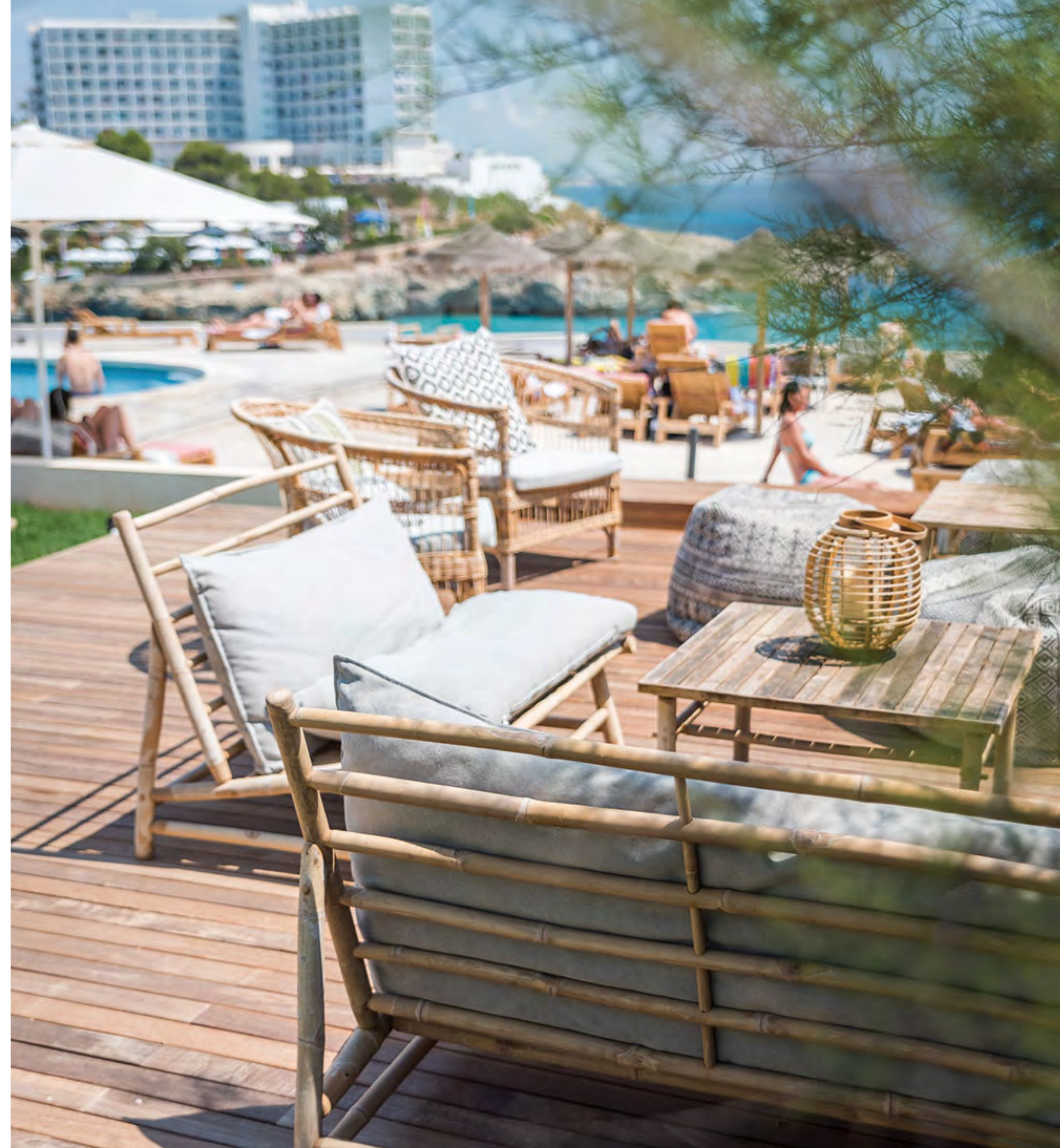


Antecedentes

- **Proveedor único** para web y motor con un **porcentaje sobre las ventas**. Coste muy elevado.
- **Agencia de marketing multinacional**, falta de agilidad, proactividad y **dificultad de coordinación**.
- Buenos resultados de venta directa pero **sin llegar a los objetivos**.
- **Web sin acceso al CMS**. Para cualquier cambio se dependía del proveedor.
- **Gran lentitud en la actualización de las webs**.
- Las **mismas plantillas web** que otros **hoteles de la competencia**.
- **Falta de acompañamiento** en las **decisiones estratégicas y creativas** de la cadena.
- Estrategias de **marketing y analítica poco innovadoras y rentables**.

Retos

- Conseguir más de un 50% de venta directa.
- **Maximizar el valor y la rentabilidad** por reserva.
- Aplicar estrategias de **marketing basadas en datos**.
- Obtener el **máximo rendimiento del club de fidelización**, con un gran nivel de personalización.
- Ofrecer una excelente **imagen de marca y personalidad** de hoteles tanto en web como en motor.
- Tener dinamismo y la **independencia total** a la hora de definir estrategias y **cambiar contenidos**, sin depender del proveedor.
- Combinar el **talento interno** con el **talento de proveedores externos**.





Witbooking

CAMBIO EN EL MOTOR DE RESERVAS

- **Proveedor especializado** en motor de reservas
- **Mejora de conversión** con el club de fidelización: **+30%**
- **Contacto diario** con account manager
- **Tiempo récord en configurar 38 motores** y 2 motores de cadena (Petit Palace y Icon Hotels): **1,5 meses**
- **Club de fidelización** para gestionar a **particulares, empresas y agencias** de viaje
- Continuidad del **branding** entre web y motor. Máximas posibilidades de personalización en el motor
- **Funcionalidades avanzadas:** promociones acumulables, combinación de tarifas, tienda online...

Clicktotravel

CAMBIO DE AGENCIA DE DISEÑO WEB

- Proveedor especializado web
- Mejora de conversión de clientes de web a motor: 25%
- Tiempo récord en diseñar **38 webs** independientes y **dos webs de marca: 5 meses**
- Backoffice donde **cambiar cualquier contenido de la web** sin depender del proveedor.
- Sintonía total y contacto 24h entre los **responsables creativos** de Hotelatelier y Clicktotravel
- **Webs excelentes en cualquier dispositivo**
- Las webs transmiten la **singularidad de cada hotel**





Sekuenz

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL BASADO EN DATOS

- **Consultora Digital especializada** en la construcción del canal directo web en el **sector hotelero**.
- **Contacto diario** con el equipo y **dashboards en tiempo real**.
- **Incremento** del peso de **ingresos de clientes internacionales: +50%**.
- **Reducción del CPA** (Coste por Adquisición) en un **-71% respecto a Booking**.
- **Campañas hiperpersonalizadas cross channel** impactando en todas las fases del funnel de conversión, consiguiendo **multiplicar x 8 el revenue del canal directo** (habiendo incrementado Paid x13)
- **Estrategia de loyalty** a través de campañas de email marketing automatizando la comunicación **en función del comportamiento y la data** de cada usuario **multiplicando x 18 los ingresos en email marketing**.

Conclusiones



-15% de coste

Más económico un equipo de tres proveedores especializados que un proveedor 'todo en uno' a comisión



+20% venta directa

Aumento del share del canal directo en detrimento de las OTAs



Más branding

Experiencia de reserva totalmente personalizada con la imagen de marca



Mejora constante

Contacto diario con las tres empresas para conseguir los mejores resultados



Marketing basado en datos

Estrategia 360° de marketing digital con el objetivo de atraer tráfico cualitativo, aumentar las reservas del canal directo y ganar cuota respecto a las OTAs





[Ver video](#)

Testimonial

REYES MAÑERU, CHIEF BUSINESS GROWTH OFFICER EN HOTELATELIER

“Siempre tuvimos claro que para conseguir el **máximo de venta directa**, era imprescindible contar con un **proveedor especializado para cada área (web, motor y marketing)**. ¡No hay que tener miedo al cambio!”

“Es vital **combinar talento interno y externo**. Cada partner lucha por la **excelencia en su campo y la coordinación entre ellos es muy fluida**, sin necesitar mediación por parte de la cadena.”

“Nuestro **objetivo en 2023 es llegar al 50% de venta directa**, y en 2022 rozamos ese dato en los hoteles insignia de la cadena, **mejorando notablemente los datos de 2019**, entonces con un proveedor ‘todo en uno’.”