



CASE STUDY

Hilton Worldwide obtiene un aumento del 12% en ROI gracias a Google Hotel Ads

Hilton Worldwide, una de las empresas de hostelería más grandes y de mayor crecimiento del mundo, cuenta con más de 4.250 hoteles en 93 países. El objetivo de la empresa es ser líderes en el sector hostelero y conseguir que sus huéspedes disfruten de una experiencia sin contratiempos antes, durante y después de cada visita. En otras palabras: deben adelantarse a las necesidades de sus huéspedes y, para conseguirlo, deben estar accesibles en las plataformas y los dispositivos más utilizados por los consumidores. Son conscientes de que los viajeros consultan cada vez más fuentes antes de elegir un hotel, así que prefieren interactuar con ellos en el momento oportuno y facilitarles la información más relevante. De este modo, podrán reservar su estancia con mayor facilidad.

Los viajeros buscan más información ahora que nunca

El viajero de hoy en día tiene a su disposición una cantidad de opciones de reserva e información sin precedentes. Cuando buscan un hotel, suelen visitar varios sitios web para comparar precios, fotos, reseñas o disponibilidad, entre otras variables. Al mismo tiempo, quieren realizar este proceso de búsqueda y reserva de forma eficiente. Esperan tener la información que necesitan al alcance de la mano para poder tomar decisiones más razonadas y reservar el hotel en cuanto se decidan, sea cual sea el dispositivo que estén utilizando.

Ante este panorama, en el que los viajeros disponen de información por doquier, las empresas hosteleras (como Hilton) deben mantener su relevancia y presencia en un sector en constante crecimiento.

“Las expectativas de los consumidores no dejan de aumentar,” afirma Geraldine Calpin, vicepresidenta sénior y directora global de Contenido Digital de Hilton Worldwide. “Concretamente, tras la eclosión de diversos tipos de dispositivos, hemos notado que nuestros huéspedes buscan obtener contenido relevante al momento cuando visitan nuestro sitio web o móvil, o bien nuestra aplicación.”



Información sobre Hilton Worldwide

- Hilton Worldwide es una de las empresas de hostelería más grandes del mundo. Cuenta con 12 marcas y más de 4.250 hoteles en 93 países
- Sede: McLean, Virginia
- www.hiltonworldwide.com

Objetivos

- Generar reservas de hoteles más eficientes a nivel global, en todos los dispositivos
- Estar presentes en el momento adecuado allí donde se encuentren los consumidores que buscan un hotel
- Garantizar que las propiedades de Hilton están representadas adecuadamente en los canales de distribución emergentes

Enfoque

- Implementar Google Hotel Ads para crear oportunidades de venta de calidad
- Ofrecer sus servicios en ordenadores, tablets y dispositivos móviles
- Aplicar pujas granulares de nivel de hotel según las necesidades de negocio de cada mercado
- Utilizar ajustes de la puja para optimizar el rendimiento según el tipo de dispositivo, el país del usuario y el sitio web de Google

Resultados

- El 100% de las propiedades de Hilton participan en el programa de Google Hotel Ads
- El porcentaje de conversiones ha aumentado en un 45%*
- Se ha generado un incremento en el ROI del 12%*



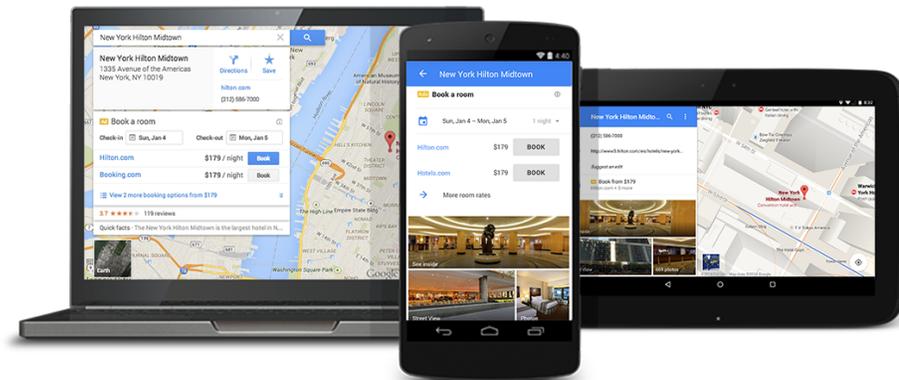
Ofrecer información relevante es la clave para conseguir la reserva perfecta

Si tenemos en cuenta el número cada vez mayor de sitios web que consultan los viajeros a la hora de escoger un hotel, no hay duda de que es necesario hacer acto de presencia en el momento adecuado: cuando están listos para reservar. Para afrontar este reto, Hilton recurrió a Google Hotel Ads con el objetivo de impulsar las reservas y de generar oportunidades de venta de calidad.

“Hotel Ads permite a Hilton ponerse en contacto con posibles huéspedes para ayudarles a tomar decisiones rápidas y fundamentadas sobre hoteles,” destaca Calpin. “Los objetivos principales son la relevancia y la oportunidad, ahora más que nunca.”

Hotel Ads pone en bandeja a los viajeros encontrar un hotel. Sus anuncios están presentes en todas las propiedades de Google en las que un viajero puede buscar un hotel (buscador, Maps y Google+) y en todos los dispositivos. Al seleccionar una propiedad, pueden ir directamente al sitio web del anunciante para completar la reserva.

Nota: El término “Hilton” hace referencia a Hilton Worldwide o a uno o varios de sus afiliados.



Atraer a más huéspedes a los hoteles

Hilton, que cuenta con más de 4.250 propiedades, necesita generar reservas de hoteles a gran escala de forma eficiente. Hotel Ads colabora con Hilton a fin de conseguir la flexibilidad necesaria para variar las pujas por hotel, mercado, país del usuario o dispositivo.



“Al contar con una integración completa, podemos ajustar la participación por hotel según los periodos de necesidad y las condiciones del mercado,” comenta Dustin Bomar, vicepresidente de Adquisiciones Digitales de Hilton Worldwide.

Hotel Ads es el complemento perfecto para el resto de anuncios de búsqueda orientados a los viajeros durante el proceso de búsqueda de hoteles, ya que sus anuncios aparecen cuando el usuario está preparado para reservar un hotel. En comparación con los anuncios de búsqueda tradicionales, Hilton ha percibido un aumento en el ROI de un 12% y en el porcentaje de conversiones de un 45%.*

dass sie Reisenden angezeigt werden, die kurz davor sind, ein Hotel zu buchen. Im Vergleich zu traditionellen Suchanzeigen konnte Hilton die Conversion-Rates um 45% und den ROI um 12% steigern.*

**Comparado con las campañas de anuncios de búsqueda tradicionales de Hilton*

“Hotel Ads permite a Hilton ponerse en contacto con posibles huéspedes para ayudarles a tomar decisiones rápidas y fundamentadas sobre hoteles. Los objetivos principales son la relevancia y la oportunidad, ahora más que nunca.”

—Geraldine Calpin, vicepresidenta sénior
y directora global de Contenido Digital
de Hilton Worldwide