



Barcelo.com | Zieltraffic

## Oczekiwania Klienta spełnione w ponad 100%

„Bardzo dobre wyniki współpracy z Zieltraffic pokazują, że za sukces odpowiedzialne są odpowiednie podejście do reklamy online i idealne rozwiązania agencyjne. To jest możliwe dzięki idealnej współpracy pomiędzy klientem a agencją. „

- Gabriel Candido, Subdirector de e-marketing

### Barceló Hotels & Resorts

(<http://www.Barcelo.com>) to firma należąca do 30 najlepszych przedsiębiorstw branży hotelowej i turystycznej. Założona w 1931 roku w Hiszpanii sieć hoteli, nieprzerwanie od 75 lat dba o najwyższy poziom usług i innowacji w branży turystycznej. Firma jest prywatnym przedsiębiorstwem rodziny Barcelo.

W ofercie Barcelo dostępnych jest łącznie ponad 30.000 pokoi hotelowych w **14 krajach** na całym świecie. Hotele znajdują się w krajach europejskich jak i w Meksyku, Ameryce Północnej, Afryce i Ameryce Łacińskiej.

### Zadanie:

Prawie 30 procent obywateli Niemiec wymienia internet jako najważniejsze **źródło informacji** jeżeli chodzi o wybór miejsca spędzania urlopu. Obecnie ponad **1/3 niemieckich bookingów** odbywa się w całości online. W ciągu 5 lat ten udział ma się zwiększyć do 43%. Podobne trendy i liczby są do zaobserwowania na całym świecie.

Te prawidłowości rynkowe dostrzeżone zostały przez Barcelo Hotels & Resorts i we

współpracy z hiszpańską filią agencji **Zieltraffic** postanowiono zwiększyć liczbę **zamówień internetowych**.

Jako docelowy region akcji wybrano Hiszpanię, Niemcy, Meksyk i Amerykę Południową. Klient miał już doświadczenia z marketingiem internetowym. Zaistniała jednak potrzeba kompleksowego doradztwa dla kampanii międzynarodowej skupionej wokół spójności marki.

## Działania Zieltraffic:

Zieltraffic oferuje swoim klientom rozliczenie prowizyjne na podstawie konkretnego, ustalonego wcześniej efektu. W przypadku Barcelo – jest to rezerwacja przez stronę internetową Barcelo. Na potrzeby kampanii ustalono budżet z bonusem dla agencji uzależnionym od efektu, oraz elementy kampanii czysto performance-owe.

Przed przystąpieniem do jakichkolwiek działań miała miejsce dokładna analiza rynku i produktu.

Miejscowe rynki w Meksyku czy Hiszpanii różnią się od siebie. Różnice te mają kluczowe

znaczenie dla kampanii marketingu internetowego. Z kolei pomiędzy użytkownikami z Hiszpanii a tymi z Niemiec istnieją różnice w zachowaniach, przejawiające się w spontanicznych zakupach z jednej strony lub skrupulatnie planowanych urlopach z drugiej.

Kolejnym krokiem była **analiza USP** i marki klienta dokonana przez ekspertów. Jest to niezbędne aby odpowiednio dobrać środki i strategię działania.

## Rozwiązania dla Barcelo:

Właśnie dla branży turystycznej – wyszukiwarki grają zawsze bardzo ważną rolę. Są one bowiem centralnym punktem wyjścia dla użytkownika zarówno szukającego informacji jak i zakupu wakacji.

Dobry **Search Engine Marketing (SEM)** w tym przypadku oznacza że użytkownik powinien zobaczyć dopasowane do wyszukiwanego tematu reklamy i wyniki.

Na potrzeby kampanii Barcelo Hotels & Resorts, Zieltraffic Hiszpania stworzył kampanię SEM w **Google i Yahoo!**, z podziałem na odpowiednie regiony. Uruchomiono kampanie zarówno zorientowane na markę, produkt, jak i położenie geograficzne hoteli.

## Wyniki:

- Zdecydowanie **większa ilość rezerwacji** zawieranych przez stronę internetową i pochodzących z kampanii SEM,
- Oczekiwania klienta wobec sprzedaży zostały **przekroczone o 100%**
- Koszt pozyskania rezerwacji (Cost Per Order) został znacznie pomniejszony. Wynosił on mniej niż **50% oczekiwanego CPO!**

## Wnioski:

- Sukces kampanii sprawił że Barcelo Hotels & Resorts docenił znaczenie SEM w marketingu internetowym i kontynuuje **współpracę z Zieltraffic**,
- Barcelo planuje zdecydowanie zwiększyć nakłady finansowe na ten kanał marketingu online dostrzegając bezpośrednie powiązanie wzrostu sprzedaży ze sprawnie przeprowadzoną kampanią.