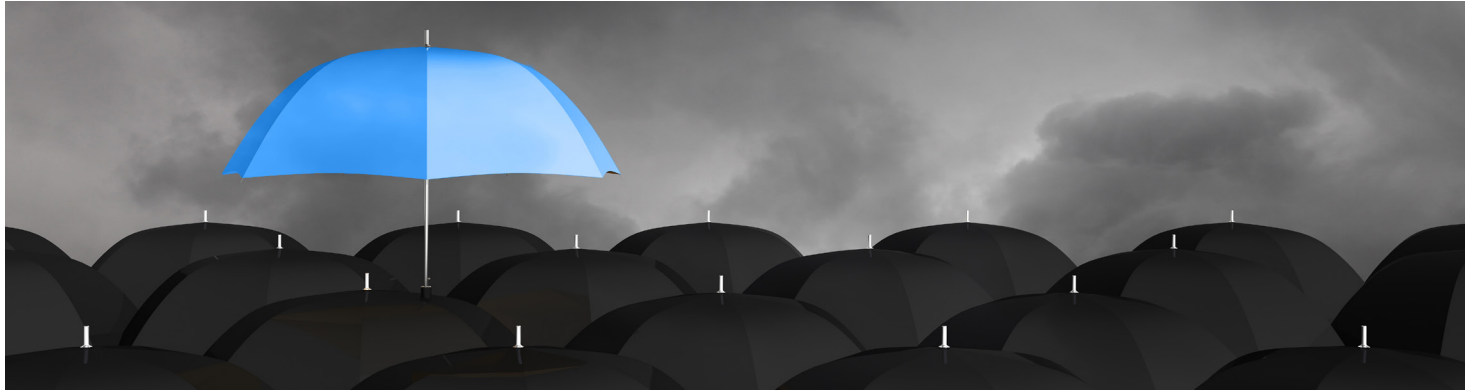


Medios digitales para mitigar el impacto del COVID-19

Prepárate para generar reservas futuras a pesar del cierre temporal de tu hotel o restricciones de viaje en tu mercado



Define tu estrategia enfocada a clientes que se encuentran a una distancia relativa que les permita conducir a tu hotel o clientes que buscan quedarse en su área durante sus vacaciones. Estos son los grupos con mayor probabilidad de visitar tu destino cuando empiece la recuperación, tu Media Campaign Manager (MCM) podrá proponer el tipo de ofertas adecuadas y liderar campañas por geografía para atraer negocio a tu hotel.

Los viajeros y agentes de viajes continúan buscando para reservar en el futuro. Tu MCM podrá preparar anuncios dirigidos a fechas en las que se estima que las restricciones de viaje o cierre temporal haya cesado.

No abandones tu objetivo de aumentar las reservas directas. Este fue un error muy común durante la crisis tras el ataque terrorista del 11 de septiembre. Si abandonas tu presencia perderás una cuota de mercado a favor de las OTAs, que deberás recuperar de nuevo cuando empiece la recuperación.

Basa los mensajes de tus campañas en la importancia de la comodidad y seguridad para tus clientes. Destaca las prácticas que estás implementando para dar prioridad a tus clientes ofreciendo políticas de cancelación más flexibles, informando sobre tus protocolos y normas de limpieza o sobre cualquier servicio que tengáis en activo.

Prepárate para la recuperación, todos los hoteleros tratarán de recuperar el negocio perdido cuando empiece la recuperación. Tu MCM podrá analizar datos y tendencias de mercado para estar preparados y lanzar campañas a tiempo para aprovechar la coyuntura.

Anunciarte en tiempo de crisis puede tener buen rendimiento y buenos resultados

Digital Media

- Sólo pagas por el espacio publicitario cuando alguien hace clic sobre él.
- Tus costes de publicidad se verán regulados por la demanda: enfocado al viajero con mayor intención de viaje podrás ver retornos razonables.
- Las palabras clave de tus campañas son ajustadas para evitar pagar por búsquedas relacionadas con la cancelación de reservas debido a la situación actual.
- Podemos identificar el perfil de los viajeros que están reservando tu hotel en la actualidad y enfocamos a captar una audiencia similar.
- Tu MCM puede dirigir los anuncios en redes sociales enfocado al público que visita tu página web y a viajeros con verdadera intención de viajar.
- Generar reservas ahora sin duda aporta valor para el remarketing, aunque el cliente cancele posteriormente.

GDS Media

- En GDS Media pagas sólo por generación de impresiones
- El coste de publicidad está regulado por la demanda: el número de impresiones está directamente relacionada a la demanda en tu mercado, asegurando que estás pagado por tener presencia con agentes de viajes que buscan reservar.
- Tu MCM puede dirigir una mayor parte de tus anuncios a regiones con mayor probabilidad de hacer reservas en tu hotel.
- Puedes seleccionar fechas de promoción a 30 o 60 días en el futuro adaptado a las restricciones de viaje en la actualidad.
- Mantén tu posicionamiento en la búsqueda GDS, asegurándote que los agentes de viajes te encontrarán, evitando dejar este espacio de búsqueda a tu competencia.

Contacta a tu MCM hoy para conocer más sobre estas prácticas y otras estrategias para mitigar el impacto del COVID -19.