

I 4 pilastri del digital marketing alberghiero

Principali player e risultati attesi

01 SEARCH MARKETING

A cosa serve?

Il search marketing aumenta la visibilità del sito web ufficiale degli hotel posizionandolo in cima alla lista dei risultati di ricerca, tramite offerte per parole chiave o frasi specifiche. I primi risultati nell'elenco sono associati ai migliori offerenti, siano essi hotel o OTA.

Chi sono i principali player?



1000€ di ricavi generati da un investimento iniziale di 100€

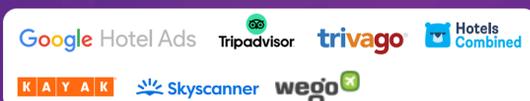
Fonte dei dati: D-EDGE Digital Media Study, 2019-2020

02 METASEARCH MARKETING

A cosa serve?

Gli albergatori collegano le loro migliori tariffe al metamotore, intercettando così più prenotazioni dirette e riducendo la dipendenza dalle OTA.

Chi sono i principali player?



1500€ di ricavi generati da un investimento iniziale di 100€

Fonte dei dati: D-EDGE Digital Media Study, 2019-2020

03 DISPLAY MARKETING E SOCIAL MARKETING

A cosa serve?

Nel momento in cui i potenziali viaggiatori sono più propensi a prenotare, sulla base della cronologia delle ricerche, compaiono annunci, banner e pop-up pubblicitari sui siti web o sui social di navigazione degli utenti, che li reindirizzano al sito web ufficiale dell'hotel.

Chi sono i principali player?



1200€ di ricavi generati da un investimento iniziale di 100€

Fonte dei dati: D-EDGE Digital Media Study, 2019-2020

04 PUBBLICITÀ MULTICANALE

Search, Metasearch, e Display Marketing sono strumenti complementari per aumentare il tasso di prenotazioni dirette.

Finalmente gli albergatori possono gestire e monitorare agevolmente le campagne digitali su tutti questi media grazie a MediaGenius, la prima piattaforma multimediale digitale dedicata agli albergatori e sviluppata da D-EDGE.



MediaGenius

COME I DIGITAL MEDIA SI INSERISCONO NELL' ITER DELLA PRENOTAZIONE

01 IMMAGINA

All' inizio dell'iter di prenotazione, i banner pubblicitari di display e social vanno ad agire sulle preferenze degli utenti che stanno meditando sulla prossima vacanza.



02 CERCA

Combinando la migliore offerta alle migliori parole chiave, il sito web dell'hotel compare tra i primi risultati della ricerca online.



04 PRENOTA

Suggerisci all'utente di finalizzare la prenotazione. Gli annunci display e social lo reindirizzano alla pagina del sito del tuo hotel.



03 CONFRONTA

Una volta che il programma del viaggio è stato deciso, il viaggiatore controlla sui metamotori di aver ottenuto il miglior prezzo.

