

Os 4 pilares do marketing digital em hotelaria

Quem são os principais intervenientes e quais os resultados expectáveis.

01 MARKETING DE PESQUISA

Qual a finalidade?

O marketing de pesquisa garante que o site oficial do hotel aparece no topo dos resultados de pesquisa através da colocação de ofertas em palavras-chave específicas de pesquisa. Os resultados do topo são atribuídos à melhor oferta, quer seja hotel ou OTA.

Quem são os principais intervenientes?



1000€ de receita gerada por 100€ gastos

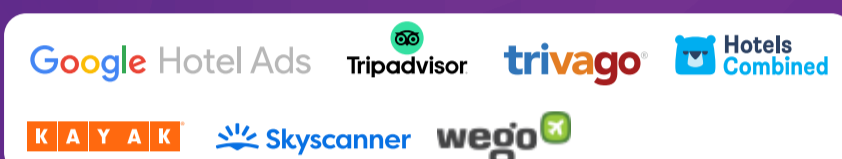
Dados fornecidos por um Estudo de Meios de Comunicação Digital D-EDGE, 2019-2020

02 MARKETING DE METASEARCH

Qual a finalidade?

Ao associarem os seus melhores preços aos metasearch, os hoteleiros conseguem mais reservas diretas e reduzem a sua dependência das OTAs.

Quem são os principais intervenientes?



1500€ de receita gerada por 100€ gastos

Dados fornecidos por um Estudo de Meios de Comunicação Digital D-EDGE, 2019-2020

03 DISPLAY E SOCIAL MARKETING

Qual a finalidade?

Quando há uma maior probabilidade dos viajantes efetuarem reservas, segundo o seu histórico de pesquisa no passado, surgem banners publicitários nos sites ou meios de comunicação social pesquisados, redirecionando-os para o site oficial do hotel.

Quem são os principais intervenientes?



1200€ de receita gerada por 100€ gastos

Dados fornecidos por um Estudo de Meios de Comunicação Digital D-EDGE, 2019-2020

04 PUBLICIDADE MULTICANAL

Pesquisa, Metasearch e Display são meios de comunicação complementares para aumentar as reservas diretas.

Agora, os Hoteleiros podem gerir e monitorizar facilmente as suas campanhas digitais em todos estes meios de comunicação graças à MediaGenius, a primeira plataforma de gestão de campanhas de marketing, dedicada aos hoteleiros, desenvolvida pelo D-EDGE.



MediaGenius

COMO OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL SE ADEQUAM AO PERCURSO DA RESERVA DOS VISITANTES

01 PENSAR

Na etapa pressuposta do percurso da reserva, banners publicitários sociais e de display visam os viajantes que pensam nas suas próximas férias.



Pensar

02 PESQUISAR

Ao fazer a maior oferta associada às melhores palavras-chave, o site do hotel aparece nos resultados do topo das pesquisas online.



Pesquisar



Reservar



Comparar

04 RESERVAR

É solicitado ao visitante que finalize a sua reserva. Os anúncios sociais e de banners irão redirecioná-lo para o site do seu hotel.

03 COMPARAR

Logo que o plano de viagem está definido, o viajante verifica em Metasearch a qual o melhor preço.

