



Banyan Tree Mayakoba SEM

Perfil del cliente

Banyan Tree Hotels & Resorts es una de las empresas líder a nivel internacional en la industria de la hospitalidad. Desde su primera apertura en Phuket, Tailandia en 1994, se han expandido a 9 países con 25 propiedades ubicadas alrededor de Asia-Pacífico, Medio Oriente y en América. Banyan Tree mantiene su compromiso de sostenibilidad medioambiental y conciencia ecológica. Banyan Tree Mayakoba es el símbolo de la elegancia y la naturaleza, llevando el estilo de vida caribeño a un nuevo nivel, un lugar que trae la hospitalidad asiática a la idílica Riviera Maya.

Objetivos de la Campaña

Desde 2016, Sojern se ha aliado con Banyan Tree Hotels & Resorts para crear una presencia de marca en los viajeros que visitan el destino donde se ubican y también para generar más reservas a sus hoteles en México. A través de esta alianza, Sojern aprovecha los millones de perfiles de viajeros a los que tiene acceso para detectar aquellos que buscan visitar los destinos en donde Banyan Tree está presente, y que probablemente no tiene conocimiento de sus propiedades. Sojern llega a esos viajeros en el preciso momento que están en la búsqueda de un hotel e influencia al cliente para visitar y reservar Banyan Tree.

Banyan Tree invirtió mucho en estrategias de Search Engine Marketing (SEM), sin embargo, los resultados no fueron los esperados. "Estaba decepcionado con los resultados obtenidos el año pasado", comentó Serio Serra, Area Director de América para Banyan Tree. "El retorno de inversión (ROI) fue alrededor de \$1.50 por cada \$1 invertido, lo cual es relativamente bajo". La propiedad de Mayakoba estaba particularmente encantada con el rendimiento de la campaña lanzada con Sojern, por lo que se decidió dar oportunidad al modelo RevDirect para ver si podría hacer funcionar de una mejor manera esta estrategia.

Enfoque y Planteamiento de Sojern

Sojern le dio la oportunidad a Banyan Tree Mayakoba de lanzar la estrategia de SEM bajo el mismo esquema de su actual campaña, siendo prácticamente una extensión de la misma, por lo que RevDirect™ SEM fue lanzada a finales de Octubre 2016. Tener acceso en tiempo real a buscadores y perfiles de datos le permite a Sojern dirigirse a los usuarios con el mensaje apropiado a través de su patrón de compra.

Por ejemplo, Sojern puede mostrar a los viajeros interesados en llegar al destino un anuncio de Banyan Tree para crear conciencia de marca. Con la marca Banyan Tree en la mente, Sojern se asegura de que cuando el usuario realice una nueva búsqueda de la marca en los principales buscadores Banyan Tree Mayakoba aparezca en las primeras posiciones de la página de resultados (SERP).

Es una solución omni-channel que proporciona mayor efectividad en el retargeting a través de los diferentes canales así como los mas precisos reportes de ingreso y retorno de inversión de ambas estrategias: Search y Display.

Además, el equipo de manejo de cuentas de Sojern está constantemente evaluando y optimizando la campaña para que tenga mejores resultados y va aplicando lo que ha funcionado en display a la estrategia de SEM y viceversa.

Banyan Tree Mayakoba recibió 140 reservas adicionales en un periodo de cinco meses y mas de medio millón de dólares de ingresos adicionales de su estrategia SEM. A través de este y de sus esfuerzos de display con RevDirect sus reservaciones directas se incrementaron hasta un 20% vs el año pasado a la misma fecha. Que mas?, Serra y su equipo aprecian la transparencia y modelo de pago por rendimiento que Sojern les provee. Ya sea solo participando con el modelo de Display o combinando la estrategia de Display + SEM RevDirect usted solo paga comisión por reservas efectivas al término de la estancia del huésped.

Serra mencionó, "Lo que mas me gusta acerca de su modelo de negocio es que ustedes no obtienen ganancias si nosotros no obtenemos ganancias" y acentuó "Así de simple".

Resultados & Conclusiones

Generó 140 reservaciones directas con SEM.

Generó \$516,000 en ingresos por reservas directas en los primeros cinco meses.

Incrementó el negocio directo a un 20% comparado con el año anterior a través de la combinación de estrategias SEM y RevDirect display.

Incrementó el Retorno de Inversión (ROI) en Search de 1.5:1 a 7:1

Sergio Serra

Area Director de Americas en Banyan Tree Hotels & Resorts

"No es un volado—Funciona porque es basado en resultados, esa es la mejor parte! La única estrategia de SEM que lanzaremos ahora será a través de Sojern".

Resultados de SEM en Google y en Bing

