

# CASO DE ÉXITO

## SOL Y MAR HOTELES

### SOL Y MAR TRIUNFA EN GOOGLE HOTEL ADS CON LA AYUDA DE MIRAI+DINGUS

#### SOL Y MAR HOTELES

- Cadena familiar con 2 hoteles 4\*
- Ubicados en primera línea de Calpe
- Gastronomía, piscinas, gimnasio, spa, jacuzzi y salas para eventos

[www.solymarhoteles.com](http://www.solymarhoteles.com)

#### MIRAI

- Partner hotelero con soluciones para optimizar la venta directa
- Integrador oficial de Google H. Ads
- Integrado con Dingus

[www.mirai.com](http://www.mirai.com)

#### DINGUS

- Proveedor de herramientas tecnológicas para hoteles
- Su Channel Manager permite la gestión online de todos los canales de venta del hotel

[www.dingus.es](http://www.dingus.es)

#### RETO

- Conectar a GHA para capturar demanda existente
- Aumentar ventas directas
- Reducir costes de distribución

#### RESULTADOS

- Impression share del 94%
- 115.000 impresiones/mes
- 5.500 clics/mes
- Conversión superior al 2%
- Coste inferior al 10%

*“Trabajar con Mirai ha sido un acierto. Su tecnología te permite tener la presencia necesaria allí donde pequeñas cadenas como nosotros no podemos llegar solos, además del apoyo profesional de su equipo que en todo momento te mantiene informado de las campañas”*

**Sergio Baudot**

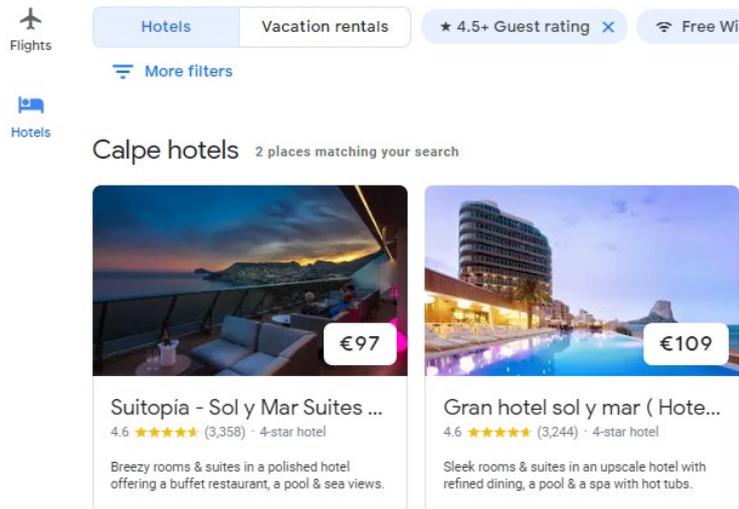
Director comercial de Sol y Mar

Sol y Mar apuesta por una estrategia de venta online y directa. Esto supone trabajar con una distribución ordenada (pocos, pero buenos partners que aportan valor real) y mejor precio directo, además de aplicar ventajas exclusivas a los clientes que reservan por su web.

Consciente de la actual importancia de los metabuscadores, en especial de Google Hotel Ads (GHA), Sol y Mar contrató a Mirai para conectar su venta directa con ellos y aprovechar así la oportunidad de captar su tráfico. Para ponerlo en marcha lo primero fue conseguir el inventario y precios a través de su Channel Manager, Dingus.

Gracias a su buena integración con Dingus, Mirai conectó a Sol y Mar con GHA en pocas semanas y casi de inmediato se convirtió en uno de los principales canales de ventas directas. Todo ello a un coste total menor al 10% -muy por debajo de la comisión de las OTA, que antes se llevaban toda esta venta-, y con un riesgo controlado, gracias al modelo de comisión de Google que permite pagar solo un 10% del valor de las estancias (no reservas) que sean reservadas dentro de las 24 horas siguientes al clic en Google.

GHA genera al mes más de 115.000 impresiones, que producen cerca de 5.500 clics y que convierten a más del 2%, y con valores medios de reservas muy sanos, cercanos a las cuatro cifras. Todo esto medido con atribución "last click", por lo que, si miramos las ventas asistidas, estos valores se aumentan.



Las claves de este éxito son varias; publicamos precios para cada tipo de habitación, ocupación, régimen, tarifa y monedas según los mercados relevantes como UK, su segundo mercado tras España. Además, se optimizan los call-outs con los valores diferenciales de la venta directa y se ofrece la posibilidad de diferenciar el precio por dispositivo y audiencia. Esto hace que Sol y mar esté entre las primeras posiciones de los resultados, con una media de 1.3, lo que permite, además, aparecer con dos tipos de habitación. Todo ello con una fiabilidad y rapidez que coloca a Mirai como uno de los principales partners de Google a nivel mundial.

Según Jaume Monserrat, CEO de Dingus, “se confirma el acierto de nuestra estrategia en lo que a posibilitar la intervención de otros actores en la cadena de venta se refiere, sin que el hotel pierda la centralización de la comercialización. Todo ello en un entorno unificado y seguro como Bookincenter, al que Dingus sólo permite acceder (vía integración) a los partners más fiables.

#### CONCLUSIÓN

Sol y Mar disfruta, sin inversiones arriesgadas, de un canal de marketing / distribución que desde su activación se ha convertido en uno de sus principales canales de tráfico y ventas web (además creciendo) y que le permite triunfar con su estrategia de venta directa.