

# Les 4 piliers du marketing digital pour les hôtels

Découvrez qui sont les principaux acteurs et les résultats que vous pouvez en attendre.

## 01 SEARCH MARKETING

### Dans quel but ?

Le search marketing consiste à placer des enchères sur des mots-clés pour apparaître en tête des résultats des moteurs de recherche. Les premiers résultats vont aux plus offrants, qu'il s'agisse d'hôtels ou d'agence de voyage en ligne.

Qui sont les principaux acteurs du marché ?



1 000 € de revenus générés pour 100 € dépensés

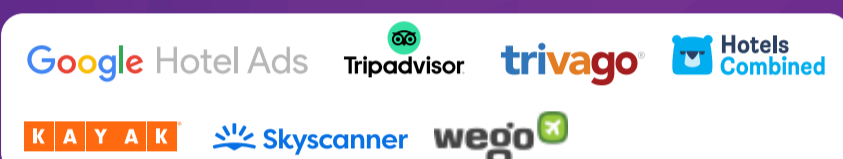
Source : étude sur les médias digitaux de D-EDGE (2019-2020)

## 02 METASEARCH MARKETING

### Dans quel but ?

En connectant leurs meilleurs tarifs au metasearch, les hôteliers obtiennent davantage de réservations directes et réduisent leur dépendance à l'égard des agences de voyage en ligne.

Qui sont les principaux acteurs du marché ?



1 500 € de revenus générés pour 100 € dépensés

Source : étude sur les médias digitaux de D-EDGE (2019-2020)

## 03 DISPLAY & SOCIAL MARKETING

### Dans quel but ?

Lorsque les voyageurs sont les plus susceptibles de réserver, en fonction de leur historique de recherche, des bannières publicitaires apparaissent sur les sites web ou les médias sociaux qu'ils parcourent, les redirigeant vers le site officiel de l'hôtel.

Qui sont les principaux acteurs du marché ?



1 200 € de revenus générés pour 100 € de dépenses

Source : étude sur les médias digitaux de D-EDGE (2019-2020)

## 04 MULTICHANNEL ADVERTISING

Search, Metasearch et Display sont des médias complémentaires destinés à augmenter les réservations directes.

Désormais, les hôteliers peuvent facilement gérer et suivre leurs campagnes digitales sur tous ces médias grâce à MediaGenius, la première plateforme digitale multi-média dédiée aux hôteliers, développée par D-EDGE.



MediaGenius

## COMMENT LES MÉDIAS DIGITAUX S'INTÈGRENT DANS LE PARCOURS DE RÉSERVATION DES HÔTES

### 01 RÉFLEXION

Au premier stade du processus de réservation, les bannières publicitaires ciblent les voyageurs qui réfléchissent à leurs prochaines vacances.



Réflexion

### 02 RECHERCHE

En effectuant des enchères élevées sur les bons mots-clés, le site web de l'hôtel se retrouve dans les premiers résultats des recherches en ligne.



Recherche



Réserveation



Comparaison

### 04 RÉSERVATION

Encouragez le client à finaliser sa réservation avec des bannières publicitaires qui le redirigeront vers le site web de votre hôtel.

### 03 COMPARAISON

Une fois le plan de voyage établi, le voyageur vérifie sur les Metasearches qu'il bénéficie du meilleur prix.

