

CASO DE ÉXITO

¿CÓMO LOGRA MELIÁ
PROPONER OFERTAS
PERSONALIZADAS A SUS
CLIENTES?

CONTEXTO

- Líder español en el sector hotelero
- Empresa creada en 1956
- **23 millones** de clientes
- **377 hoteles** en 40 países

7 marcas

MELIÁ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÁ

PARADISUS
BY MELIÁ

Sol
by Meliá

INNSIDE
BY MELIÁ

TRYP
BY WYNDHAM

GRAN MELIÁ
HOTELS & RESORTS

OBJETIVOS



Incrementar el margen de ventas en los principales mercados de origen

Objetivo: Pasar de **un 25% a un 40%** en ventas digitales



Mejorar la experiencia digital del cliente e incrementar el número de clientes fieles

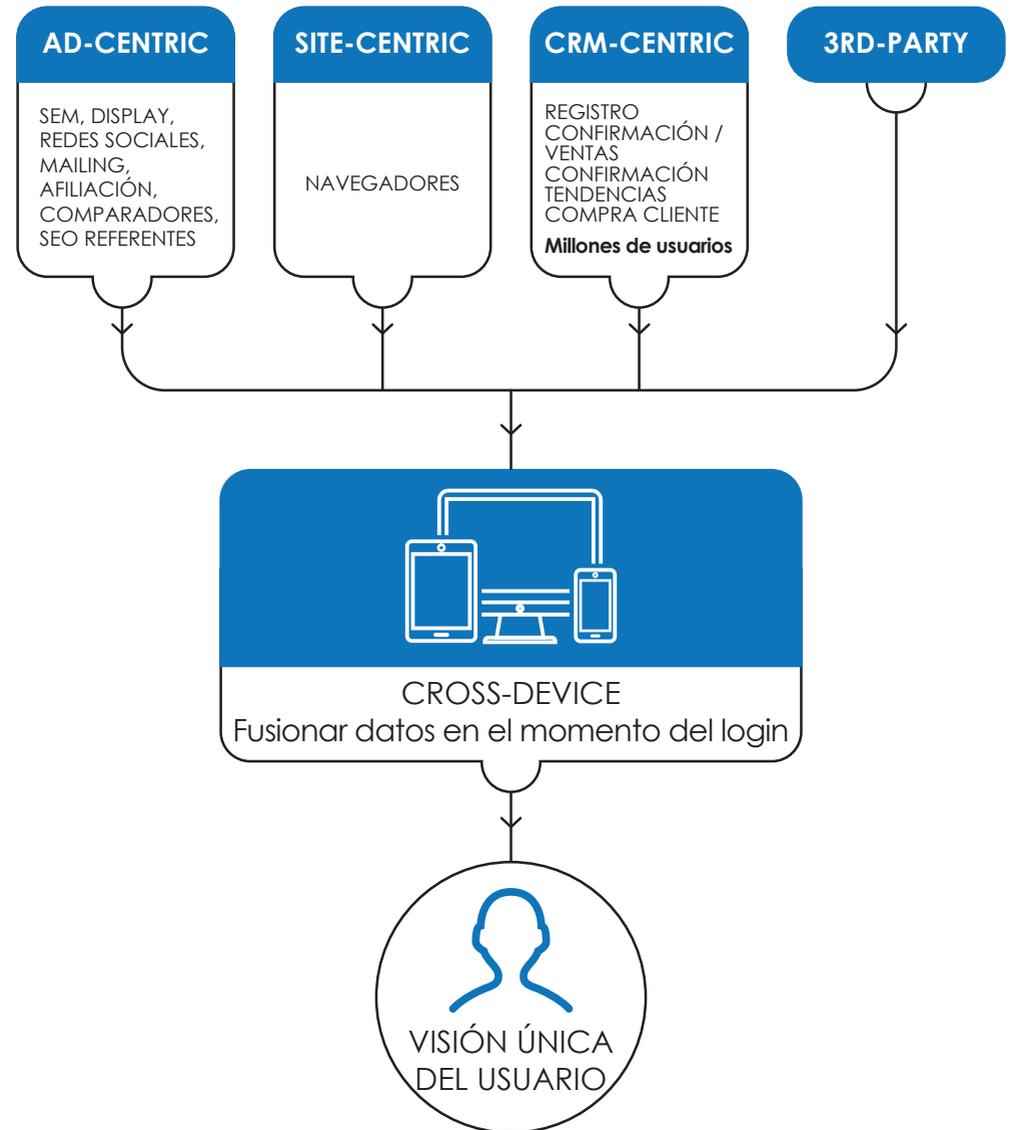
Objetivo: Pasar de **un 30% a un 50%** de clientes fieles



SISTEMA IMPLEMENTADO

Integración de la DMP Eulerian

1. Enriquecimiento de los clientes de Meliá



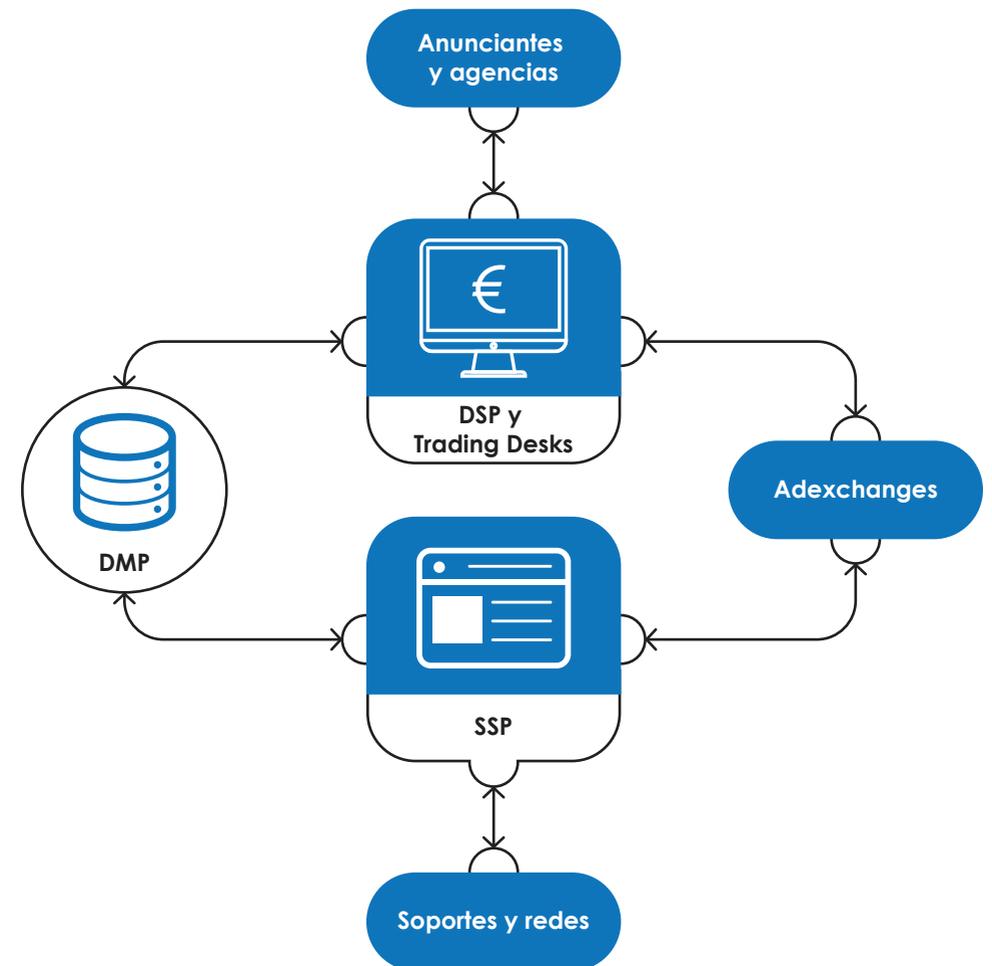
2. Uso de datos en las campañas de Meliá

¿Qué uso se hace de los datos y cómo se segmentan?

¿Qué hace el cliente en la web?	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto online • Tasa de rebote • Duración de la sesión • Tráfico cualificado • Última búsqueda
¿A dónde quiere ir el cliente?	<ul style="list-style-type: none"> • Destinos principales • Destinos preferidos del cliente
¿Cómo le gusta viajar al cliente?	<ul style="list-style-type: none"> • Tipología de cliente • Compra avanzada • Duración de la estancia
¿Cuál es la marca favorita del cliente?	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencias

3. Envío de datos

EULERIAN ha implementado un cookie-matching con los partners de Meliá, permitiendo así la activación de segmentos de audiencia mediante una conexión s2s en tiempo real.



4. Activación de datos

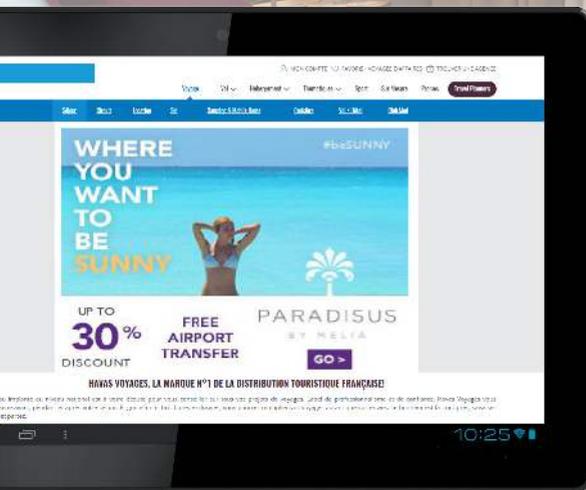
Tras la recopilación y clasificación de los diferentes datos gracias a la DMP, Meliá creó 15 audiencias, las cuales contienen 97 segmentos. Estos segmentos se basan en el comportamiento de navegación, el tipo de cliente, la interacción con campañas anteriores y las preferencias del cliente.

Meliá personaliza banners para proponer ofertas específicas a cada segmento, realizando así una comunicación one-to-one con sus clientes, tanto fieles como potenciales.

5. Análisis de campañas

Gracias a EULERIAN, Meliá ha podido evaluar el impacto de sus campañas en función del rendimiento de cada segmento mediante el análisis cross-device.

Ejemplos de banners :



RESULTADOS

x2

Alcance de clientes (200 mill. enviados)

x3

Ingresos incrementales (20 mill. de euros adicionales)

15

Audiencias creadas

97

Segmentos creados



Alejandro Antelo Pantrigo

Global Campaigns &
Attribution Model en Meliá
Hotels International

“El equipo de marketing digital se puso unos objetivos realmente ambiciosos para este proyecto. Elegimos EULERIAN porque buscábamos una tecnología de recopilación de datos como la DMP que se caracterizase por su precisión, su seguridad y su fiabilidad. También era esencial que pudiese conectarse con otras tecnologías que ya habíamos implementado en Meliá, como los DSPs, los modelos de atribución, las bidding tools, etc. Finalmente, su capacidad para conectarse con los partners con los que ya trabajábamos nos hizo decidimos por esta tecnología.”



EULERIAN

- EULERIAN -
Calle Augusto Figueroa, 17, 4to Izda
28004 Madrid, ESPAÑA
www.eulerian.com



+34 918 67 55 03



comercial@eulerian.com



#EulerianTechES



/Eulerian-Technologies