

SUCCESS STORIES SERIES



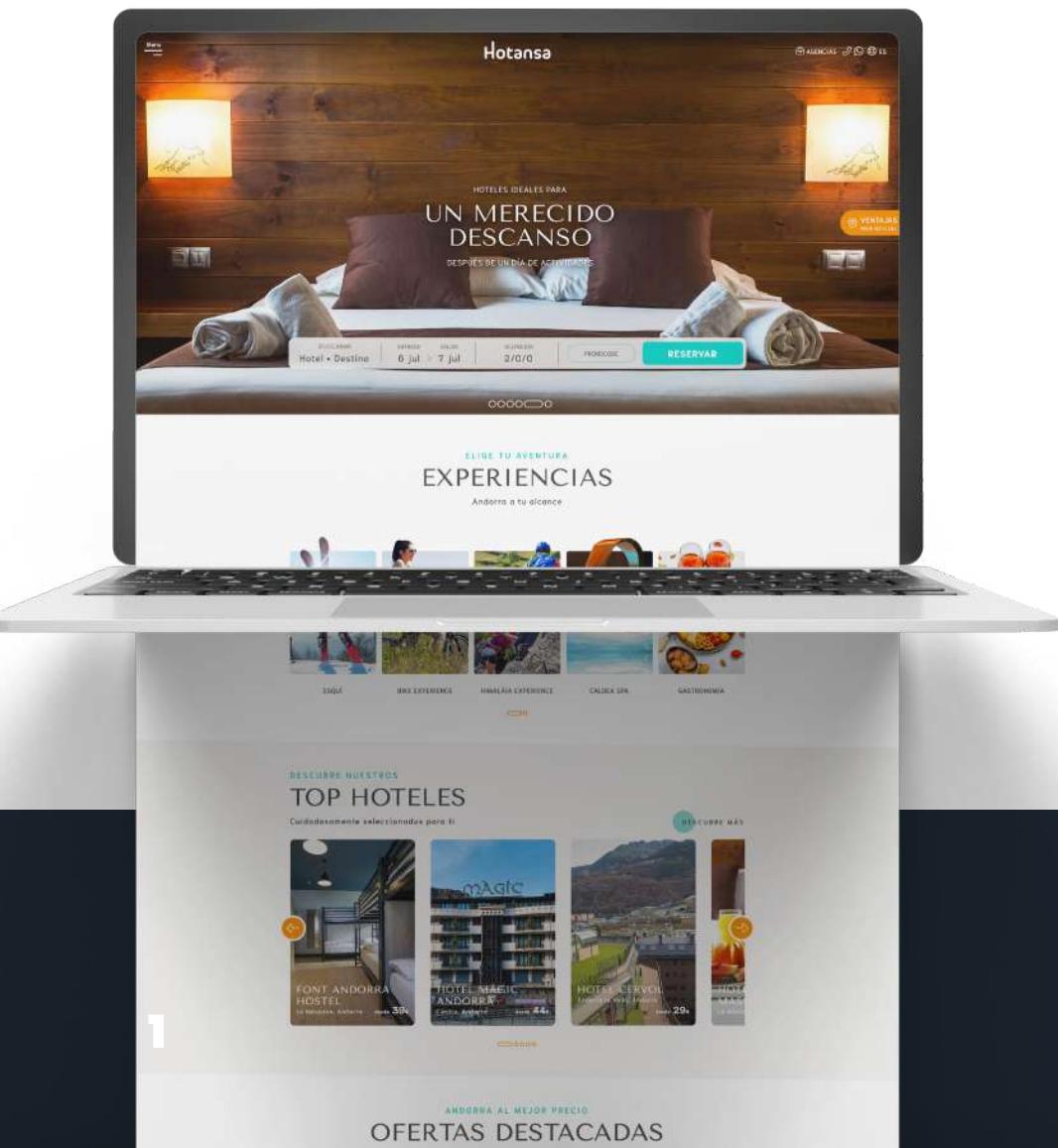
El canal directo de Hotansa
alcanza a su principal OTA y ya
es el segundo que más vende

PARATY / Hotansa
— T E C H —

CASO DE ÉXITO

El resultado con Paraty Tech es muy bueno, cada año con ellos mejoramos nuestros números

Gloria Paris, Sales Manager en Hotansa



Hotansa gestiona 18 establecimientos (16 hoteles, 1 hostel y 1 apartotel) que van desde las 2 hasta las 4 estrellas, ubicados en distintos destinos de Andorra.

Especialmente indicados para disfrutar de una temporada de invierno plena, también durante el resto del año ofrecen un amplio abanico de experiencias gastronómicas, deportivas, de aventura y de wellness, ideadas e ideales para todos los públicos.

Hotansa y Paraty Tech cruzaron sus caminos hace ya 2 años, cuando sentaron las bases de un proyecto de colaboración integral que incluyó la contratación del motor de reservas, web a medida, revenue management (Price Seeker), marketing digital (Paraty Digital Suite) y gestión de metabuscaodres (Paraty Metas).

Desde entonces, sus ventas directas no han dejado de crecer.

CASO DE ÉXITO

PROYECTO DE COLABORACIÓN INTEGRAL

SERVICIOS CONTRATADOS

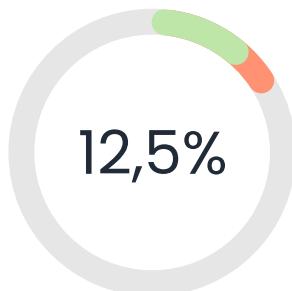
-  MOTOR DE RESERVAS Última versión, equipada con funcionalidades muy interesantes para Hotansa, como el Módulo Pro, para agencias de viajes.
-  DISEÑO DE PÁGINA WEB Página web corporativa a medida, con sistema de filtrado para la búsqueda de hoteles por destino, categoría y/o experiencia.
-  REVENUE MANAGEMENT Price Seeker para su estrategia de pricing, Rate Check y, muy pronto, Parity Maker. El Triángulo de la Paridad en estado puro.
-  PARATY DIGITAL SUITE SEO y SEM, Google Ads fundamentalmente, con una estrategia centrada en el branding y en la protección de su marca.
-  PARATY METAS Gestión de campañas en Google Hotel Ads, metabuscador en el que compiten OTAs y otros metabuscadores.

PARATY / Hotansa
— T E C H —

CASO DE ÉXITO

Venta Directa

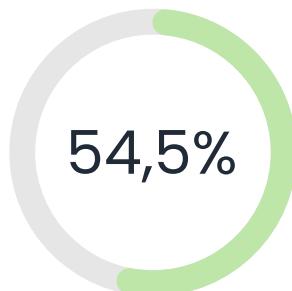
2º Canal que más vende



● Venta Directa (12,5%) ● Canal 1 (17%)

Ventas 2023 vs 2022

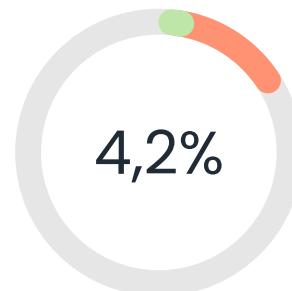
Porcentaje de Incremento



● Incremento Venta Directa

Coste Venta Directa

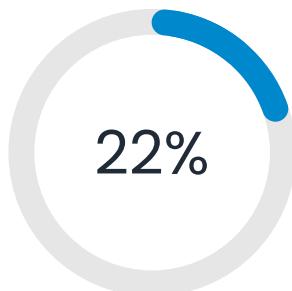
Comisión Motor + Marketing



● Directa (4,2%) ● Intermediada (17,2%)

Ventas Marketing

-24% de la Inversión Estimada



● Google Ads y Google Hotel Ads

Ventas Orgánicas

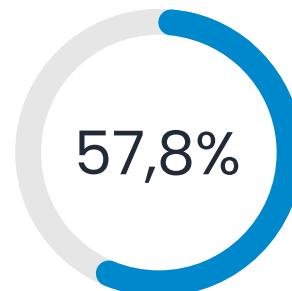
Del total de las Ventas



● Ventas procedentes de Tráfico Orgánico

Ventas PVP

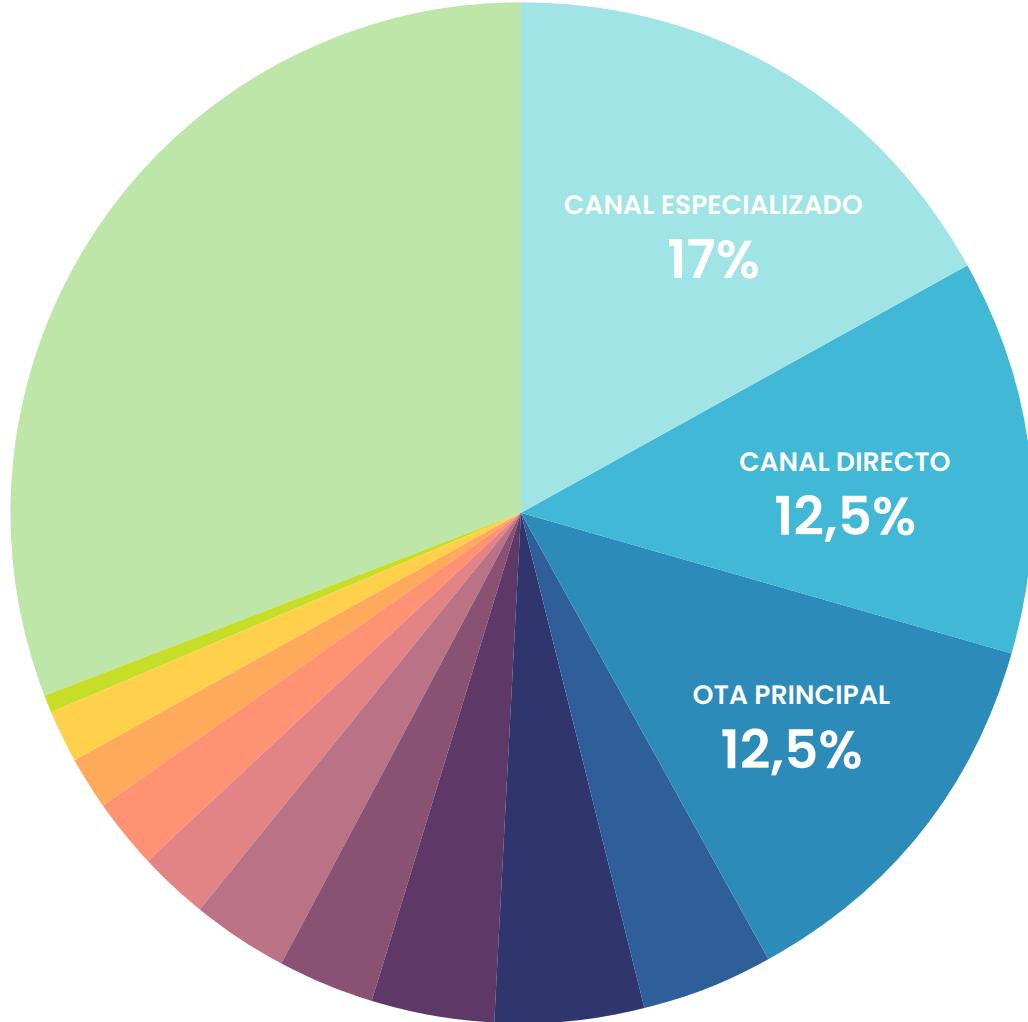
Del total de las Ventas



● Ventas con Tarifa PVP

RESULTADOS INVIERNO 2022-2023

CASO DE ÉXITO



Share de Distribución

Top 3 Canales - Ordenados por volumen de ventas

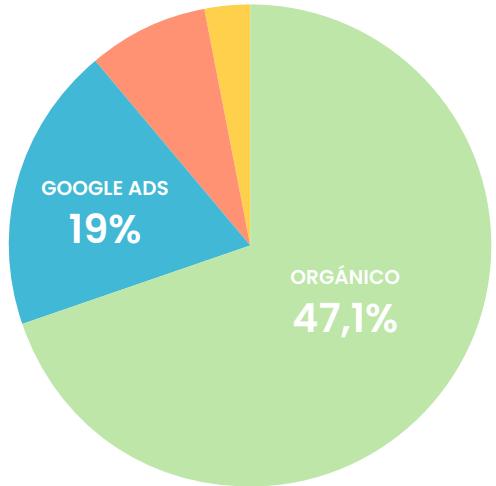
- | | |
|-------------------------|-------------------|
| ● CANAL 1 (17%) | ● CANAL 8 (3,1%) |
| ● CANAL DIRECTO (12,5%) | ● CANAL 9 (2,2%) |
| ● OTA PRINCIPAL (12,5%) | ● CANAL 10 (2,1%) |
| ● CANAL 4 (4,8%) | ● CANAL 11 (1,7%) |
| ● CANAL 5 (4,3%) | ● CANAL 12 (1,7%) |
| ● CANAL 6 (3,8%) | ● CANAL 13 (0,5%) |
| ● CANAL 7 (3,1%) | ● RESTO (30,9%) |

Con un 12,5% de share, el canal directo de Hotansa, es decir, las páginas web oficiales de cada uno de los hoteles, es ya el segundo que más vende, solo por debajo del canal número 1 en España en viajes de esquí, igualando a su principal OTA y situándose por delante de Expedia, TUI y W2M, entre otros.

Dado su bajo coste por reserva directa, Hotansa dispone de margen para invertir más en marketing y seguir escalando.

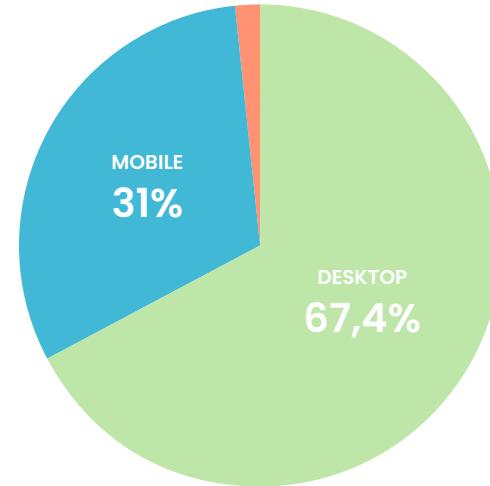
TOP 3 CANALES DE VENTAS 2022-2023

CASO DE ÉXITO



Origen Reservas De mayor a menor

- ORGÁNICO (69,1%)
- GOOGLE ADS (19%)
- ORIGEN 3 (8,1%)
- ORIGEN 4 (3%)



Dispositivos De mayor a menor

- DESKTOP (67,4%)
- MOBILE (31%)
- TABLET (1,6%)

El hecho de que casi un 70% de las reservas lleguen de forma orgánica habla del gran posicionamiento de las páginas web oficiales y de la marca Hotansa, a la par que ayuda comprender el coste tan bajo por reserva directa.

Por otro lado, resulta muy interesante ese 19% de reservas que llegan a través de las campañas de Google Ads. Una cifra que pone en valor el potencial de este canal, cada vez con más peso dentro del sector travel, e invita a incrementar la inversión.

La versión de escritorio de la web oficial sigue mandando. Con un 67,4%, más de la mitad de las ventas llegan por aquí, siendo los siguientes en la lista de dispositivos los teléfonos móviles, con un 31%, y las tablets, con un 1,6%, un porcentaje casi residual.

¿QUÉ NOS DEPARA LA NUEVA TEMPORADA? TODAVÍA EXISTE MARGEN DE MEJORA



CONCLUSIONES

Aunque siempre existe margen de mejora, los resultados obtenidos en la pasada temporada de invierno (22-23) son muy satisfactorios.

Con un incremento del 54,5% en reservas directas vs. el año anterior, las webs oficiales, con un 12,5% de share, se sitúan ya en segundo lugar en volumen de ventas, igualando a su principal OTA. El bajo coste de cada reserva directa (4,2%) invita al optimismo.



MEJORAS

Aprovechando la reducción del coste de cada reserva directa y la baja inversión en publicidad, este año es factible destinar más recursos a esta parcela.

Con este paso desde Hotansa esperan poder “atacar” a un cliente situado 1 o 2 niveles más abajo en el funnel de ventas, es decir, potenciales huéspedes que ya están pensando en ir a Andorra pero no tienen claro dónde alojarse. La publicidad programática puede ser buena opción.



OBJETIVOS

- Aumentar las ventas a través del canal directo aunque conlleve un mayor coste medio por reserva.
- Impactar a potenciales huéspedes situados en zonas más bajas del embudo de conversión.
- Dar a conocer y posicionar Hotansa como la mejor opción en Andorra.
- Aumentar la conversión en otros mercados, como UK, FR y DE.
- **Situar el canal directo en la primera posición en volumen de ventas.**

ESPAÑA

Avd. Manuel Fraga Iribarne 15
Bloque 4 · 1^a Planta
29620 Torremolinos, España
(+34) 952 230 887

info@paratytech.com
www.paratytech.com

MÉXICO

Corporativo Malecon Américas
Avd. Bonampark Sm. 6 Mz. 1 Lt. 1, 5^a Pl.
Cancún, México
(+52) 998 341 4897

info@paratytech.com

PORTUGAL

Avenida da Liberdade, 90
8200-153 Albufeira
Portugal
(+351) 300 506 271

info.portugal@paratytech.com

PARATY
— T E C H —

Paratworld