

A modern hotel interior featuring a lounge area with a blue sofa and a dining area with wooden tables and chairs. The background shows a bright, modern dining room with square pendant lights. A large blue and orange graphic element is on the right side of the image.

aMADEUS

Hotel Ciudad de Logroño

Caso de éxito

Descubre cómo las soluciones de Amadeus ayudaron a Hotel Ciudad de Logroño a impulsar su demanda y potenciar sus reservas a través del canal directo.

www.ciudadlogrono.com

El Reto

Tras los meses más duros para el sector provocados por la pandemia de la COVID-19, Hotel Ciudad de Logroño contactó con Amadeus con el objetivo de impulsar sus ventas y aumentar la ocupación a través del canal directo.

¿Cómo impulsar la demanda en la recuperación?

El Hotel Ciudad de Logroño, situado en el centro de la ciudad, cuenta con 95 habitaciones que se caracterizan por su amplio tamaño, óptimo para la comodidad de sus clientes. Su acogedor y moderno hall, su ubicación, sus sistemas de calidad y la profesionalidad de su plantilla hacen de este hotel una solución ideal para obtener un descanso reparador sin renunciar a la proximidad de las principales áreas comerciales y de ocio de la ciudad.



La Solución

Para impulsar las ventas directas, se propuso centralizar toda la distribución del hotel a través del iHotelier®, el CRS de Amadeus Hospitality, el cual integra motor de reservas, conectividad GDS y channel manager en una misma plataforma.

¿Qué ventajas supone esta integración?

iHotelier® CRS

- La integración permitió al hotel lograr **paridad de precios** en todos los canales y atraer más huéspedes a través de **nuevos canales** implementados como GDS y metabuscadores.
- Se activó la funcionalidad de **tarifas privadas por defecto** en el motor de reservas, ofreciendo de esta manera valor añadido al cliente sin afectar a la paridad de precios.
- Con la funcionalidad de **bloqueo de habitación** se buscaba recuperar revenue perdido y aumentar la conversión eCommerce de la web del hotel.

“

Sabíamos que era imprescindible lograr paridad de precios en todos los canales en los que estamos presentes y queríamos ofrecer un valor añadido en la venta directa que fidelizase al cliente.

La gestión automática de promociones era un servicio con el que no contábamos antes de trabajar con Amadeus y nos permite establecer una estrategia de precios que el CRS pone en marcha de manera autónoma.”

-Germán García Aguilar,
Revenue Manager

Los Resultados en 2022

Hotel Ciudad de Logroño trabajó con el equipo de expertos de Amadeus para lograr activar toda la distribución en un tiempo récord y asegurar la paridad de precios. Una vez conseguida, el siguiente paso fue activar todas las funcionalidades para lograr aumentar las ventas directas, como las tarifas privadas, bloqueo de habitación y conexión directa con los metabuscadores.



Hemos visto un aumento significativo de las reservas directas. Además, no todos los motores de reserva sitúan a la propiedad en las búsquedas de Google y otros metabuscadores, lo cual es cada vez más importante.

La integración de Amadeus con Viajes El Corte Inglés también ha marcado la diferencia para nosotros.”

- Germán García Aguilar,
Revenue Manager

Resultados jul 2019-feb 2020 Vs. jul 2021-feb 2022
(Prepandemia Vs. 2021-2022)

66% ↑

Aumento cuota de mercado del motor de reservas desde la implementación de la solución de Amadeus en julio 2021

40% ↑

Aumento de ventas Web comparado con el mismo periodo de 2019

Los Resultados en 2023

Tras los resultados registrados inicialmente al aplicar las recomendaciones y estrategias recomendadas por los expertos de Amadeus, los resultados para Hotel Ciudad Logroño continuaron mejorando durante 2023 gracias a continuar trabajando en su estrategia multicanal.

Estos fueron los resultados registrados con el motor de reservas en los 3 primeros meses del año:



Resultados 2023 Vs. 2022 (enero - marzo)

15% ↑

Aumento cuota de mercado del motor de reservas con respecto al mismo periodo del año pasado

17% ↑

Aumento de ventas Web comparado con el mismo periodo de 2022

“

Este año, una de nuestras prioridades es optimizar los canales metabuscadores, los cuales están aportando un flujo de reservas nuevas al motor de reservas que no teníamos anteriormente.

La conversión eCommerce general también ha mostrado signos de mejoría respecto a años incluso de prepandemia.”

- Germán García Aguilar,
Revenue Manager



| GRACIAS

¿Quieres saber más? ¡Contacta con nuestro equipo local de expertos hoy!