

# Nouveau code vendeur et renforcement de la notoriété de la marque :

Comment Louvre Hotels Group a bénéficié d'Amadeus Travel Seller Media



Louvre Hotels Group fait partie de Jin Jiang International, l'un des plus grands groupes hôteliers au monde. Avec 1 652 hôtels répartis dans 60 pays, Louvre Hotels Group a marqué l'industrie hôtelière avec des marques telles que Royal Tulip, Sarovar et Kyriad. Depuis sa création en 1976 en France, Louvre Hotels Group s'est développé pour devenir l'un des dix premiers groupes hôteliers en Europe.

La société est un client récurrent d'[Amadeus Media Solutions](#) et a récemment lancé une campagne Travel Seller Media pour annoncer son [changement de code GDS](#) (*système de distribution mondial*) tout en augmentant la notoriété de la marque. Louvre Hotels Group a compris l'importance de cibler les vendeurs de voyages sur leur canal de réservation préféré, puisqu'ils effectuent des réservations dont le rendement est exponentiellement plus élevé que celui des voyageurs individuels. Leur opinion et leur activité sont importantes. Influencer un seul vendeur de voyages peut se traduire par des dizaines de réservations GDS.

La société a regroupé ses deux anciens codes de fournisseur GDS en un seul : LI.

Amadeus Media Solutions, le leader du marché de la publicité GDS qui gère plus de 80 % des campagnes médias sur les plateformes de réservation GDS, a lancé des publicités pour Louvre Hotels Group sur le GDS Amadeus en ciblant une communauté internationale de vendeurs de voyages.

## Objectif

Communiquer le nouveau code fournisseur de Louvre Hotels Group à une audience mondiale de vendeurs de voyages sur la plateforme GDS Amadeus, tout en maximisant la visibilité de la marque et les réservations.

## Stratégie et tactique

Pour cibler les vendeurs de voyages directement pendant le processus d'achat et de réservation, la campagne comportait deux types d'annonces qui les incitaient à "réserver maintenant" :

- **Les annonces de connexion :** Ces annonces ont été placées sur la page de connexion d'Amadeus, où les vendeurs de voyages doivent saisir leurs informations pour entrer dans le système. Elles ciblaient des marchés prioritaires spécifiques pour leur marque, tels que la France, la Pologne et l'Espagne. Les annonces mettaient en avant le nom de la marque, son nouveau code de vendeur et d'autres caractéristiques positives telles que le paiement rapide des commissions et le nombre d'hôtels de différents classements par étoiles dans leur portefeuille.
- **Annonces d'ouverture de session dans le bandeau d'en-tête :** Ces publicités ont été placées dans le coin supérieur droit des écrans de connexion aux GDS, sur la page d'accueil des comptes, où les utilisateurs peuvent effectuer des recherches, gérer leurs préférences et se déconnecter. Lancées dans le monde entier, ces publicités annonçaient le nouveau code fournisseur et faisaient apparaître une fenêtre de contenu sponsorisé en cas de clic. Cette fenêtre présentait le logo de Louvre Hotels Group ainsi que les logos de chacune des marques de son portefeuille.

Une récente [enquête d'Amadeus](#) a révélé la fréquence à laquelle les vendeurs de voyages se connectent aux GDS.

- 60% des vendeurs de voyages accèdent à un GDS plus de 4 fois par jour
- La page d'accueil du GDS d'Amadeus reçoit environ 400 000 visites par jour.

La campagne a été lancée en octobre 2021, coïncidant avec le dernier trimestre de l'année et la montée en puissance de la variante Omicron. Même dans un contexte de volatilité du secteur du voyage, la campagne a continué à être diffusée et à donner de bons résultats.

# Résultats

La visibilité de la marque Louvre s'est accrue grâce aux annonces diffusées auprès de plus de 60 000 agences de voyage et de plus de 250 000 terminaux différents. La campagne a généré près de 3 000 réservations pour le conglomérat hôtelier, soit plus de 10 000 nuitées au total et près de 800 000 euros de ventes réalisées par les vendeurs exposés aux publicités. Si l'on compare les réservations d'octobre 2021 à celles de novembre 2021, la croissance a été de près de 4 %. En filtrant par destination, ce sont les hôtels du Louvre en France et en Pologne qui ont obtenu le plus grand nombre de réservations.

Lorsque l'on filtre par type d'annonce, les meilleures impressions **pour les annonces de connexion** peuvent être attribuées à l'Allemagne, à l'Espagne et à la France, tandis que les CTR (taux de clics) les plus élevés sont enregistrés au Royaume-Uni et au Maroc. **Les annonces de connexion** ont reçu le plus grand nombre d'impressions des États-Unis, de l'Argentine et de l'Espagne, tandis que les CTR les plus élevés peuvent être attribués aux États-Unis et à l'Arabie Saoudite. En s'associant à Amadeus, les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration peuvent obtenir des informations précieuses pour ajuster et améliorer leur stratégie publicitaire en fonction de l'engagement et de la performance, y compris des analyses détaillées par région.

Les publicités ont généré un total de 2,6 millions d'impressions et près de 3 000 clics, tandis que le retour sur investissement de la campagne (**ROAS**) était de près de **40**. Un tel ROAS est cinq fois supérieur à la moyenne du secteur et du marché.

## RÉSULTATS

± €800,000  
de ventes générées

2.6 millions  
d'impressions

± 40  
ROAS de la campagne

**Amadeus fournit des solutions média basées sur des données qui permettent d'obtenir des résultats mesurables pour l'industrie du voyage.** Avec Travel Seller Media, les hôtels peuvent influencer les agents de voyage et étendre leur portée en présentant l'offre de l'établissement et les dernières nouveautés grâce à la publicité payante. Les hôtels partenaires bénéficient d'une gestion de campagne de bout en bout par une équipe dédiée d'experts en marketing hôtelier, qui s'assure que les campagnes sont optimisées de manière proactive et que les clients surpassent leurs concurrents.

Pour plus d'informations, visitez le site [amadeus-hospitality.com/fr](https://amadeus-hospitality.com/fr) ou contactez un représentant Amadeus dès aujourd'hui.

Retrouvez-nous sur:

