



Groupe Posadas Générer de la demande en période de COVID-19

Étude de cas

Le groupe Posadas, principal opérateur hôtelier au Mexique, a dû fermer la plupart de ses 180 hôtels entre mai et avril 2020. Suite à des signes de reprise et à l'avancée de la campagne de vaccination au Mexique, cinq hôtels seulement sont restés fermés en mars 2021.

Tout au long de l'année écoulée, Amadeus et Posadas ont travaillé en étroite collaboration pour générer de la demande. Jose Lorenzo, vice-président du revenue management, de la distribution et de la technologie chez Posadas, nous donne un aperçu des défis auxquels ils ont été confrontés et de la façon dont ils les ont gérés.



Nous pensons que la COVID-19 va définitivement changer l'industrie du voyage et du tourisme. Nous aurons une pression qui sera exercée sur les tarifs et une offre excédente sur certaines de nos destinations durant de nombreux mois et années.



Jose Lorenzo,
vice-président du revenue management,
Distribution et Technologie chez Posadas

Le défi :

La perturbation du secteur du voyage induit par la COVID-19 a causé des incertitudes et des modifications dans le comportement des voyageurs. En conséquence, l'adoption de la technologie s'est accélérée afin que les entreprises du monde entier puissent répondre plus efficacement, de façon plus rapide et de manière adaptée à ce nouvel environnement. Pour Posadas, ces changements ont créé deux défis majeurs : comment ajuster leur stratégie afin de capturer la demande disponible sur les canaux en ligne et comment continuer à offrir une expérience mémorable aux clients dans un environnement qui donne la priorité au numérique.



Évolution et accélération des canaux de distribution numériques

« Les sites Internet et les OTA ont augmenté leur part d'activité de manière importante et la crise de la COVID-19 a accéléré cette transition. Nous devons nous adapter et approfondir l'intégration de nos données pour améliorer la portée et les taux de conversion de nos campagnes. »

La digitalisation tout au long du séjour du client

« La pandémie de COVID-19 nous a obligé à changer nos modes opératoires. Au début de la pandémie, nous étions réoccupés par le processus de transition de plusieurs de nos interactions humaines vers des contacts plus numériques et digitalisés. Le contact personnel et le service d'entretien ménager à Posadas sont nos principaux avantages par rapport à nos concurrents. Mais en fait, nous constatons que la technologie nous permet d'avoir plus de points de contact et nous offre une chance d'avoir un meilleur contact avec nos clients tout en leur offrant un meilleur service. »



La solution :

Posadas est partenaire d'Amadeus pour des solutions variées. Ils étaient parmi les premiers utilisateurs d'Agency360®, qui fait partie d'Amadeus Business Intelligence, et qui aide les hôteliers à mieux comprendre quelles sont les agences de voyages qui génèrent le plus de réservations auprès de leurs établissements, permettant ainsi à Posadas d'augmenter les réservations, de modifier sa part de marché et d'améliorer les performances des agences de voyages. Depuis plus de dix ans, Posadas est également client de GDS Media et utilise les informations stratégiques de la solution Agency360® pour alimenter les stratégies publicitaires de GDS Media. Il y a cinq ans, Posadas a ajouté à son portefeuille la solution iHotelier® Central Reservation System (CRS) d'Amadeus, qui lui permet d'optimiser

ses stratégies de réservation. Dans le cadre de cette solution, les fonctionnalités Enterprise et Multipromo leur permettent d'adopter une approche commerciale dynamique et flexible, un élément clé de leur stratégie pour être compétitifs face aux OTA. Ils peuvent ainsi conclure plus d'affaires de façon efficace. En fait, Posadas a particulièrement augmenté ses revenus par le biais des canaux en ligne depuis la mise en place d'iHotelier®. Plus récemment, ils ont décidé d'aller plus loin et de faire confiance à l'expertise d'Amadeus pour les solutions Web. Ensemble, Amadeus et Posadas ont lancé le site internet *La Colección*. Ils ont maintenant étendu ce partenariat au reste du portefeuille Web de Posadas. Posadas est également devenu client de Digital Media, lançant plusieurs campagnes avec succès depuis mars 2020, alimentant la visibilité et la rentabilité de leur site internet avec des publicités ciblées conçues pour générer du trafic qualifié et des réservations directes.



Comment la combinaison de ces solutions soutient-elle la stratégie de génération de la demande de Posadas?

Le lancement du site Web *La Colección* en juin 2020 a généré des résultats positifs, avec une augmentation **des revenus de plus de 300%** par rapport au même mois en 2019.

Un ensemble de données intégré

Posadas reçoit régulièrement des rapports de veille stratégique et des tableaux de bord d'[Amadeus Business Intelligence Demand360®](#) et [Recovery Insights](#), qui fournissent des données prévisionnelles d'occupation hôtelière et de trafic aérien, leur permettant d'adapter leurs stratégies en fonction des informations en temps réel.

Amadeus est le seul fournisseur du secteur capable de fournir des données à chaque étape du parcours client, ainsi qu'une vue à 360 degrés du marché, afin d'informer les stratégies de recettes et de tarification, le contenu marketing et l'expérience de réservation. En combinant ces informations avec le CRS d'Amadeus iHotelier, Posadas peut exploiter les préférences de ses clients potentiels et antérieurs, en leur proposant des publicités, des promotions, des communications ciblées et personnalisées, ainsi qu'une expérience de réservation optimisée.

« Les données sont l'atout le plus important pour notre stratégie de conversion et de CRM. »

« Nous nous concentrons sur l'amélioration de l'expérience client. Nous avons besoin d'un système solide qui assure des interactions fructueuses tout au long du parcours client. »

Une expérience et une conception intuitives

Désormais, avec Amadeus qui conçoit des sites Web pour le reste du portefeuille de Posadas, l'entreprise pourra augmenter les réservations directes grâce à un parcours client simplifié et personnalisé qui promeut sa marque et la met en avant.

« Nous voulons être prêts lorsque la demande commencera à revenir avec des sites Web plus modernes et un canal numérique puissant pour tirer parti de ces canaux et de ces segments. »

Un partenaire avec lequel grandir

Posadas est client de longue date, et ils continuent leur collaboration sur plusieurs projets stratégiques. Posadas a remplacé ses anciens systèmes disparates par une solution et un fournisseur uniques et intégrés, ce qui lui a permis d'économiser du temps et des efforts. Ensemble, Amadeus et Posadas espèrent poursuivre ce partenariat et renforcer la croissance et le succès de la marque Posadas.

« L'alliance stratégique avec Amadeus est aussi importante que la technologie. Ils participent activement aux décisions stratégiques et à la définition des étapes à venir. Ils ont fait évoluer notre conception de la compétitivité et notre manière de penser la stratégie numérique, nous aidant ainsi à être prêts pour cette nouvelle ère. »

« La gestion des tarifs de base et des messages de promotion et de marketing adéquats sont essentiels. »

Posadas adapte ses stratégies média pour les villes par rapport aux établissements de loisirs, en utilisant les informations qui se trouvent dans sa base de données clients, combinées à l'expertise de l'équipe Amadeus Media. Cela leur permet de définir et d'ajuster ces stratégies, y compris dans un environnement changeant et incertain. Aujourd'hui plus que jamais, il est essentiel de combiner les efforts pour attirer et engager les clients avec le bon contenu, au bon moment et sur les bons canaux, grâce à des actions marketing et média efficaces.

En mars 2021, résultats Web au niveau mondial de Posadas ont **augmenté de 47 %** par rapport aux revenus de 2019, grâce aux solutions d'Amadeus et de la stratégie média élaborée de façon conjointe.



Pour ce qui est des hôtels de loisirs, Posadas a déjà constaté des résultats positifs dans leurs récentes campagnes médias. Dans les limites des réglementations gouvernementales établies en matière de taux d'occupation, leurs taux retrouvent déjà les niveaux atteints en 2019.

Grâce aux campagnes médias, revenus de Mars 2021 ont augmenté **de 364 % par rapport à Mars 2019.**

En ce qui concerne la stratégie média de leurs hôtels urbains, les résultats sont plus faibles en raison de la reprise plus lente des voyages d'affaires, mais Posadas constate toutefois que leurs campagnes média ciblant des individus ont généré des résultats satisfaisants.

Amadeus Demand Generation

Devenez un pionnier dans la nouvelle ère de la distribution, de la commercialisation et du marketing pour votre hôtel avec la seule solution complète sur le marché pour la génération de la demande.

En savoir plus

Construisons l'avenir de l'hôtellerie

Amadeus Hospitality est votre partenaire pour grandir. Nous disposons de la technologie la plus innovante de l'industrie, nous proposons une large sélection de solutions conçues par des experts hôteliers, destinées aux hôtels de toute taille dans trois domaines principaux : distribution et marketing, gestion de la clientèle et gestion hôtelière.

Pour plus d'informations
visitez notre site Web dédié amadeus-hospitality.com/fr/
ou contactez votre Account Manager Amadeus dès aujourd'hui.

Retrouvez nous sur

