

ÉTUDE DE CAS

COMMENT MELIA
PERSONNALISE SES
OFFRES PUBLICITAIRES
GRÂCE À LA DMP ?

CONTEXTE

- Leader espagnol dans le secteur de l'hôtellerie
- Entreprise créée en 1956
- **23 millions** de clients
- **377 hôtels** répartis dans 40 pays

7 marques

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

Sol
by Melià

INNSIDE
BY MELIÀ

TRYP
BY WYNDHAM

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

OBJECTIFS



Augmenter les marges sur les ventes digitales provenant des principaux marchés apporteurs d'affaires.

Objectif : augmentation de **25% à 40%** parts des ventes digitales



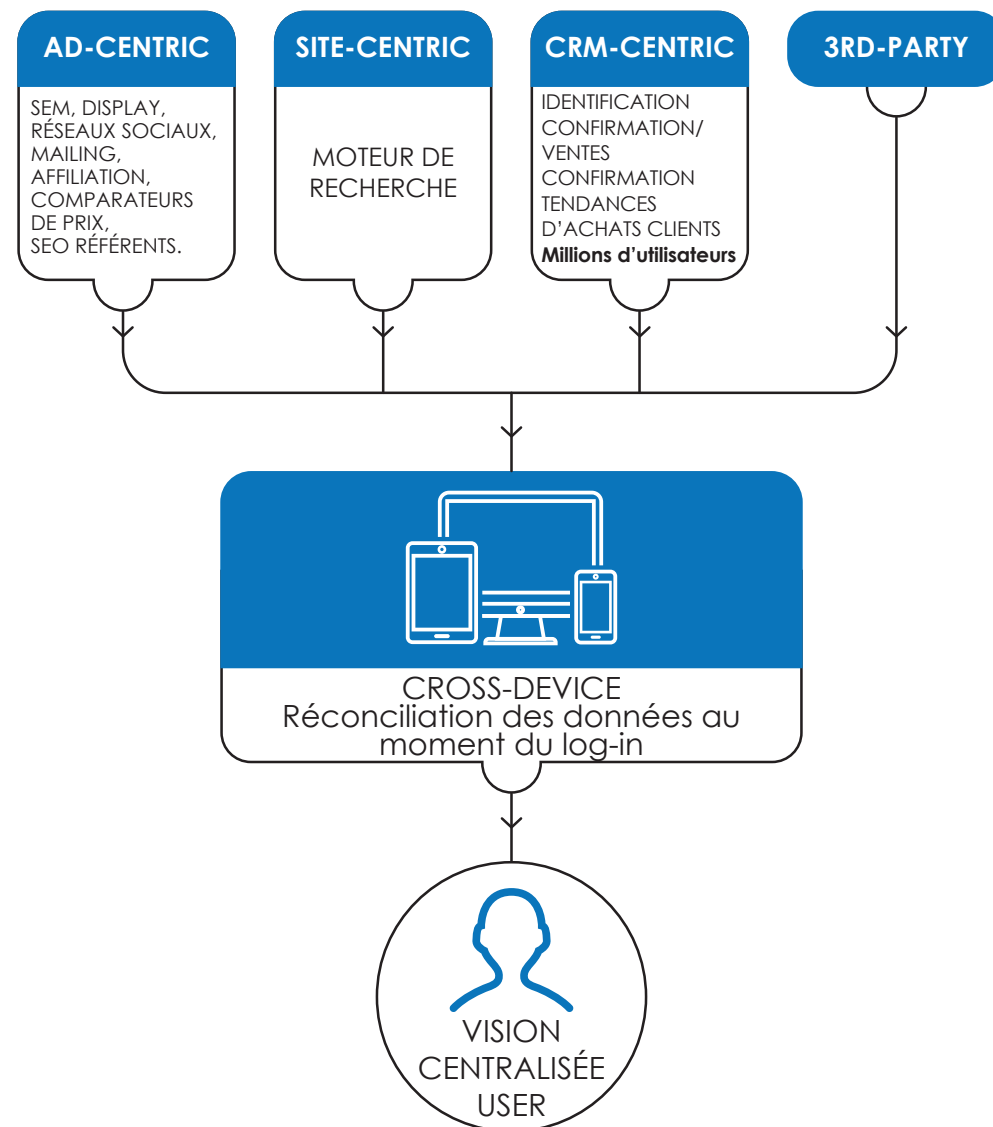
Améliorer l'expérience digitale du client et fidéliser toujours plus de clients

Objectif : augmentation de **30% à 50%** du chiffre d'affaires généré par les clients fidèles

IMPLEMENTATION DU SYSTEME

Intégration de la DMP Eulerian

1. Enrichissement de la base client Melia



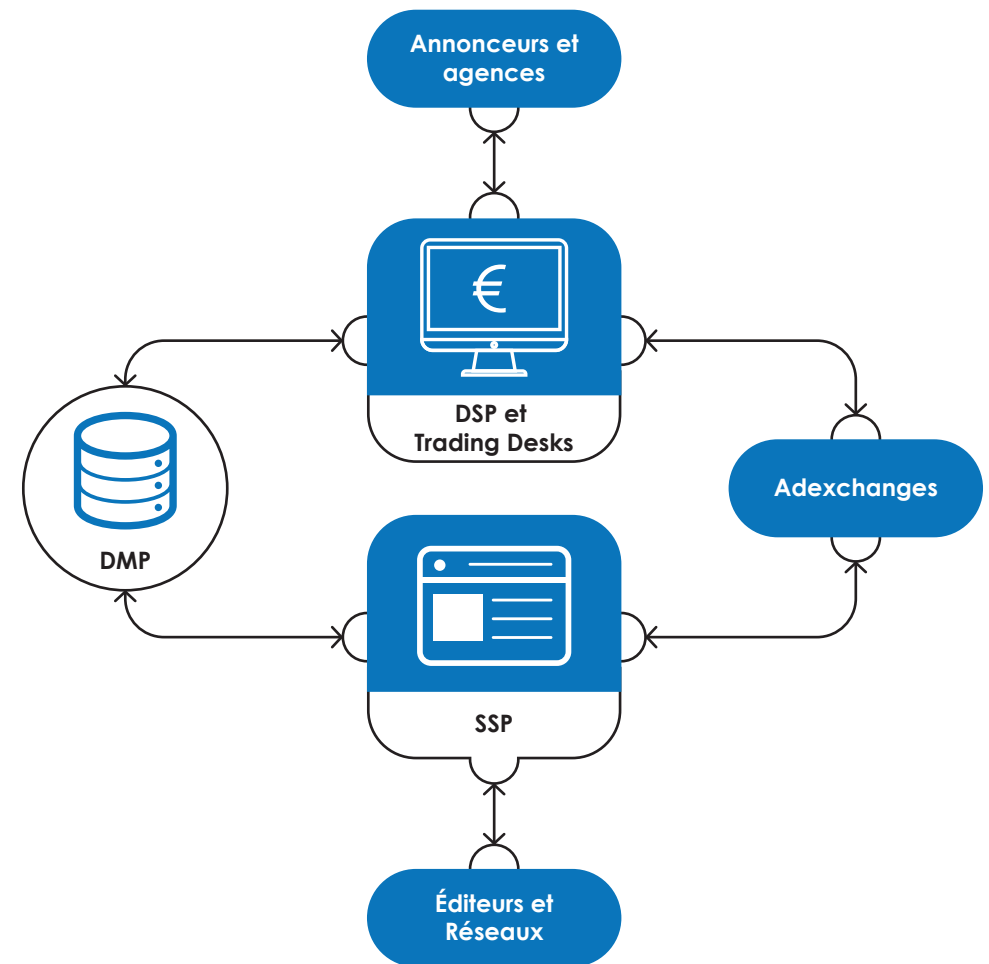
2. Utilisation de la data dans les campagnes Melia

Comment la data est-elle segmentée et utilisée ?

Quel est le comportement du client sur le site ?	• Impressions • Taux de rebond • Durée de la session • Qualification du trafic • Dernière recherche
Où le client souhaite-t-il aller ?	• Top destinations • Favoris client
Comment le client aime-t-il voyager ?	• Typologie client • Achat avancé • Durée du séjour
Quelle est la marque préférée du client ?	• Préférences

3. Envoi des données en temps-réel

EULERIAN met en place un cookie-matching avec les partenaires Melia capables d'activer les segments d'audience via une connexion S2S en temps-réel.



4. Activation de la data

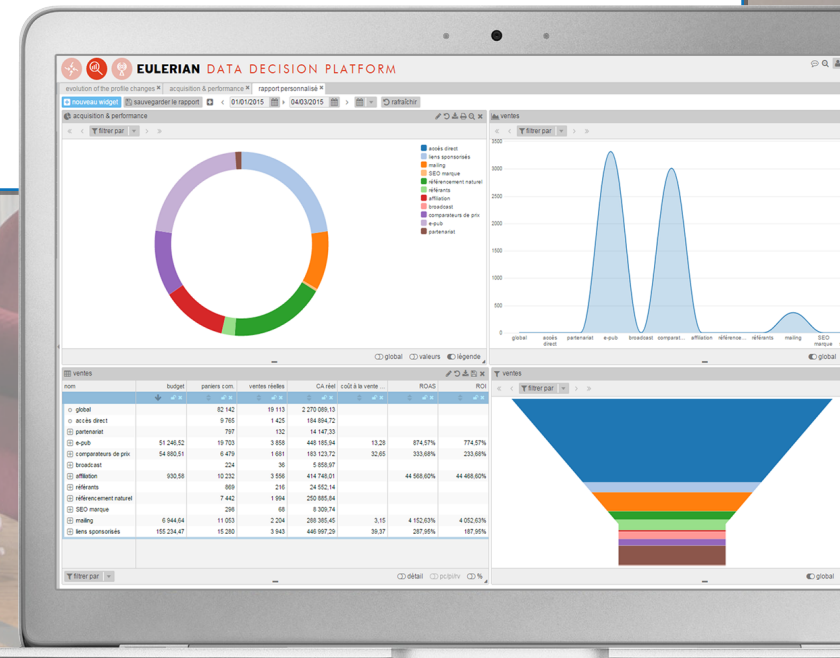
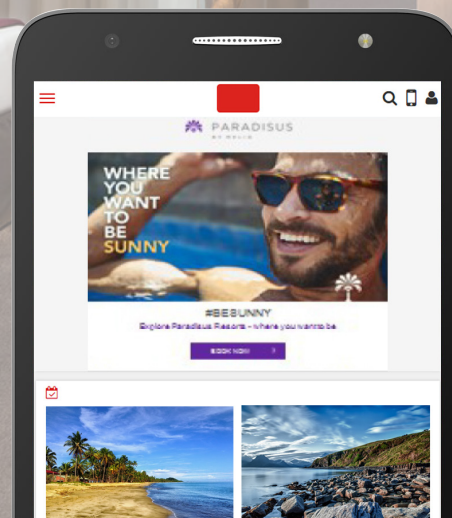
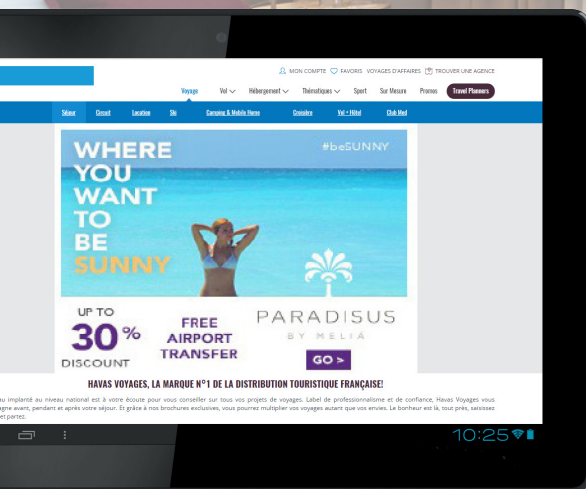
Après avoir collecté et trié les données grâce à la DMP, Melia a créé 15 audiences contenant 97 segments. Ces segments sont basés sur le comportement de navigation, la typologie des clients, leurs interactions avec les campagnes précédentes ainsi que leurs préférences.

Melia personnalise les bannières pour proposer une offre propre à chaque segment et entrer dans une véritable communication one-to-one avec clients et prospects.

5. Analyses fine des campagnes

Grâce à EULERIAN, Melia est désormais capable d'évaluer l'impact de ses campagnes marketing et de comparer la rentabilité de chaque segment via une analyse cross-device.

Exemples de bannières :



RESULTATS

x2

Nombre de clients touchés (200 millions d'envois)

x3

Revenu incrémental (20 millions € supplémentaires)

15

Audiences créées

97

Segments créés



Alejandro Antelo Pantrigo

Global Campaigns &
Attribution Model,
Meliá Hotels International

« Notre projet de marketing digital est très ambitieux. Une DMP propre s'est avérée être un atout indispensable afin de gérer nos données. Nous avons choisi EULERIAN car nous cherchions une technologie de collecte de données fiable, sécurisée et précise. De plus, le fait de pouvoir connecter cette technologie avec tous les partenaires technologiques avec lesquels nous travaillons, comme les DSPs, les modèles d'attribution, ou les bidding tools, était également un facteur primordial. »



- EULERIAN -
2 Place du Colonel Fabien,
75019 Paris
www.eulerian.com



+33 1 84 16 64 54



contact@eulerian.com



#EulerianTech



/Eulerian-Technologies