

## Pour booster les taux d'occupation à l'approche de la haute saison, TripAdvisor rend sa solution Résultats sponsorisés accessible à tous les établissements

• Désormais, tous les hébergements qui partagent leurs tarifs et leurs disponibilités sur TripAdvisor peuvent générer plus de trafic avec les Résultats sponsorisés TripAdvisor. • Appréciée pour sa souplesse dans la gestion des campagnes et des dépenses, la solution Résultats sponsorisés s'enrichit de nouvelles fonctionnalités permettant aux hôteliers de cibler les voyageurs à la recherche de séjours en semaine ou en fin de semaine, et de faire une « pause » en sélectionnant une date de redémarrage de leur campagne. • Les hôteliers peuvent ainsi capter l'intérêt des voyageurs et attirer un trafic hautement qualifié vers leur hébergement au moment où ils en ont le plus besoin.

**Paris, le 5 mars 2019** - TripAdvisor annonce aujourd'hui le déploiement mondial de sa solution publicitaire Résultats sponsorisés pour tous les hébergements qui partagent leurs tarifs et leurs disponibilités sur TripAdvisor, juste à temps pour permettre aux propriétaires de cibler les voyageurs qui réservent leurs vacances d'été.

Ces annonces permettent aux propriétaires d'hébergements de capter l'attention des voyageurs et d'attirer un trafic ciblé et de qualité vers leur propriété en faisant de la publicité sur TripAdvisor dans des emplacements à haute visibilité. Les Résultats sponsorisés ont été lancés l'an dernier exclusivement pour les hébergements avec un abonnement Avantage business. Le déploiement mondial donne maintenant aux propriétaires du monde entier la possibilité de cibler les 490 millions de visiteurs qui visitent chaque mois le plus grand site de voyages au monde.

Les annonces apparaissent en priorité dans les résultats de recherche de clients potentiels, lorsque la disponibilité le permet et que la propriété correspond à leurs recherches. Les Résultats sponsorisés apparaissent dans les pages les plus en vues de TripAdvisor, y compris dans les résultats des recherches et sur les établissements à proximité.

Tandis que la haute saison approche à grands pas, les données de TripAdvisor montrent que les voyageurs sont d'ores et déjà à la recherche de lieux de séjour pour cet été. En moyenne, **70 % des recherches de voyages en haute saison auront lieu au cours des trois prochains mois**. Étant donné que 74% des voyageurs qui réservent via un site d'hôtel visitent TripAdvisor dans le cadre de leurs recherches\*, il s'agit d'une solution optimale pour cibler de potentiels futurs clients.

« Les Résultats sponsorisés ont déjà changé la donne pour les propriétaires d'hôtels, augmentant ainsi leur visibilité auprès des voyageurs en quête de leur prochain voyage. Comme nous le mettons désormais à la disposition de tous les propriétaires d'hébergements qui partagent leurs tarifs et leurs disponibilités, il s'agit d'une excellente occasion d'influencer les clients potentiels au cours de la phase critique de leur processus d'achat », a déclaré Martin Verdon-Roe, Vice-président B2B Hotels TripAdvisor. « De plus, comme l'annonce n'apparaît que lorsque l'hôtel est disponible, les propriétaires peuvent être sûrs que leur investissement publicitaire fera une réelle différence pour leur établissement ».

### Lancement de nouvelles fonctionnalités

Le déploiement mondial s'accompagne également de nouvelles caractéristiques et fonctionnalités. Les Résultats sponsorisés permettent maintenant aux propriétaires de cibler leurs publicités en fonction des séjours en semaine ou en fin de semaine, ce qui permet de mieux cibler les budgets publicitaires.

« Nous avons écouté les retours d'expériences des propriétaires qui ont testé les Résultats sponsorisés, et nous continuons d'investir dans notre solution publicitaire pour les entreprises d'hébergement grâce à ces récentes améliorations », poursuit Martin Verdon-Roe. « Les Résultats sponsorisés, lorsqu'ils sont combinés à Avantage business, s'avèrent être un excellent moyen d'aider les propriétaires d'établissements à attirer directement des clients et à fidéliser leur clientèle ».

### Des voyageurs très ciblés

Silvia Sutter, Online Traffic Manager, explique que le lancement de sa campagne Résultats sponsorisés a vraiment aidé l'hôtel Sofia de Barcelone à gagner en visibilité et en trafic : « Les résultats ont été excellents : les Résultats sponsorisés ont si bien performé que les neuf propriétés du groupe ont maintenant des campagnes actives pour augmenter leur visibilité. En moyenne, ces annonces ont généré plus de 50 000 impressions pour chaque propriété en six semaines sur des voyageurs très ciblés ».

Les propriétaires d'hébergement peuvent en savoir plus sur les Résultats sponsorisés [ici](#).

\*comScore Traveler's Path to Purchase, 2018