

# **Business Studio+: promoción de marca y conocimiento del mercado para hoteleros independientes**

Destaca entre la competencia en trivago con mayor visibilidad e información práctica.



# Índice

**1**

trivago

**2**

Business Studio+

**3**

Suscripción

**4**

Facturación

**5**

Ayuda

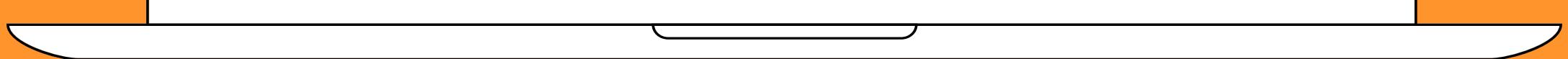
**6**

Glosario

o

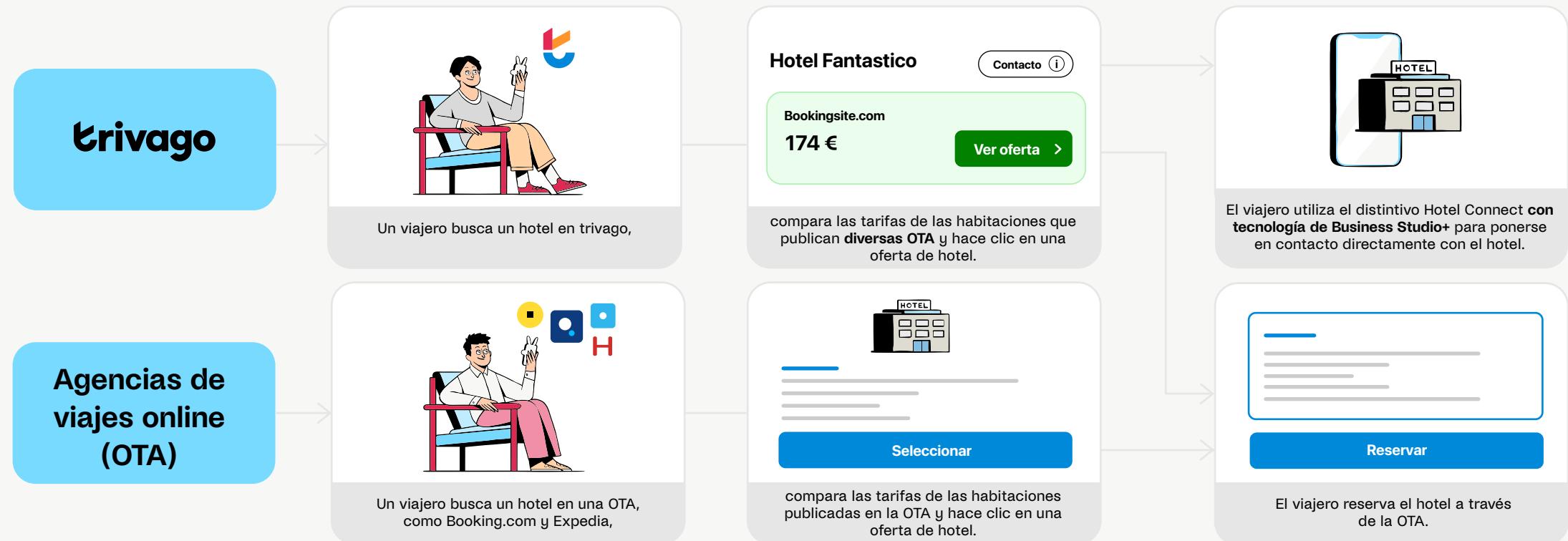
1

trivago



# Diferencias entre trivago y las OTA

Muchos hoteleros suponen que trivago es una agencia de viajes online (OTA) donde los viajeros pueden reservar diversos servicios, como coches de alquiler, hoteles y vuelos. Sin embargo, trivago es un **metabuscador de hoteles** que ayuda a los viajeros a buscar y comparar precios de hoteles anunciados en cientos de webs de reserva. Veamos cómo funcionan juntos y en qué se diferencian, tanto para los viajeros como para los hoteleros.



# Añade trivago a tu catálogo

trivago es un **metabuscador de hoteles de referencia internacional** que atrae a millones de viajeros de todo el mundo que prestan mucha atención a los precios y les ayuda a encontrar alojamientos que cumplan todas sus necesidades.

Para dar la posibilidad a los **hoteleros independientes** de competir en la plataforma de trivago, ofrecemos soluciones personalizadas que ayudan a **impulsar la visibilidad** y a **atraer reservas directas** a un coste competitivo.



**>2000 M**  
de comparaciones  
diarias de precios



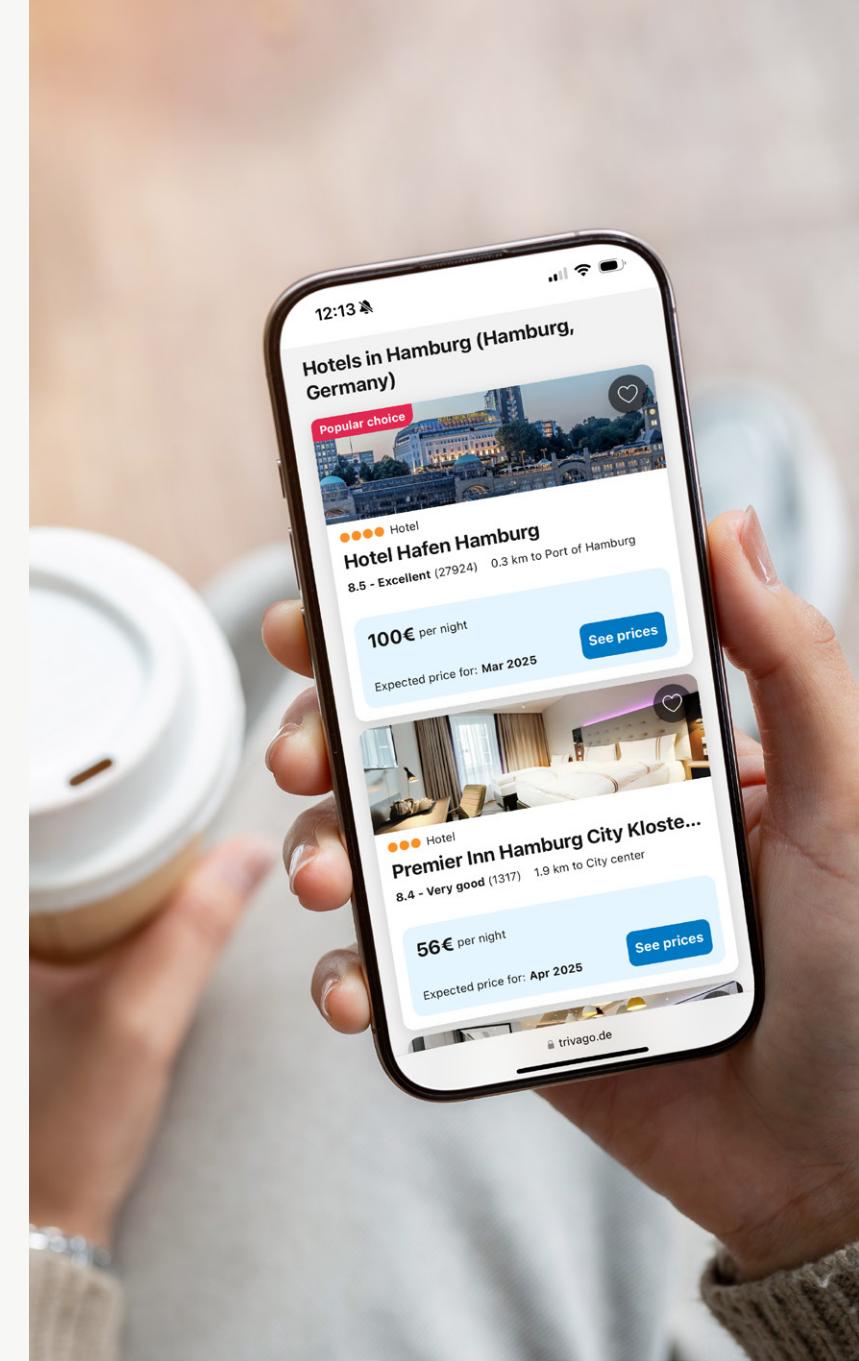
**>7 M**  
de búsquedas diarias



**5 M**  
de hoteles y alojamientos  
alternativos



**53**  
webs y apps localizadas



2

# Business Studio+

# Inteligencia de mercado para llegar a los huéspedes

Para tener éxito en el competitivo panorama hotelero actual, es necesario comprender el mercado y llegar a los huéspedes adecuados.

Al combinar información basada en datos con promociones segmentadas, [Business Studio+](#) permite a los hoteleros independientes **destacar** en trivago y **obtener ventaja** sobre la competencia.



## Mayor visibilidad

Aumenta la exposición de tu marca en una de las plataformas de viajes líderes del sector que te conecta con viajeros que buscan alojamientos como el tuyo.



## Decisiones basadas en datos

Conoce las estrategias de precios online de tus competidores y las tendencias de búsqueda de los posibles huéspedes en trivago para mantener tu nivel competitivo en el mercado.



## Marketing estratégico

Publicita tu marca con ofertas promocionales que den a tu público objetivo en trivago una razón más para elegirte.

# Ofertas del hotel

## Atrae a más huéspedes con promociones exclusivas

Dado que compites con multitud de hoteles en trivago, es importante llamar la atención de los viajeros al aparecer entre sus resultados de búsqueda.

Con las Ofertas del hotel, ahora tienes un espacio en trivago para **promocionar grandes ofertas** con tus datos de contacto que capten el interés de los viajeros y fomenten las reservas.

- ✓ Destaca en tu perfil de trivago con el **distintivo Promo**, sobre el que se puede hacer clic, que se muestra en **todos los dispositivos** y en la **aplicación de trivago**.
- ✓ Mejora la **experiencia de los huéspedes** con ventajas para hoteles que les encantarán.
- ✓ Personaliza las ofertas **gratis** o con un **descuento**, establece una fecha de caducidad o manténla abierta.
- ✓ Todas las **ofertas preparadas** van traducidas para los viajeros de los mercados en los que opere trivago.



### Dato curioso

trivago ayuda a **más de 50 millones de viajeros** cada mes a encontrar grandes ofertas de hoteles con solo unos clics.

# Comparación de tarifas

## Perfecciona tu estrategia de tarifas

Cualquier pequeña diferencia de tarifas en trivago puede tener un gran impacto en los resultados de tu alojamiento.

Para ayudarte a mantener tu nivel competitivo, la Comparación de tarifas te facilita todos los datos que necesitas para **hacer un seguimiento online de los precios de las habitaciones de la competencia durante todo el año**. De ese modo, podrás convertir las observaciones en acciones y planificar con eficacia.

-  Monitoriza las **tarifas de tus principales competidores** en varias OTA.
-  Compara las tarifas de los tipos de habitación **con y sin desayuno**.
-  Encuentra las **tarifas más bajas y más altas** de la plataforma.
-  Consulta una **vista general de hasta 180 días** de la evolución y las tendencias de las tarifas.



### Dato curioso

Nuestra plataforma procesa **más de 2000 millones de comparaciones de precios cada día**. Asegúrate de que tus tarifas destacan entre los resultados de búsqueda y llévate el gato al agua.

# Perfil de las visitas

## Encuentra a tu público objetivo en trivago

Cuando sepas qué viajeros se interesan por tu alojamiento en trivago y entiendas lo que buscan, podrás elaborar iniciativas de marketing que se dirijan a ellos directamente.

Para ayudarte con tu público objetivo en trivago, el Perfil de las visitas ofrece un **resumen claro de quiénes son esos huéspedes potenciales**.

- ✓ Consulta la **duración de la estancia** que los viajeros están interesados en reservar.
- ✓ Descubre los **periodos** en los que quieren alojarse (p. ej., durante el fin de semana o entre semana).
- ✓ Averigua los **países** desde los que los viajeros hacen clic.
- ✓ Compara el interés de los viajeros por tu alojamiento y por los de la **competencia**.



### Dato curioso

Registrados **más de 7 millones de búsquedas todos los días**. Aprovecha tu perfil de trivago para captar el interés de los viajeros e influir en su decisión de reserva.

# Hotel Connect

## Permite a los viajeros que te contacten más fácilmente

Incluso en el mundo digital actual, los viajeros tienen sus formas preferidas de comunicación. Para que tanto ellos como tú salgáis ganando, **Hotel Connect** muestra tus datos de contacto en un lugar más destacado de tu perfil con un **distintivo de contacto** sobre el que se puede hacer clic.

Si un viajero hace clic en ese distintivo, se mostrarán tus **datos de contacto** para que pueda contactar contigo directamente.

- ✓ Ofrece a tus huéspedes acceso rápido a tu **número de teléfono, dirección de correo electrónico y enlace a la web**.
- ✓ Permite a los viajeros que contacten contigo desde su **ordenador portátil, smartphone y la app de trivago**.
- ✓ Abre la puerta a las **reservas offline**.



### Dato curioso

Con **53 webs y apps localizadas** al servicio de viajeros de todo el mundo, tu próximo huésped está a solo un clic de distancia.

3

# Suscripción

# Cómo iniciar tu suscripción

## 1. Inicia sesión en trivago Business Studio.

Tu dirección de correo electrónico

**Siguiente**

## 3. Indica la forma de pago.

[+ Añadir una nueva forma de pago](#) Tarjeta de crédito o débito     SEPA

Aceptamos tarjetas de crédito y débito, así como el pago en euros de los 36 países de la zona SEPA.

## 5. Introduce la dirección de facturación e incluye tu número de identificación fiscal, si procede.

Dirección de facturación

## 2. Ve a Business Studio+ y haz clic en "Mejorar ya".

Inicio    Rate Connect    **Business Studio+**    Detalles del alojamiento

**Mejorar ya**

## 4. Selecciona la moneda que quieras utilizar para el pago.

**€ - Euro**

Nota: No será posible cambiar de moneda después de la primera facturación de tu campaña.

## 6. Marca la casilla para confirmar que aceptas las condiciones y, a continuación, ya podrás iniciar la suscripción.



Acepto los [Términos y condiciones](#) que se indican a continuación.

**Iniciar suscripción**

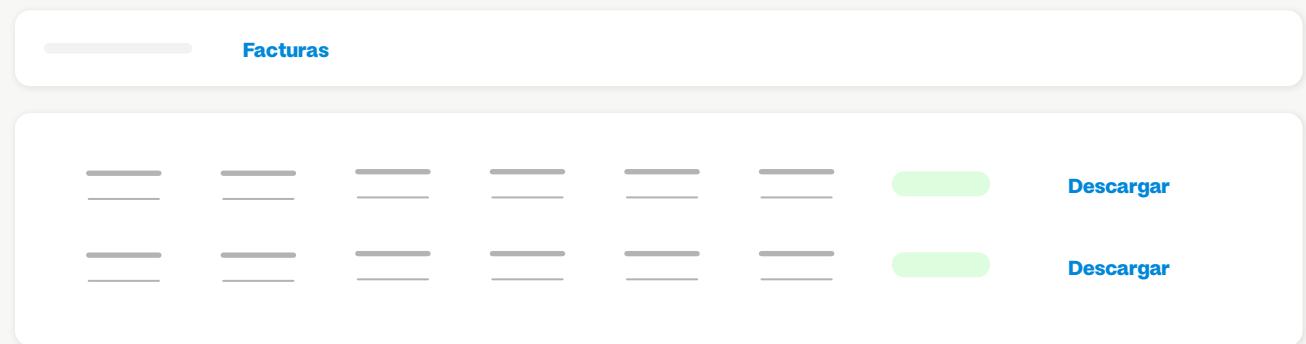
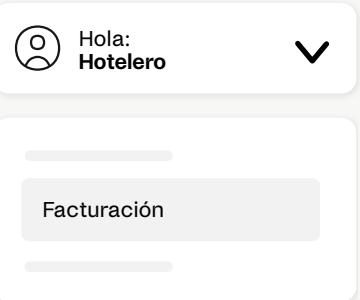
4

# Facturación

# Cómo funciona la facturación

Business Studio+ funciona como una **suscripción anual** con precios basados en el mercado.

Dado que la suscripción se renueva automáticamente, puedes cancelarla en cualquier momento en trivago Business Studio antes de la fecha de renovación automática prevista.



Facturas

Descargar

Descargar

Las facturas se envían por correo electrónico y también se pueden descargar en la sección **Facturación** de tu cuenta de Business Studio.



**5**

**Ayuda**

## ¿Tienes alguna pregunta?

Echa un vistazo a las preguntas frecuentes del  
centro de ayuda de trivago



6

# Glosario

# Términos del sector: de la tecnología hotelera al metabuscador

## Agencias

Empresas que asisten a los hoteles en la estrategia de marketing.

## Canales de distribución

Plataformas en las que se venden habitaciones directamente (por ejemplo, la web del hotel) o indirectamente (por ejemplo, OTA o metabuscadores).

## Comparador de tarifas

Herramienta que recoge datos de mercado, incluidos los siguientes:

- Tarifas de los competidores
- Tarifas en todos los canales de distribución
- Demanda local y ocupación
- Eventos y días festivos de la zona

## Competitividad de las tarifas

Estrategia de fijación de precios atractivos para el público objetivo mediante la cual se mantiene, al mismo tiempo, la rentabilidad.

## Coste por adquisición (CPA)

Modelo basado en comisiones en el que solo se cobra cuando se efectúa una reserva.

## Coste por clic (CPC)

Modelo de pago en el que se cobra cada vez que alguien hace clic en un anuncio.

## Falta de disponibilidad de tarifas

Porcentaje de veces que la tarifa de un alojamiento no aparece en los resultados de búsqueda.

## Gestor de canales

Software que automatiza las actualizaciones de tarifas e inventario en múltiples plataformas de reserva para evitar la sobreventa.

## Impresiones

El número de veces que un anuncio de hotel aparece en los resultados de búsqueda, independientemente de los clics.

## Mayorista

Compañía externa que compra noches de hotel al por mayor para luego vendérselas a las OTA y a los agentes de viajes.

## Metabuscador de hoteles

Plataformas, como trivago, que comparan ofertas de hoteles de distintas webs de reserva y redirigen a los usuarios a reservar.

## Motor de reserva

Herramienta que permite efectuar reservas directas en la web de un hotel.

## OTA (agencia de viajes online)

Webs de terceros, como Booking.com y Expedia, que venden habitaciones de hotel y otros servicios de viaje.

## Paridad de precios

Las tarifas de las habitaciones son las mismas en todos los canales de distribución.

## Proveedor de conectividad

Empresa que ofrece software para ayudar a los hoteles a distribuir el inventario y gestionar las operaciones.

## Sistema de gestión hotelera (PMS)

Software para gestionar las operaciones de un hotel, como las reservas, la recepción y los informes.

## Sistema informatizado de reserva (CRS)

Software que se utiliza para gestionar la disponibilidad, las tarifas y las reservas en todos los canales de distribución.

## Sistema para la administración de la relación con los clientes (CRM)

Sistema de gestión de las interacciones con clientes actuales y potenciales para mejorar el servicio, las ventas y la retención.

## Tasa de clics (CTR)

Porcentaje de usuarios que ha hecho clic en un mensaje de marketing para acceder a una página web.

## Tasa de conversión

El porcentaje de visitantes a la web que completan una acción deseada, como hacer una reserva.