



Des expériences pour les passionnés de voyages

Hostelworld transforme l'expérience des auberges de jeunesse grâce à Adobe Experience Cloud.



« Les chiffres parlent d'eux-mêmes. L'impact d'Adobe sur notre stratégie de marketing digital est énorme. »

Otto Rosenberger, directeur marketing, groupe Hostelworld

SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont les solutions Adobe Campaign d'Adobe Marketing Cloud, Adobe Analytics d'Adobe Analytics Cloud et Adobe Media Optimizer d'Adobe Advertising Cloud

RÉSULTATS

500 %

D'**INTERACTIONS** supplémentaires sur les sites web et les médias sociaux

20 %

De réduction du **COÛT** par réservation



1 MILLIARD d'e-mails avec des taux de clics très élevés



Une productivité accrue du marketing grâce à l'**AUTOMATISATION**



Groupe Hostelworld

Date de création : 1999

Effectif : 250

Dublin, Irlande

www.hostelworldgroup.com

PROBLÉMATIQUE

- Interagir avec une audience de niche sur les marchés internationaux
- Créer une marque qui offre des parcours personnalisés à la nouvelle génération de voyageurs
- Développer une expérience sociale et une communauté pour les voyageurs

EXEMPLES D'UTILISATION

- Intelligence client
- Gestion du parcours
- Orchestration des campagnes

Nourrir la passion du voyage

Tout le monde aime partir en vacances, mais pour certains voyager n'est pas qu'une courte parenthèse : c'est une passion et un style de vie. Ces voyageurs-là ne sont pas systématiquement à la recherche de beaux hôtels et de souvenirs inoubliables. Ils sont en quête d'aventures, désireux de visiter de nouveaux lieux, d'être au contact de cultures étrangères, de créer des souvenirs liés à des expériences fantastiques, d'en apprendre plus sur le monde et, surtout, sur eux-mêmes.

Hostels répond précisément aux attentes des jeunes voyageurs à la recherche d'hébergements sûrs, confortables et abordables lorsqu'ils explorent la planète. Ayant parfaitement compris les attentes de ces voyageurs, le groupe Hostelworld s'est développé en créant une plate-forme de réservation, aujourd'hui leader sur son marché. Les offres d'hébergement sont accessibles en 19 langues sur le site web et via des applications.

Contrairement aux hôtels, les auberges de jeunesse séduisent généralement une génération plus jeune et mobile. Environ 90 % de leurs clients sont âgés de moins de 35 ans et, alors que les réservations d'hôtel sont effectuées en ligne dans 30 à 40 % des cas, le taux atteint approximativement 70 % pour les auberges de jeunesse. En outre, les clients des auberges de jeunesse sont moins enclins à se laisser influencer par les publicités sur les médias traditionnels (presse, radio et télévision). Leur mode de consommation des informations étant différent, les marketeurs doivent donc s'adresser à eux différemment.

« Les auberges de jeunesse ont peut-être la réputation d'être basiques et peu modernes, mais nombre d'entre elles proposent aujourd'hui des services qui rivalisent avec ceux de n'importe quel hôtel. Nous avons développé notre application Hostelworld pour que les voyageurs de l'ère digitale puissent se connecter aux auberges de jeunesse », explique Otto Rosenberger, directeur marketing chez Hostelworld. « Cette application nous permet d'être présents à chaque étape du parcours de nos clients, qu'ils souhaitent réserver un hébergement, dénicher des activités distrayantes ou contacter des compagnons de voyage. »

Pour optimiser le parcours digital de chaque client à l'aide d'expériences personnalisées, Hostelworld a besoin de deux choses : des enseignements sur le comportement fondés sur des données détaillées et des outils pour transformer ces enseignements en action efficace. Pour trouver un équilibre entre des fonctions et une automatisation de haut niveau et des outils agiles et simples à comprendre, Hostelworld a choisi les solutions Adobe Experience Cloud. Ayant commencé par Adobe Analytics d'Adobe Analytics Cloud, l'entreprise a ensuite intégré Adobe Media Optimizer d'Adobe Advertising Cloud, pour optimiser son référencement, et Adobe Campaign d'Adobe Marketing Cloud, pour gérer ses campagnes cross-canal.



« L'excellence des services Adobe a fait la différence : c'est en toute confiance que nous avons opéré l'uniformisation de notre marketing digital sur Adobe Experience Cloud. »

*Otto Rosenberger,
directeur marketing,
groupe Hostelworld*

« Leader sur son marché, Adobe est reconnu pour ses innovations, sa qualité et sa stabilité, mais elle est aussi incroyablement agile. Grâce à cela, nous avons pu mettre rapidement en œuvre les solutions », commente Otto Rosenberger. « L'excellence des services Adobe a fait la différence : c'est en toute confiance que nous avons opéré l'uniformisation de notre marketing digital sur Adobe Experience Cloud. »

Un tremplin digital

Le public jeune et féru de technologie de Hostelworld attend des expériences digitales qu'elles soient pratiques et rapides, avec en plus une touche personnelle. Grâce à Adobe Analytics, l'entreprise tire des enseignements détaillés sur l'usage que font les utilisateurs de son site web et de ses applications. L'équipe marketing de Hostelworld s'appuie sur les indicateurs de mesure en temps réel pour découvrir le lieu de départ et la destination des clients, les types d'information qu'ils recherchent et comment ils progressent dans l'entonnoir marketing.

En observant les sources du trafic, les marketeurs de Hostelworld identifient les campagnes de publicité les plus efficaces. Ils suggèrent même de nouveaux domaines dans lesquels la publicité pourrait toucher un public intéressé par les auberges de jeunesse. Ils peuvent en outre tester différentes variantes des publicités, des textes et des entonnoirs de réservation — sur les applications et les sites sur mobiles et postes de travail — pour optimiser le parcours digital des voyageurs.

« Adobe Analytics est le socle de notre stratégie de marketing digital », souligne Otto Rosenberger. « En nous aidant à mieux cerner nos clients, il nous permet de pousser la personnalisation pour encourager la démultiplication des interactions communautaires. En deux ans, nous avons vu le taux d'interaction augmenter de 500 % sur l'ensemble des canaux digitaux, médias sociaux compris. »

Avec Adobe Analytics, les données issues de l'analytics permettent également aux marketeurs de rendre Adobe Media Optimizer plus efficace. En effet, à l'aide d'algorithmes avancés, ce dernier place automatiquement des enchères sur des termes de référencement pour obtenir un meilleur retour sur investissement. Si les algorithmes d'Adobe Media Optimizer ont permis de réduire le coût des réservations de 20 %, l'automatisation a largement contribué à doper la productivité des marketeurs, qui peuvent désormais consacrer plus de temps à l'optimisation de la stratégie de référencement et à la création de contenus plus attrayants pour les clients.

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA SOLUTION

Adobe Experience Cloud inclut :

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Campaign
- Gestion de campagnes cross-canal
- Profil client intégré
- Ciblage personnalisé

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
- Rapports et analyses marketing

Adobe Advertising Cloud

- Adobe Media Optimizer
- Référencement

Personnaliser les parcours des clients

Les données issues d'Adobe Analytics s'intègrent étroitement à Adobe Campaign, permettant ainsi à Hostelworld de cibler son public de jeunes voyageurs sur différents canaux digitaux. À partir des données d'Adobe Analytics relatives au comportement des clients, Adobe Campaign constitue des segments ciblés détaillés. Hostelworld s'appuie sur ceux-ci pour personnaliser la communication et s'adresser aux voyageurs par le biais du site web, d'e-mails ou de l'application mobile, en leur adressant le bon message, au bon moment.

Lorsqu'un voyageur décide de réserver dans une auberge de jeunesse de Barcelone, par exemple, Adobe Campaign peut diffuser des bannières sur le site web ou via l'application mobile, lui proposant des idées d'activités intéressantes dans la région. Une fois le touriste arrivé à Barcelone, l'application mobile affiche des notifications push pour promouvoir des points d'intérêt comme les restaurants ou les randonnées à proximité. Cette personnalisation permet au touriste de vivre une expérience de vacances plus intense.

Les campagnes par e-mail constituent l'un des changements majeurs pour les marketeurs de Hostelworld. Avant d'utiliser Adobe Campaign, ils avaient des difficultés pour envoyer 300 e-mails. Désormais, ils en adressent plus d'un milliard chaque année à des clients présents partout dans le monde, à différentes étapes de leur parcours.

« Alors même que nous envoyons un nombre bien plus important d'e-mails, nous enregistrons des taux de désabonnement moindres et des taux de clics plus élevés », se félicite Otto Rosenberger. « La différence réside dans l'utilisation de la segmentation qui nous permet de cibler les clients en leur proposant uniquement les offres et les informations qui les intéressent. En améliorant le parcours de nos clients grâce à la personnalisation et en procédant à un remarketing en temps réel, nous contribuons à les fidéliser. En effet, 61 % des réservations sont effectuées par des personnes déjà clientes de Hostelworld. »

Hostelworld prévoit d'étendre encore l'utilisation d'Adobe Experience Cloud pour obtenir des enseignements plus précis et améliorer la personnalisation, grâce aux outils Adobe intégrés. « Les chiffres parlent d'eux-mêmes. L'impact d'Adobe sur notre stratégie de marketing digital est énorme », commente Otto Rosenberger. « Nous ne cesserons jamais d'améliorer le parcours de nos clients et Adobe continuera de nous accompagner dans cette voie. »

Pour plus d'informations

www.adobe.com/fr/marketing-cloud.html

www.adobe.com/fr/data-analytics-cloud.html

www.adobe.com/fr/advertising-cloud.html

