



## DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR

# ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ



Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το υλικό του έργου αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις του συγγραφέα. Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή ή η Ελληνική Εθνική Υπηρεσία (ΙΚΥ) δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.  
Αριθμός Έργου: 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567

# ΠΟΛΥΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ MALONE HOTELS

Παρέχεται από: TEST

## Επισκόπηση

**Όνομα:** Malone Hotels (Relais Bosquet Hotel)

**Τοποθεσία:** Παρίσι, Γαλλία

**Τύπος:** Ξενοδοχειακός Όμιλος

**Καμπάνια:** Αυτοματοποιημένο και πολύγλωσσο μάρκετινγκ μέσω email

## Εισαγωγή

Για τα ξενοδοχεία σε άκρως ανταγωνιστικές αστικές αγορές όπως το Παρίσι, η **αύξηση των απευθείας κρατήσεων και η οικοδόμηση μιας πιστής πελατειακής βάσης** είναι κρίσιμες για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Η Malone Hotels, ένας ξενοδοχειακός όμιλος του Παρισιού, αντιμετώπισε την πρόκληση να ξεχωρίσει, διαχειριζόμενη παράλληλα ένα ποικιλόμορφο, διεθνές πελατολόγιο. Αυτή η μελέτη περίπτωσης εξετάζει πώς εφάρμοσαν με επιτυχία μια εξελιγμένη **στρατηγική αυτοματοποίησης email για να αυξήσουν τα άμεσα έσοδα, να ενισχύσουν την αφοσίωση των επισκεπτών** και να **βελτιστοποιήσουν την αποτελεσματικότητα της ομάδας μάρκετινγκ** τους.

## Εκτέλεση

**Το πρόβλημα:** Το ξενοδοχείο Relais Bosquet, μέρος του ομίλου Malone Hotels, έπρεπε να βρει αποτελεσματικές ενέργειες μάρκετινγκ για να μειώσει την εξάρτησή του από ιστότοπους κρατήσεων τρίτων και να αποκτήσει μεγαλύτερο έλεγχο στην διανομή του. Οι βασικές προκλήσεις περιλάμβαναν την αξιοποίηση των δεδομένων πελατών για σχετική επικοινωνία, την οικοδόμηση πιστότητας σε μια λίστα επισκεπτών κυρίως διεθνών πελατών και τη δημιουργία πολύγλωσσου περιεχομένου, βελτιστοποιώντας παράλληλα τον επιχειρησιακό χρόνο της ομάδας μάρκετινγκ.

Πώς υιοθετήθηκε η δεξιότητα για την επίλυση του προβλήματος; Η Malone Hotels υιοθέτησε μια στρατηγική που επικεντρώνεται στην αυτοματοποίηση email και την έξυπνη τμηματοποίηση μέσω του εργαλείου CRM. Αυτό της επέτρεψε να εγκαταλείψει τις χειροκίνητες, χρονοβόρες καμπάνιες και να δημιουργήσει μια «πάντα ενεργή» μηχανή μάρκετινγκ που επικοινωνούσε με τους επισκέπτες την κατάλληλη στιγμή και στη σωστή γλώσσα.



# ΠΟΛΥΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ MALONE HOTELS

Παρέχεται από: TEST

## Οι βασικές τακτικές περιελάμβαναν:

- **Αυτοματοποιημένες καμπάνιες:** Ρύθμισαν αυτοματοποιημένες ροές εργασίας για να στέλνουν εξατομικευμένες καμπάνιες στη βάση δεδομένων των πελατών τους σε τακτική βάση, διασφαλίζοντας ότι η επωνυμία παρέμεινε στην κορυφή της προτίμησης των προηγούμενων πελατών.
- **Έξυπνη τμηματοποίηση:** Το CRM χρησιμοποιήθηκε για την έξυπνη τμηματοποίηση του κοινού τους, κυρίως ανά χώρα. Αυτό τους επέτρεψε να ξεκινήσουν εξαιρετικά στοχευμένες καμπάνιες, όπως μια προωθητική ενέργεια «Πρωτοχρονιάς» προσαρμοσμένη ειδικά για τους διεθνείς επισκέπτες τους.
- **Πολύγλωσσο περιεχόμενο:** Για να προσελκύσουν αποτελεσματικά το ποικίλο πελατολόγιό τους, χρησιμοποίησαν ένα ενσωματωμένο εργαλείο μετάφρασης στην πλατφόρμα τους. Αυτό διασφάλισε ότι τα μηνύματα μάρκετινγκ παραδίδονταν στη μητρική γλώσσα κάθε πελάτη, εξαλείφοντας ένα σημαντικό εμπόδιο στην αλληλεπίδραση και τη μετατροπή.

## Βασικές πληροφορίες

### Τι καθιστά επιτυχημένη αυτήν τη μελέτη περίπτωσης;

Αυτή η μελέτη περίπτωσης καταδεικνύει τη δύναμη του συνδυασμού του αυτοματισμού με την έξυπνη, απλή τμηματοποίηση. Αυτοματοποιώντας τις τακτικές επικοινωνίες, η ομάδα μάρκετινγκ απελευθέρωσε σημαντικό λειτουργικό χρόνο. Η απόφαση για τμηματοποίηση ανά χώρα και παράδοση μεταφρασμένου περιεχομένου ήταν κρίσιμη, έδειξε κατανόηση του διεθνούς κοινού τους και έκανε τις προσφορές να φαίνονται πιο σχετικές και προσβάσιμες. Αυτή η στρατηγική αποδεικνύει ότι ακόμη και μια μικρή ομάδα μάρκετινγκ μπορεί να επιτύχει σημαντικά αποτελέσματα χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα εργαλεία για την παράδοση εξατομικευμένων μηνυμάτων σε μεγάλη κλίμακα.



# ΠΟΛΥΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ MALONE HOTELS

Παρέχεται από: TEST

## Ποια είναι τα απτά αποτελέσματα;

Η αυτοματοποιημένη, πολύγλωσση στρατηγική παρήγαγε σαφή και μετρήσιμο επιχειρηματικό αντίκτυπο:

- **Άμεσες κρατήσεις:** Οι καμπάνιες μάρκετινγκ δημιούργησαν 700 άμεσες κρατήσεις σε ένα μόνο έτος.
- **Υψηλή αλληλεπίδραση:** Οι καμπάνιες πέτυχαν ένα εντυπωσιακό μέσο ποσοστό ανοίγματος 48%.
- **Διεθνή έσοδα:** Η στοχευμένη καμπάνια «Πρωτοχρονιάς» απέφερε το 89% του κύκλου εργασιών της από διεθνείς πελάτες, επικυρώνοντας την πολυγλωσσική προσέγγιση.
- **Πιστότητα πελατών:** Η στρατηγική αποδείχθηκε αποτελεσματική για τη διατήρηση πελατών, με το 17% των πελατών να πραγματοποιούν τουλάχιστον δύο διαμονές στο ξενοδοχείο.

## Συστάσεις

- Αυτοματοποιήστε το ταξίδι του επισκέπτη: Εφαρμόστε αυτοματοποιημένες ακολουθίες email για βασικά σημεία επαφής, όπως σειρές καλωσορίσματος για νέους συνδρομητές, προσφορές upsell πριν από την άφιξη και αιτήματα σχολίων μετά τη διαμονή.
- Αξιοποιήστε τη γεωγραφική τμηματοποίηση: Για επιχειρήσεις με διεθνές κοινό, η τμηματοποίηση ανά χώρα ή γλώσσα είναι ένας ισχυρός και απλός τρόπος για την αύξηση της συνάφειας. Χρησιμοποιήστε δυναμικό περιεχόμενο ή ξεχωριστές καμπάνιες για να προσφέρετε προσφορές στο τοπικό νόμισμα και γλώσσα.
- Ενσωματώστε το CRM και την πλατφόρμα email σας: Η απρόσκοπτη σύνδεση μεταξύ της βάσης δεδομένων πελατών σας και του εργαλείου email είναι απαραίτητη. Αυτό επιτρέπει τη δημιουργία δυναμικών τμημάτων με βάση το ιστορικό προηγούμενων αγορών, την τοποθεσία και άλλα βασικά σημεία δεδομένων.
- Εστιάστε στις άμεσες κρατήσεις: Χρησιμοποιήστε το email ως κύριο κανάλι για να κατευθύνετε την επισκεψιμότητα πίσω στον ιστότοπό σας, μειώνοντας την εξάρτηση από τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία (OTA) που βασίζονται σε προμήθειες. Προσφέρετε αποκλειστικά προνόμια "άμεσης κράτησης" στους συνδρομητές email σας.



# ΠΟΛΥΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ MALONE HOTELS

Παρέχεται από: TEST

## Πηγές:

Relais Bosquet Hotel Paris. (χ.χ.). Επίσημη ιστοσελίδα ξενοδοχείου Relais Bosquet (πληροφορίες για το ξενοδοχείο και υπηρεσίες). <https://hotel-paris-bosquet.com/>

Mercury Technology Solutions. (2025, 9 Ιουλίου). Μην απλά στέλνεις emails. Παρήγαγε έσοδα: Οι νέοι κανόνες του email marketing για ξενοδοχεία το 2025. <https://mtsoln.com/blog/insights-720/don-t-just-send-emails-drive-revenue-the-new-rules-of-hotel-email-marketing-in-2025-2950>

Markova Creative LTD. (χ.χ.). Μελέτες περιπτώσεων (Case Studies). <https://www.markovacreativeltd.com/case-study/>



**DIGI-TOUR-SKILLS**

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR  
ERASMUS+ KA2 - SMALL SCALE PARTNERSHIPS  
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by  
the European Union

REZOS  
BRANDS  
Delivering Value



mathemagenesis