

## Meliá Hotels – Traveler Connect

En el pasado, la planificación de viajes solía ser un poco diferente.

La emoción. La anticipación. Retirar 40,000 liras para el taxi del hotel.

Pero hoy, los clientes están abrumados con la elección.

Las decisiones cambian rápido.

Melia necesita mantener el ritmo con estos clientes cada vez más exigentes, al tiempo que garantiza que aún se sientan valorados.

Sabiendo que un tamaño no sirve para todos, Melia usa el historial y los comportamientos de cada cliente individual para mapear su ADN digital único, ganando una mejor comprensión de sus necesidades.

Y también apunte a nuevos clientes con los mismos perfiles, en el momento adecuado, de la manera correcta y con el mensaje correcto.

Luego, los datos se utilizan para garantizar que cada vez que un cliente se encuentra con Melia, se lo entregue contenido personalizado solo para ellos, que brinda una experiencia uniforme y consistente.

Y esto va más allá de la simple coincidencia de ubicaciones y hoteles; Melia sabrá si un cliente está interesado en deportes, hoteles para familias o resorts solo para adultos, y les entrega contenido en consecuencia.

Es un enfoque uno a uno en cada punto de contacto en todo el proceso.

Cada compromiso coincide con un perfil único; cada relación individual nutrida.

¿Los resultados? Mayor conciencia de marca y lealtad del cliente. Un aumento del 25% en las ventas directas. Y con más de dos millones de habitaciones reservadas, muchos de los turistas muy felices.