

CASO DE ÉXITO MARKETING PARA HOTELES

RAJA AMPAT BIODIVERSITY ECO RESORT

SERVICIOS REALIZADOS

Posicionamiento SEO – Comunicación a Clientes – Publicidad - Estrategia

Raja Ampat Biodiversity Eco Resort

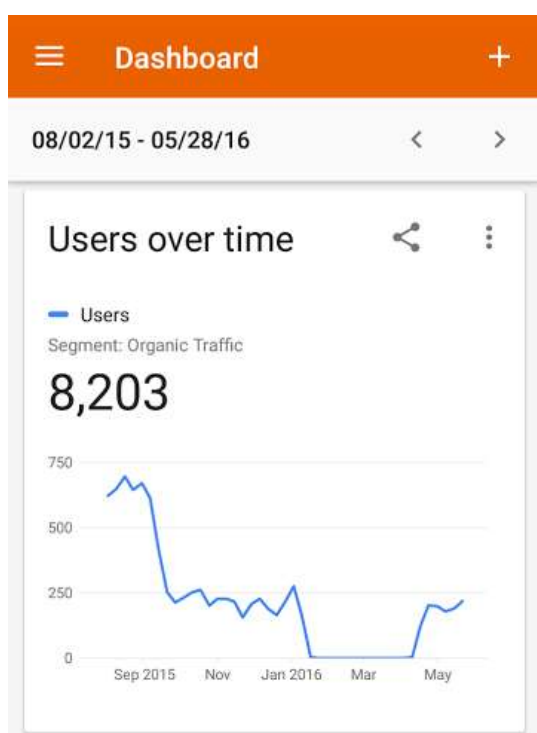
Resort ubicado en la región de Raja Ampat en el centro del triángulo de coral. Raja Ampat destaca por ser una de las zonas favoritas para buceadores y aventureros que buscan un turismo diferente, natural y alejado del turismo convencional de masas.

Raja Ampat Biodiversity Eco Resort es un resort ubicado en una de las playas de la isla de Gam especializado en diferentes actividades, excursiones y buceo en la zona. **Raja Ampat Biodiversity Resort se distingue por su carácter 100% eco-friendly y su labor en la conservación del medio ambiente en la zona a través de sus programas conservacionales.**

Raja Ampat Biodiversity Eco Resort cuenta con una plantilla de 23 empleados. El hotel cuenta con 16 habitaciones repartidas en 3 tipos (Superior, Deluxe y Estandar).

Punto de partida

En Junio de 2016 empezamos a trabajar con el resort en su posicionamiento web. Este se había desvanecido y en gran parte se debía a un trabajo SEO mal ejecutado en el desarrollo de la nueva web.



Reynaldo Andaluz, Managing Director, Raja Ampat Biodiversity Resort

“Al inicio del proyecto, nuestro posicionamiento sufrió mucho por el cambio de nuestra web. Gracias a la estrategia empleada, en seis meses estamos viendo los resultados muy positivos. Además, el seguimiento y gestión del proyecto nos anima para ampliar nuestra estrategia y colaboración mutua”

Objetivo de la colaboración

El objetivo de la colaboración era el de analizar el estado de la web de cara al posicionamiento y trazar una estrategia para volver a recuperar el posicionamiento y aumentar el número de solicitudes de habitaciones. Además, debíamos dirigir la estrategia de posicionamiento a el nicho de buceadores.

Reto

El proyecto se enfrentaba a una web mal diseñada desde el punto de vista SEO, siendo su arquitectura SEO un caos. Se habían introducido trampas de SEO, los textos eran difíciles de leer debido al abuso de palabras clave, los tiempos de respuesta estaban por encima de 6 segundos, etc. En definitiva, **Google había decrementado en gran medida la reputación de la web.**

El primer paso de proyecto era el de hacer un análisis SEO de toda la web, volver a alinear la web con los requisitos de Google y trazar un plan a 4 meses para volver a recuperar la reputación en Google.

Además, la web había estado posicionada en países como Indonesia y Malasia, los cuales no eran el objetivo principal del resort y nunca se había posicionado en el segmento del buceo. **Nuestra estrategia tenía que conseguir llegar a clientes interesados en la zona y en el segmento del buceo en España, USA, United Kingdom y Australia.**

Tareas desempeñadas durante la colaboración

El primer trabajo que se realizó fue un análisis SEO de toda la web tanto en castellano como en inglés. En este análisis SEO detectamos todas las mejoras y cambios que había que hacer en la web y se llevaron a cabo. Estos trabajos implicaron no sólo aspectos técnicos sino también cambios y textos de la web para transmitir de nuevo los valores del resort.

En el análisis SEO también se trazó la estrategia de contenidos y posicionamiento a realizar para posicionar en los mercados objetivo.

A lo largo de estos 6 meses de trabajo, DMO Global Media no sólo ha apoyado al resort en el posicionamiento, sino que también ha colaborado proactivamente en diferentes patas de la estrategia del resort:

- Definimos una **campaña de Adwords** con una consecución de objetivos del 1,5% en el último mes costando 35\$ la conversión (solicitud de presupuesto).
- Además, **DMO se ha convertido en eje clave de la comunicación del resort en diferentes medios como foros, agencias de turismo, medios digitales de turismo y buceo, influencers, etc.**
- También **DMO ha realizado durante estos 6 meses asesoramiento para invertir en los mejores sitios los presupuestos de publicidad** del resort.

¿Sigüientes pasos?: Alemania, Francia y estudiando la mejor ubicación para un nuevo resort.

Objetivos conseguidos

Tras 6 meses de trabajo no sólo se ha conseguido recuperar la reputación que tenía la web, sino que se ha penetrado en mercados en los que antes el resort no era tan conocido y siempre enfocados en el segmento de buceadores.



400% Incremento solicitudes de presupuesto

Penetración en mercados de USA, UK, Australia y España

Además, el número de solicitudes de presupuestos ha pasado de 20 solicitudes el mes en junio a 84 en el mes de enero de 2017 (+400%).

A continuación, se muestra como se ha incrementado el posicionamiento en los principales países de la estrategia:



Reynaldo Andaluz, Managing Director, Raja Ampat Biodiversity Resort

La proactividad se ha traducido en productividad, y debido a nuestra ubicación remota, ha sido el factor fundamental en nuestra elección de continuar con los servicios.

ESPAÑA

USA



UK

AUSTRALIA



Además, los trabajos han permitido posicionar el resort en países como Canadá e Italia.

El tráfico orgánico ha aumentado un 320% en los últimos 6 meses. Además, no sólo ha aumentado el tráfico, sino que este es de mucha más calidad al haber posicionado al resort en el segmento del buceo y haber incrementado un 600% el número de solicitudes de presupuestos.

Actualmente el resort aparece en las primeras 5 posiciones de google por palabras clave segmentadas de calidad como:

USA

raja ampat, how to get to raja ampat, raja ampat package, raja ampat diving package, paket diving raja ampat, best resort in raja ampat, raja ampat resorts, eco resort raja ampat, raja ampat dive sites, raja ampat resort, raja ampat blog, ...

España

raja ampat, blog raja ampat, islas de indonesia, islas raja ampat, mejor isla de indonesia, mejores islas de indonesia, islas de indonesia, islas indonesia, eco resort raja ampat, raja ampat resort, ...

**Tráfico conseguido
valorado en 1.100 €/mes**

