



PROJET N°6

HOTEL DU LOUVRE

par Nathalie FABI



SOMMAIRE

- Etude de marché
- Google trends
- La demande
- L'offre
- Audit de l'hôtel
- Smart- objectifs- swot
- Plan d'action
- Campagne



ETUDE DE MARCHE

Le marché hôtelier en 2020

1.

Dernière tendance: l'expérience écologique

Les voyageurs sont concernés par leur empreinte carbone.

2.

Intérêt des consommateurs évolue

Recherche des expériences plus que des équipements ou des prestations.
Les voyageurs veulent un séjour unique avec une réelle expérience au sein de l'hôtel.

3.

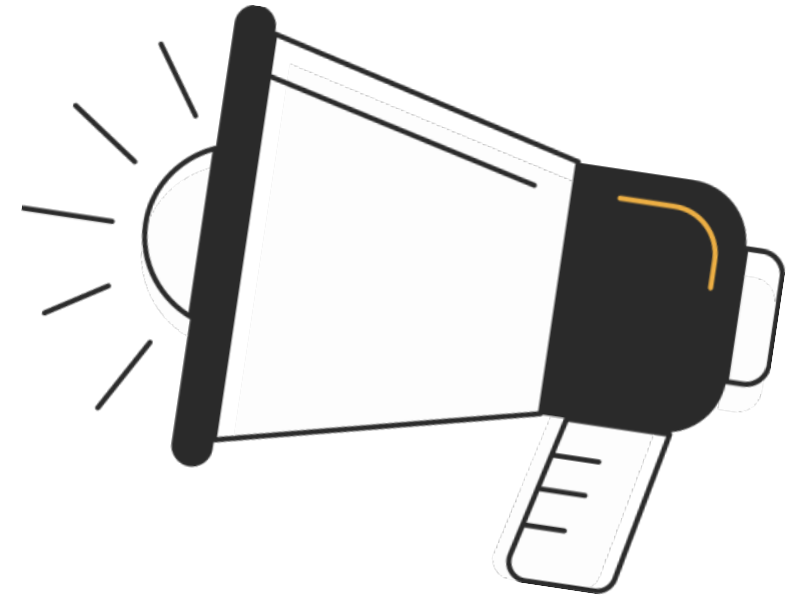
Les technologies numériques marquent l'année 2020.

Faciliter le parcours client est une priorité pour tous les hôteliers, aussi bien dans la phase de recherche, de réservation ou de paiement en ligne.

4.

Croissance continue du secteur hôtelier

Forte montée de la concurrence



ETUDE DE MARCHÉ

Le marché hôtelier de luxe à Paris

ETABLISSEMENTS
ESTAMPILLES
PALACE

11

Le marché est proche de la saturation
Concurrence de petits hôtels de plus en plus haut de

PRIX MOYEN D'UNE
CHAMBRE

1000€

En 10 ans, le nombre de chambres a quasiment doublé.

TAUX D'OCCUPATION

78% à 65%

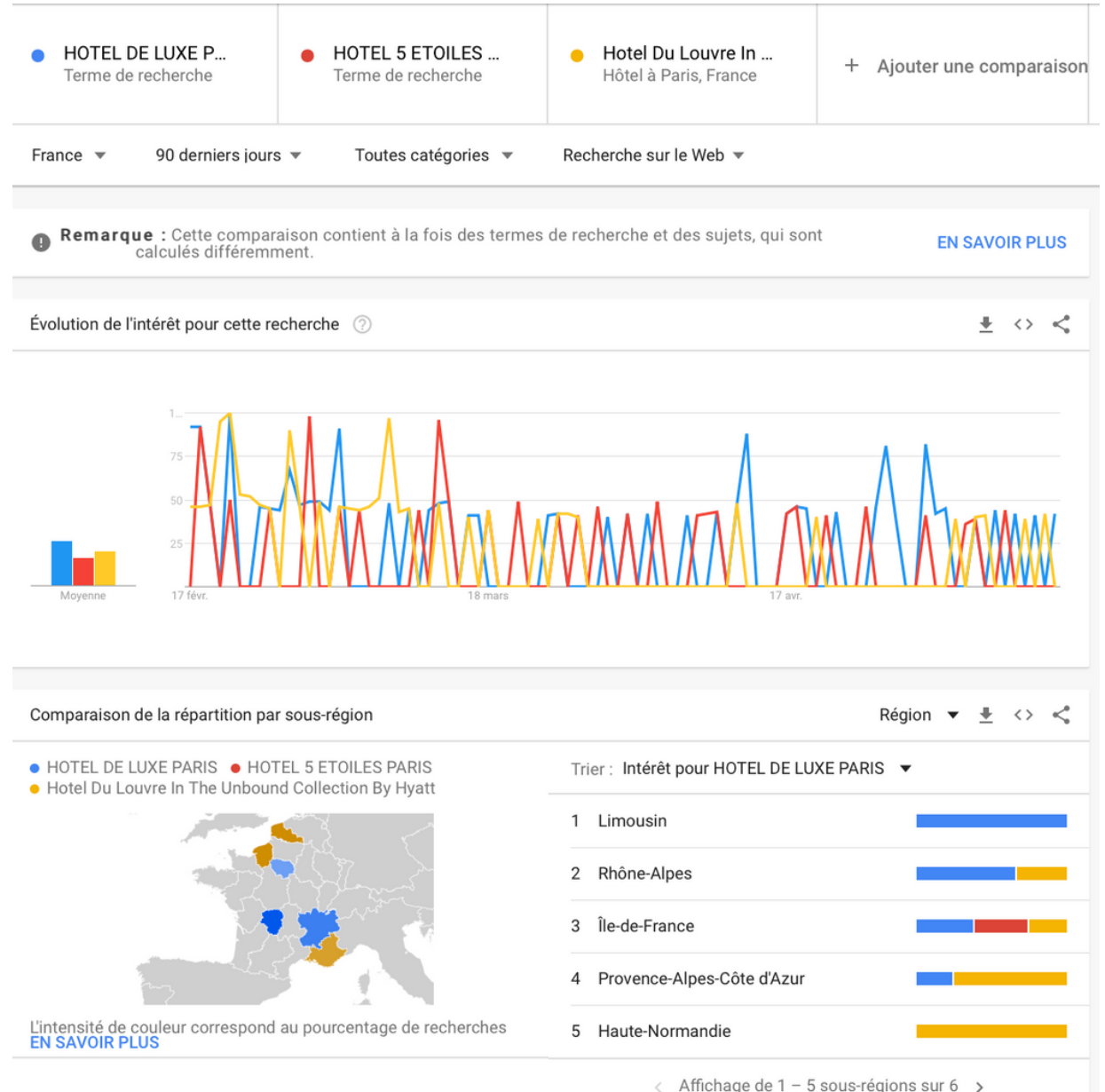
La concurrence exacerbée ne s'est pas accompagnée d'une guerre des prix, mais d'une montée en gamme généralisée.

NOMBRE DE NUITÉES

37,8M

Par la clientèle américaine, allemande et britannique

GOOGLE TRENDS





LA DEMANDE

Plus exigeante et moins stéréotypée

Clientèle haut de gamme exigeant le meilleur en termes d'accueil et de services.

Arrivée d'une nouvelle génération: les millénials et l'avènement du digital

Plus connectée, plus informée, bouleverse les codes et réinvente le tourisme.

Belle part du marché de la clientèle de luxe influençant la communication et le marketing.

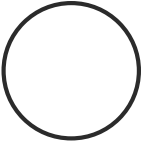
Le marketing doit être multi canal et s'adapter à leurs attentes.

Davantage de visuels, présence sur les réseaux sociaux, storytelling portant l'expérience plutôt que le produit.

L'hôtellerie de luxe fait rêver avant tout par son patrimoine luxueux et son immersion dans l'excellence française.



LES SAISONS PARISIENNES



La saisonnalité est relativement peu marquée à Paris

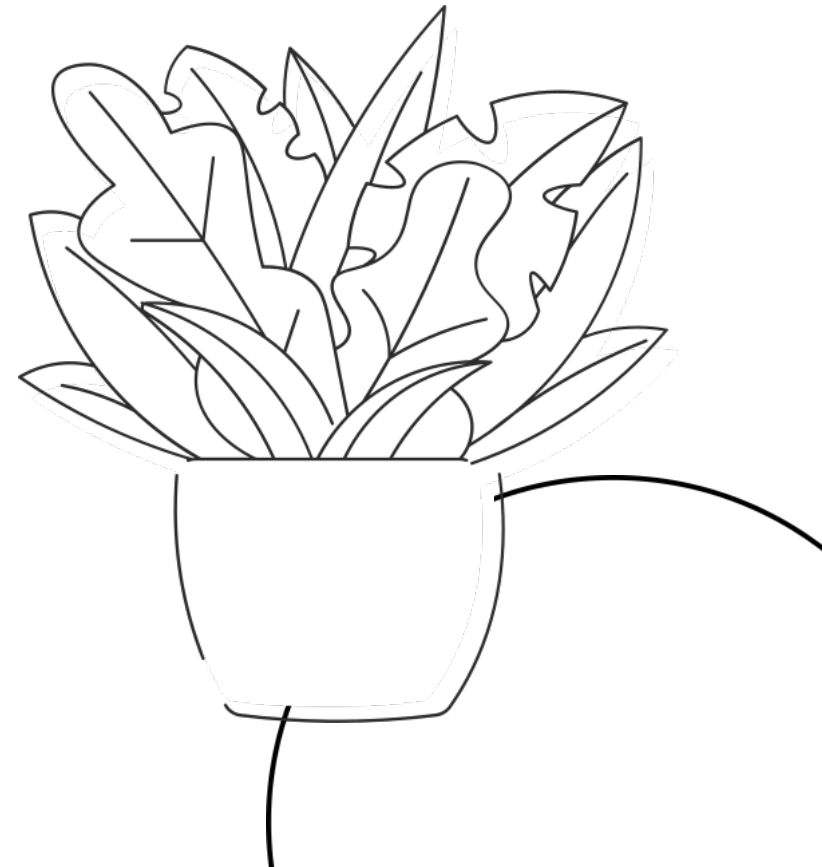
Il y a donc 4 saisons hôtelières à Paris:

Haute saison Automnale : de Septembre à Octobre (affaires + tourisme)

Basse saison Hivernale : de Novembre à Avril (plutôt affaires avec quelques pics touristiques)

Haute saison Été : de Mai à Juillet (tourisme + affaires)

Basse saison Été : Août (tourisme)



PERSONA RETRAITE

WILLIAM & KATE ANDERSON



Habitent New York
200K

Retraités, voyageurs seniors actifs
qui ont du temps libre et qui
souhaitent voyager en couple.

Ils voyagent pour se détendre

Parce que rien ne les retient, ils
sont libres de partir quand bon leur
semble

70 ans

MOTIVATIONS

Qualité de restauration

Ergonomie des équipements

Accessibilité aux chambres

Sensibles au luxe et l'art parisien

Recherche visites organisées par l'hôtel

Personnalisation: désir de se sentir comme
une personne unique

FREINS

Ne veulent pas être traités comme de
vieilles personnes

Leurs intentions de voyage ne
changent jamais, ils exigent toujours
le luxe.

PERSONA GENERATION Y

VIVIANE THOMAS



Habite Marseille

Jeune cadre urbain diplômé aimant voyager
25K

Très connectée, partage ses expériences de
voyage en ligne

Recherche une destination urbaine et branchée,
l'animation culturelle locale mais elle va
comparer les prix pour trouver « the best deal »,
que ce soit les meilleurs prix ou les meilleurs
services (ventes privées)

Chercheuse en laboratoire
30 ans

MOTIVATIONS

Très active sur les réseaux sociaux
Consultera des influenceurs présents sur les
réseaux sociaux pour rechercher son hôtel
Recherche une expérience unique, une
immersion culturelle, un hôtel qui se
différencie des autres dans le style, la
conception et le service.
En quête d'aventure, recherche de l'insolite

FREINS

Ne réservera pas si mauvais avis sur
les réseaux sociaux
Hyper connectée, se soucie du wifi
Équipement doit être très moderne

PERSONA BUSINESS AFFAIR EUROPEEN

JULIA GIULIACCI



Habite Rome

Voyageur de type bleisure de luxe.

Son portefeuille lui permet de tirer profit de son voyage et, le cas échéant, de faire venir sa famille une fois le travail accompli.

Elle souhaite maximiser son temps.

15 à 35 voyages par an

Directrice Marketing

Aime la mode, les musées et les expos

45 ans

60k

MOTIVATIONS

Recherche un hôtel avec une architecture exceptionnelle et un emplacement dans une zone vitrine de paris accessible à pied.

Recherche un spa et piscine

Vaste chambre

Equipe polyglotte et service de conciergerie exceptionnel

Recherche la simplicité et les services intégrés

FREINS

Sa phobie: que l'objectif du voyage d'affaires soit compromis à cause d'une mauvaise connexion ou d'un souci technique



L'OFFRE

La concurrence directe

Nom de l'hôtel	Hôtel du Louvre	Plaza Athénée	Ritz	Bristol
 Nombre de chambres	177	154	142	190
 Prix de la chambre €	430	1180	1030	1050
 Exclusivité	Emplacement Visite gratuite des appartements de Napoléon au Louvre	Palace mythique Spa Dior Conciergerie haut de gamme	Piscine 18m néoclassique Bar Hémingway	Visite cave chocolaterie Eric Frechon chef 3 étoiles
 Satisfaction client				

BENCHMARK



HOTEL	 CREATION	 CA 2018	 NOMBRE DE SALARIES	 RESEAUX SOCIAUX
HOTEL DU LOUVRE	1855	906 600,00 €	200	✓
PLAZA ATHENEE	1913	74 972 100,00 €.	500 à 999	✓
RITZ	1898	Non disponible	500 à 999	✓
BRISTOL	1925	66 000 600,00 €.	500 à 999	✓

L'OFFRE

La concurrence indirecte de plus en plus dure

1.

Nouvelle race de 5 étoiles: les boutiques hôtels

Petits établissements de 10 à 40 chambres maximum, comble de l'ultra-chic.

2.

Autre phénomène: les appartements de luxe

avec conciergerie, plébiscités par les Américains.

Ces hébergements ont fait exploser l'offre - on parle de 500 unités supplémentaires

3.

Airbnb Luxe

Faciliter le parcours client est une priorité pour tous les hôteliers, aussi bien dans la phase de recherche, de réservation ou de paiement en ligne.



AUDIT

L'HOTEL DU LOUVRE

HOTEL DE LUXE PARISIEN

De style second empire, de catégorie 5 étoiles situé au coeur de Paris, délimité par les Tuileries, le Louvre est entouré des plus beaux sites culturels de la capitale et de la Place Vendôme, dans les 1er et 2ème arrondissements.

Commandé par Napoléon III, puis inauguré en 1875, cet établissement mythique était le premier grand hôtel de luxe de la capitale.

Après deux ans de travaux de rénovation, il propose désormais un nouveau design, contrasté et audacieux.

La nouvelle décoration, chic classique, se singularise surtout par le travail de l'artiste-illustrateur-dessinateur Emmanuel Pierre.



SITE WEB

👍 Bonne utilisation des mots clés, des titres, méta description

👎 Taille page html trop lourde, longue à charger, email non protégé





FACEBOOK

👍 Avis positifs de la part des clients

👎 Pas de publication depuis 2 mois, 7885 abonnés

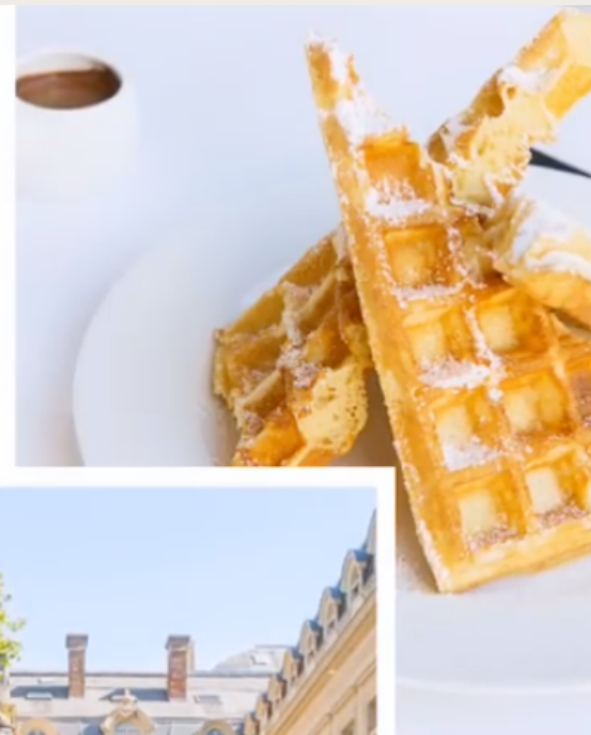




INSTAGRAM

👍 Photos des différents plats, de Paris

👎 Pas de publication depuis 2 mois, 7600 abonnés, mascotte particulière



94 %

AMELIORATION SATISFACTION CLIENTS SUR
SEPTEMBRE ET OCTOBRE

10%

DEVELOPPEMENT CA SUPPLEMENTAIRE AU MOIS
D'AOUT

30%

AMELIORATION DU TAUX DE CONVERSION SUR LA
LANDING PAGE EN NOVEMBRE

5%

POURCENTAGE DE LA GENERATION Y DES
NOUVEAUX VISITEURS SUITE AU PLAN
D'ACTION

10%

AUGMENTATION DU TRAFIC ORGANIQUE DU SITE
SUITE CAMPAGNE ACQUISITION DE JUILLET A
DECEMBRE

OBJECTIFS OPERATIONNELS



NOTORIETE

Augmenter le reach de 2%
chaque mois sur 6 mois
Acquérir 60% de part de voix
sur 6 mois



ACQUISITION

Augmenter de 30% le nombre
de followers Facebook en
l'espace de 2 mois, en
doublant les publications, et
en mettant en place une
campagne Facebook Ads.
Augmenter de 2% le nombre
d'abonnés à la newsletter
chaque mois sur 6 mois



FIDELISATION

Faire redécouvrir l'hôtel à 10
clients fidèles chaque mois
pendant 6 mois
Remonter la note sur
Tripadvisor à 5 en 6 mois.



NOUVEAUX CLIENTS

Augmenter de 10% la
proportion de nouveaux
clients chaque mois sur 6
mois.
Obtenir un taux de conversion
de 15% sur les Facebook ads
au bout de 6 mois.

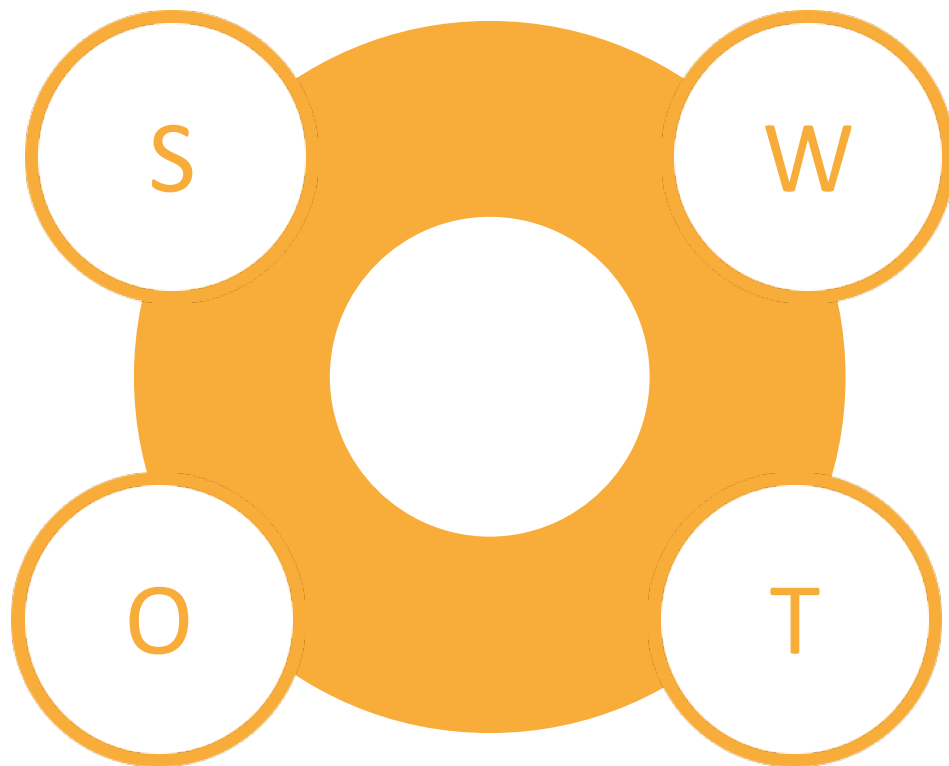
SWOT

STRENGTHS

- Situé au coeur de Paris et entouré des plus beaux sites culturels de la capitale.
- Le restaurant: La Brasserie du Louvre de Bocuse.
- 58 suites dont la suite Pissaro: suite de 64 mètres carrés où le peintre Pissarro a vécu et peint 11 chefs-d'œuvre.
- Activités gratuites typiquement parisiennes : parties de pétanque dans les jardins du Palais Royal, visites guidées du quartier et de la cave à vin privée du roi Louis XV, etc...

OPPORTUNITIES

- Attirer la génération Y: recherche du prix juste, expérience personnalisable, connexion et flexibilité.
- Recherche d'influenceurs sur Instagram
- Mise en valeur du patrimoine parisien



WEAKNESSES

- Pages html longues à charger
- Pas de communication durant 2 mois suite au Covid
- Le restaurant a perdu 1 étoile
- Mascotte de l'hôtel décalée par rapport à la marque de l'hôtel
- Pas assez moderne et connecté pour la génération Y
- Manque de promotion du tourisme national

THREATS

- Forte concurrence : hôtel boutique et hôtels 4 étoiles , nouveaux palaces plus connectés et modernes
- Secteur du haut de gamme a évolué plus rapidement que la demande.
- Airbnb luxe: possibilité de partir en famille ou entre amis pour un prix moyen de 800€ et possibilité de personnaliser les services pour créer un voyage haut de gamme inoubliable.

MARKETING MIX

PRODUIT

Hôtel de luxe parisien 5 étoiles construit sous le Second Empire style haussmannien

106 chambres et 58 suites

Activités gratuites: parties de pétanque dans les jardins du Palais Royal, visites guidées du quartier et de la cave à vin privée du roi Louis XV, etc...

Conciergerie, service d'étages, accès internet gratuit, salle de réunion, centre de remise en forme, restaurant: la brasserie du Louvre de Bocuse

PRIX

Prix le plus bas 400€ , prix moyen 800€, prix supérieur 1300€

Prestations:

Télévision écran plat

Peignoirs et chaussons

Coffre-fort

Fer et Planche à repasser

Produits de toilette

Fragonnard

Sèche-cheveux

Machine à café et service à thé

Mini-réfrigérateur

PROMOTION

Post Instagram

Campagnes google Ads et

Facebook Ads

SEO - blogging

Campagnes radio - télévision

Influenceurs

DISTRIBUTION

Agences de voyages

Site internet de l'hôtel

Grossistes voyagistes et touristiques

Réservation par téléphone

Affichage aéroport, magazine de luxe

Affichage métro et bus

PLAN D'ACTION

ACTION	OBJECTIF	EQUIPE	KPI	BUDGET	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Marketing de contenu										
Création d'une vidéo You tube	Promouvoir l'hôtel, acquisition	Agence de communication	Nombre de vues, visiteurs uniques, inombre d'pressions, durée de visionnage	1 500€						
Blogging	Acquisition + fidélisation+ trafic site internet	Community manager	nombre de visite, visiteurs uniques, pages vues, partage, abonnement, demande de contact	1 000 €						
Affichage aéroport, bus	notoriété, acquisition	JC DECAUX	Retour sur objectifs	3 000 €						
Merchandising										
Magazine, brochure	notoriété, acquisition	Graphiste	Retour sur objectifs	3 000€						
Publicité en ligne										
Facebook Ads N°1 code promo	Attirer génération Y, acquisition	Marketing	Nombre de clics, nombre de vues, taux de conversion, taux de rebond	7 500 €						
Facebook Ads N°2 Sénior	Engager cible séniors, acquisition	Marketing	Nombre de clics, nombre de vues, taux de conversion, taux de rebond	7 500 €						
Facebook Ads N°3 Abandon de panier	réengager avec une offre promo, conversion	Marketing	Taux d'abandon de commande, nombre de visites, nombre de commandes	2 500 €						
Facebook Ads N°4 Business	Toucher la cible voyageur d'affaires, acquisition	Marketing	Nombre de visiteurs, de visiteurs uniques, nombre de pages vues, taux de rebond. temps passé	7 500 €						
Google Adwords Internationale	Attirer une clientèle internationale, notoriété, acquisition	Marketing	Impression, taux de clics, taux de transformation/conversion	7 500 €						
Google Adwords Nationale	Attirer une clientèle nationale, notoriété, acquisition	Marketing	Impression, taux de clics, taux de transformation/conversion	7 500€						
Instagram Ads	Toucher la génération Y, développer l'audience, notoriété	Marketing	aux d'engagement, portée, followers, taux de conversion , taux de clics de like et commentaires	2 000€						
Instagram ads influenceurs	Notoriété	Marketing	Taux d'engagement, portée, followers, taux de conversion , taux de clics de like et commentaires	5 000€						
Animation de communauté										
Publications Facebook	Augmenter le trafic, notoriété	Marketing	Nombre d'abonnées, impressions, taux d'engagement, like, partages							
Publications Instagram	Augmenter le trafic, notoriété	Marketing	Taux d'engagement, portée, followers, taux de conversion , taux de clics de like et commentaires							
Site Web & Référencement naturel										
SEO, Mise à jour site web	Acquisition	Webdesigner	Suivi positionnement, volume visites organiques et part du trafic, taux de rebond, temps visite, temps chargement mobile, indexation des pages	2 500 €						
Emailing & CRM										
Campagne Mailchimp	Fidélisation	Marketing	Taux d'ouverture + taux de clic	1 000€						
Campagne Mailchimp	Acquisition	Marketing	Taux d'ouverture + taux de clic + Chiffre d'affaire	1 000 €						

TABLEAU KPI

FACEBOOK ADS	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Nombre de posts						
Portée des posts						
Nombre d'abonnés						
Nombre de commentaires						
Nombre de partage						
Taux d'engagement						
Nombre de ventes effectuées						
Nombre de recommandations						
INSTAGRAM ADS	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Croissance de la communauté						
Portée des publications						
Taux d'engagement						
Taux de clics						
Regram						
GOOGLE ADS	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Score de qualité						
Position moyenne						
CPC moyen						
Nombre d'impressions						
Taux de conversion						
BLOGGING	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Trafic						
Référencement						
Partage, commentaires						
Abonnement						
Téléchargement livre blanc						
Site web	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Positionnement						
Visite organiques et part de trafic						
Temps de chargement mobile						
Taux de rebond et durée des visites						
Indexation des pages						
Backlinks						
E-mailing	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Taux de rebond						
Taux d'ouverture						
Taux de clic						
Taux de désinscription						
Taux de conversion						

GOOGLE ADS NATIONALE



Mise en place d'une campagne Google Ads sur le réseau de recherche afin d'attirer la clientèle française à découvrir l'hôtel Hyatt.

Diffusion de cette publicité dans toutes les langues

Lieu: France au mois de Juillet afin d'augmenter la fréquentation du mois d'Août plus faible.

Intérêts: identifier la cible par les mots clés sélectionnés hôtel 5 étoiles, hôtel luxe, palace Paris.

PRÉVISIONS

MOTS CLÉS À EXCLURE

STATISTIQUES HISTORIQUES

Enregistré il y a 2 minutes

CRÉER UNE CAMPAGNE ⬇ ⋮

Les prévisions reflètent l'évolution des marchés
 Les prévisions sont actualisées quotidiennement selon les données recueillies au cours des 7 à 10 derniers jours. Elles tiennent compte de l'impact des fluctuations des marchés au cours de cette période. Les prévisions de saisonnalité ont également été ajustées pour refléter l'évolution des marchés.

[EN SAVOIR PLUS](#) [FERMER](#)



Votre plan est susceptible d'enregistrer **1,9 k clics** avec un coût de **760 €** et un CPC max. de **1 €** ⓘ

Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR	CPC moy.	Position moy.	
1,9 k	26 k	760 € <small>Budget quotidien : 32 €</small>	7,5 %	0,40 €	1,7	+ Ajouter des statistiques de conversion >



COLONNES

<input type="checkbox"/> Mot clé ↑	Groupe d'annonces	CPC max.	Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR	CPC moy.
<input type="checkbox"/> Hôtel luxe Paris	Groupe d'annonces 1	1,00 €	21,31	387,26	10,94 €	5,5 %	0,51 €
<input type="checkbox"/> Hôtel Paris	Groupe d'annonces 1	1,00 €	1 913,69	25 059,82	757,36 €	7,6 %	0,40 €
<input type="checkbox"/> Palace Paris	Groupe d'annonces 1	1,00 €	1,54	37,72	0,89 €	4,1 %	0,58 €

Plan – Vue d'ensemble

Votre plan est susceptible d'enregistrer **1,9 k clics** avec un coût de **760 €** et un CPC max. de **1 €** ⌵

Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR	CPC moy.	Position moy.	Ajouter des statistiques de conversion
1,9 k	26 k	760 € <small>Budget quotidien : 32 €</small>	7,5 %	0,40 €	1,7	+

Mots clés

	Coût	Clics	Nombre d'i...
Hôtel Paris	753,86 €	1 905	25 111
Hôtel luxe Paris	9,92 €	20	382
Palace Paris	0,89 €	2	38



Aperçu de votre annonce



Hôtel luxe au coeur de Paris | Prenez votre temps | Découvrez la Ville Lumière

Annonce www.hyatt.com▼

Prenez le temps de vivre Paris, découvrez l'art de flâner. Notre équipe est à votre disposition pour vous offrir un séjour inoubliable et entièrement personnalisé.



AFFICHER PLUS DE MISES EN PAGE D'ANNONCE

GOOGLE ADS INTERNATIONALE



Mise en place d'une campagne Google Ads sur le réseau de recherche afin d'attirer la clientèle internationale à découvrir l'hôtel Hyatt.

Diffusion de cette annonce dans toutes les langues

Lieu: Europe, US octobre afin de relancer la fréquentation sur le mois de Décembre. (basse saison)

Intérêts: identifier la cible avec les mots clés suivants: Paris, 5 stars hotel, palace hotel, trip to paris, vacancy in paris, louvre hotel paris, hyatt hotel.

PRÉVISIONS

MOTS CLÉS À EXCLURE

STATISTIQUES HISTORIQUES

Enregistré il y a quelques instants

CRÉER UNE CAMPAGNE



Votre plan est susceptible d'enregistrer **23 k clics** avec un coût de **6,6 k €** et un CPC max. de **1 €** ⊙

Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR	CPC moy.	Position moy.
23 k	1,7 M	6,6 k € <small>Budget quotidien : 620 €</small>	1,3 %	0,29 €	1,1

[Ajouter des statistiques de conversion](#)



<input type="checkbox"/> Mot clé ↑	Groupe d'annonces	CPC max.	Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR	CPC moy.
<input type="checkbox"/> 5 stars hotel	trip	1,00 €	2,96	54,67	1,96 €	5,4 %	0,66 €
<input type="checkbox"/> hyatt hotel	trip	1,00 €	68,95	1 766,20	41,88 €	3,9 %	0,61 €
<input type="checkbox"/> louvre hotel paris	trip	1,00 €	9,63	100,93	3,63 €	9,5 %	0,38 €
<input type="checkbox"/> palace hotel	trip	1,00 €	386,22	5 399,53	180,08 €	7,2 %	0,47 €
<input type="checkbox"/> paris	trip	1,00 €	22 200,73	1 736 042,13	6 279,50 €	1,3 %	0,28 €
<input type="checkbox"/> trip to paris	trip	1,00 €	164,86	2 792,28	80,61 €	5,9 %	0,49 €
<input type="checkbox"/> vacancy in paris	trip	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	—	—

Prévisions pour les zones géographiques

Enregistré il y a 1 minute

CRÉER UNE CAMPAGNE



budget quotidien: 1000 €



Vos zones ciblées



Zone	↓ Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR	CPC moy.
France	21 213,14	1 633 623,38	6 059,22 €	1,3 %	0,29 €
États-Unis	572,01	46 093,67	168,60 €	1,2 %	0,29 €
Espagne	214,85	26 438,36	48,01 €	0,8 %	0,22 €
Pays-Bas	199,98	5 294,40	94,37 €	3,8 %	0,47 €
Allemagne	199,14	16 219,62	71,11 €	1,2 %	0,36 €
Italie	185,01	8 587,11	62,77 €	2,2 %	0,34 €
Portugal	79,34	3 246,45	32,10 €	2,4 %	0,40 €
Roumanie	72,25	1 089,16	14,88 €	6,6 %	0,21 €
Grèce	51,03	2 649,30	16,32 €	1,9 %	0,32 €
Hongrie	27,14	634,99	10,89 €	4,3 %	0,40 €
Belgique	24,44	1 610,61	5,20 €	1,5 %	0,21 €
Suède	11,68	1 038,70	5,47 €	1,1 %	0,47 €
Pologne	10,32	634,99	4,23 €	1,6 %	0,41 €
Autriche	9,14	391,09	3,11 €	2,3 %	0,34 €
Finlande	2,27	264,93	1,26 €	0,9 %	0,55 €
Slovaquie	1,36	105,13	0,02 €	1,3 %	0,02 €
Norvège	0,98	176,62	0,19 €	0,6 %	0,20 €
Luxembourg	0,00	12,62	0,00 €	0,0 %	0,27 €

Votre plan est susceptible d'enregistrer **23 k clics** avec un coût de **6,6 k €** et un CPC max. de **1 €** Ⓞ

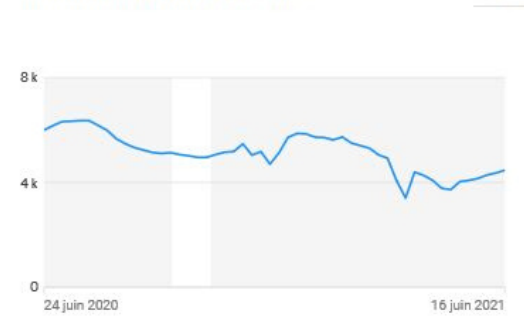
Clics **23 k** Nombre d'impressions **1,7 M** Coût **6,6 k €** CTR **1,3 %** CPC moy. **0,29 €** Position moy. **1,1** [Ajouter des statistiques de conversion](#)

Budget quotidien : 620 €

Mots clés

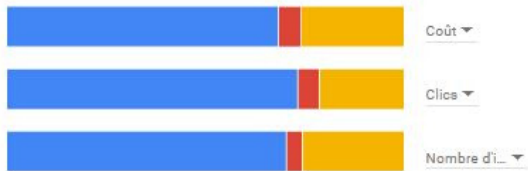
	Coût	Clics	Nombre d'i...
paris	6 275,74 €	22 201	1 736 042
palace hotel	180,25 €	386	5 400
trip to paris	80,65 €	165	2 792
hyatt hotel	41,90 €	69	1 762
louvre hotel paris	3,63 €	10	101

Prévisions sur l'année prochaine



Appareils

Mobiles Tabletes Ordinateurs



Lieux

Vos zones ciblées Coût



Annonces

Groupe d'annonces 1

Historic luxury hotel | in the heart of Paris | In an exceptional setting

[Annonce](#) www.hyatt.com

A haven of peace, the hotel invites you to relax in the heart of Paris. spacious rooms and suites bathed in natural light near the Louvre.

Annonce

● Activé

Nombre d'impressions

0

Clics

0

CTR

0,00 %



FACEBOOK ADS CODE PROMO

Mise en place d'une campagne Facebook Ads code promo afin de promouvoir la suite junior auprès de la génération Y par un code promo.

Diffusion de cette publicité aux hommes et femmes.

De plus, sur cette publicité à destination de la génération Y, nous ne ciblerons pas les personnes au dessus de 40 ans.

Lieu: Europe et US, juillet pour relancer la fréquentation au mois d'Août. (basse saison)

Intérêts: Attirer la cible par une promotion de 50% sur la suite.

Créer une campagne ⓘ Utiliser une campagne existante ⓘ

Campagne : Choisissez votre objectif.

Mode création rapide

Quel est votre objectif marketing ? [Besoin d'aide pour votre objectif ?](#)

Sensibilisation	Considération	Conversion
Notoriété de la marque	Trafic	<input checked="" type="checkbox"/> Conversions
Couverture	Interactions	Ventes catalogue
	Installations d'apps	Trafic en point de vente
	Vues de vidéos	
	Génération de prospects	
	Messages	



Conversions

Incitez les personnes à effectuer des actions concrètes sur votre site web, votre app ou sur Messenger, par exemple ajouter des informations de paiement ou effectuer un achat. Utilisez le pixel Facebook ou les app events pour suivre et mesurer les conversions.

Nom de la campagne ⓘ

Créer un test A/B ⓘ DÉACTIVER

Effectuez des tests A/B sur vos stratégies d'optimisation de contenu créatif, de placement, d'audience et de diffusion. [En savoir plus](#)

Optimisation du budget de la campagne ⓘ ACTIVE

Optimisez votre budget pour tous vos ensembles de publicités. [En savoir plus](#)

Budget de la campagne ⓘ Budget quotidien ▼ 100.00 €

Le montant réel dépensé quotidiennement peut varier.

Stratégie d'enchère de campagne Coût le plus bas ⓘ

Budget et calendrier

Date de début

1/7/2020

🕒 14:28

Heure de Paris

Fin · Facultatif

Définir une date de fin

31/7/2020

🕒 00:00

Heure de Paris

[Afficher plus d'options ▼](#)

Limites de dépenses pour l'ensemble de publicités · Facultatif

Aucun ajouté

Audience

Créer une audience Utiliser l'audience enregistrée ▼

Génération Y

Lieu :

États-Unis, Europe

Âge :

20 - 40

Personnes qui correspondent aux :

Intérêts : Vacances, Tourisme ou Hôtels

Définition de l'audience



L'audience sélectionnée est assez vaste.

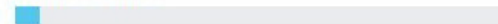
Couverture potentielle : 180 000 000 personnes ⓘ

Résultats quotidiens estimés

Basé sur la fenêtre de conversion 7 jours clic et 1 jours vue

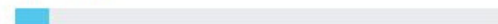
Couverture ⓘ

9,8K - 28K



Conversions ⓘ

63 - 182



Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

[Ces estimations ont-elles été utiles ?](#)

C'est en ligne ! Profite de 50% sur la suite junior ou junior avec vue !

Titre · Facultatif

Réserve ta suite aujourd'hui

Description · Facultatif

Entièrement rénovées en 2019, ces élégantes suites Junior de 35 mètres carrés comprennent une spacieuse chambre avec lit King menant à un grand espace salon avec canapé-lit.


Destination

Site web

Évènement Facebook

URL du site web

<https://www.hyatt.com>

 Aperçu de l'adresse URL

[Générer un paramètre d'URL](#)

Lien d'affichage · Facultatif

Entrez le lien que vous voulez afficher dans votre publicité.

Call-to-action

Profiter de l'offre

16 placements

Facebook
Fils



Hotel Du Louvre In The
Unbound Collection By Hyatt
Sponsorisé · 

C'est en ligne ! Profite de 50% sur la suite junior ou junior avec vue !



HYATT.COM

Réserve ta suite
aujourd'hui

PROFITER DE L'OFFRE

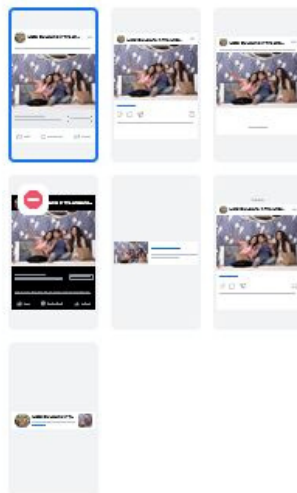
 J'aime



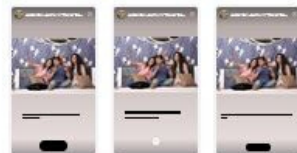
 Partager

Commenter

Fils d'actualité



Stories



Hotel Du Louvre In The
Unbound Collection By Hyatt

Sponsorisé · 

C'est en ligne ! Profite de 50% sur la suite junior ou junior avec vue !



HYATT.COM

Réserve ta suite
aujourd'hui

PROFITER DE L'OFFRE

 J'aime



 Partager

Commenter



FACEBOOK ADS SÉNIOR

Mise en place d'une campagne Facebook Ads code promo afin de promouvoir l'hôtel Hyatt auprès de la cible sénior.

Diffusion de cette publicité aux hommes et femmes.

De plus, sur cette publicité à destination des séniors, nous ne ciblerons pas les personnes en dessous de 65 ans.

Lieu: Europe et US, novembre puisque les séniors peuvent voyager en dehors des périodes dites touristiques et en dehors des périodes scolaires. (basse saison)

Intérêts: Attirer la cible par un message "humoristique" en proposant des activités culturelles clés en main autour de Paris et des monuments.

Quel est votre objectif marketing ? [Besoin d'aide pour votre objectif ?](#)

Sensibilisation	Considération	Conversion
Notoriété de la marque	<input checked="" type="checkbox"/> Trafic	Conversions
Couverture	Interactions	Ventes catalogue
	Installations d'apps	Trafic en point de vente
	Vues de vidéos	
	Génération de prospects	
	Messages	



Trafic

Envoyez plus de personnes vers une destination telles qu'un site web, une app ou d'une conversation Messenger. [En savoir plus](#)

Nom de la campagne ⓘ

Nom de l'ensemble de publicités

Trafic

Choisissez où vous voulez générer du trafic. Vous pourrez saisir plus de détails sur la destination plus tard.

Site web

App

Choisissez l'app que vous voulez promouvoir. Vous pouvez promouvoir n'importe quelle app que vous avez enregistrée sur le site de développement de Facebook. [En savoir plus.](#)

Messenger

Redirection, depuis vos pubs, vers une conversation Messenger avec votre entreprise. Votre pub sera diffusée auprès des personnes les plus susceptibles d'ouvrir Messenger.

WhatsApp

Lorsqu'une personne clique sur votre publicité, une conversation avec votre entreprise s'ouvre dans WhatsApp. Votre publicité est montrée aux personnes plus susceptibles d'ouvrir WhatsApp.

Contenu créatif dynamique

Désactivé

Provide creative elements, such as images and headlines, and we'll automatically generate combinations optimized for your audience. Variations may include different formats or templates based on one or more elements. [En savoir plus](#)

Offre

Désactivé

Obtenez plus de conversions en créant une offre que les personnes peuvent enregistrer et pour laquelle elles peuvent recevoir des rappels. [En savoir plus](#)

Définition de l'audience



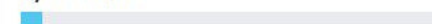
L'audience sélectionnée est assez vaste.

Couverture potentielle : 38 000 000 personnes ⓘ

Résultats quotidiens estimés

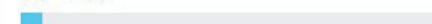
Couverture ⓘ

5,2K - 15K



Clics sur un lien ⓘ

83 - 239



Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

Ces estimations ont-elles été utiles ?

[Modifier](#) [Aperçu](#)

Date de début

1/11/2020

16:42

Heure de Paris

Fin · Facultatif

Définir une date de fin

30/11/2020

00:00

Heure de Paris

[Afficher plus d'options](#)

Audience

[Créer une audience](#) [Utiliser l'audience enregistrée](#)

senior

Lieu - Résidence :

États-Unis, Europe

Âge :

65 - 65+

Personnes qui correspondent aux :

Intérêts : Vacances, Restaurants, Cuisine française, Tourisme ou Hôtels, Comportements : Grands voyageurs ou Voyageurs internationaux fréquents, Revenus : Revenus du foyer : les 25%-50% les plus élevés des code postaux (États-Unis)

[Modifier](#)

Définition de l'audience



L'audience sélectionnée est assez vaste.

Couverture potentielle : 38 000 000 personnes

Résultats quotidiens estimés

Couverture

5,2K - 15K

Clics sur un lien

83 - 239

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

Ces estimations ont-elles été utiles ?

Texte principal

Alibi pour ne pas garder les petits-enfants :)

Titre · Facultatif

Pass loisir sénior

Description · Facultatif

L'Hôtel du Louvre est le point de départ idéal pour un séjour typiquement parisien. Pass clés en main: visite guidée, cave à vin privée du roi Louis xv....

Destination

Site web

Évènement Facebook

URL du site web

<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/paraz/area-attractions>

[Aperçu de l'adresse URL](#)

[Générer un paramètre d'URL](#)

Lien d'affichage · Facultatif

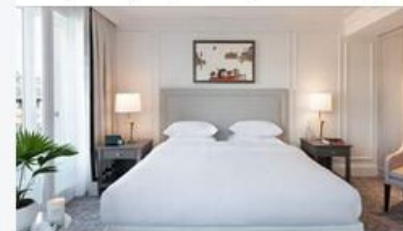
Aperçu de la publicité

15 placements

Facebook
Fils

Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt
Sponsorisé ·

Alibi pour ne pas garder les petits-enfants 😊



HYATT.COM
Pass loisir sénior
L'Hôtel du Louvre est le poin...

[EN SAVOIR PLUS](#)

J'aime

Commenter

Partager

Commenter

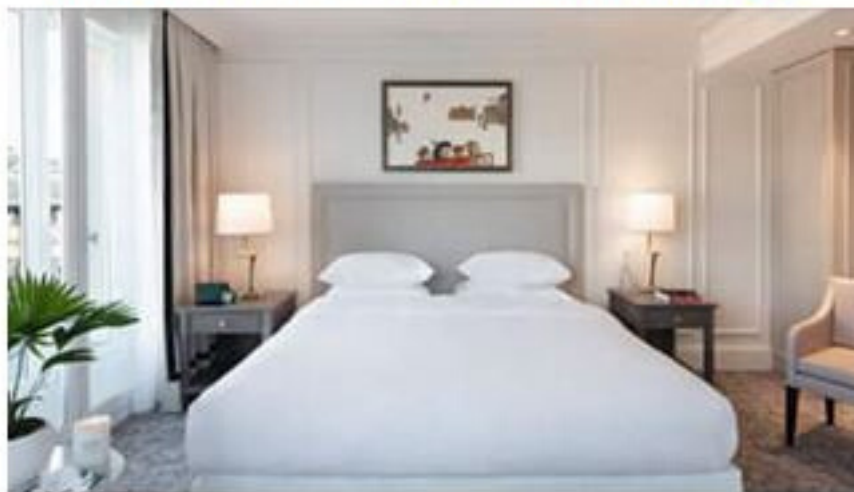


**Hotel Du Louvre In The
Unbound Collection By Hyatt**

Sponsorisé · 🌐



Alibi pour ne pas garder les petits-enfants 😊



HYATT.COM

Pass loisir sénior

L'Hôtel du Louvre est le poin...

EN SAVOIR PLUS



J'aime



Commenter



Partager



FACEBOOK ADS

ABANDON DE PANIER

Mise en place d'une campagne Facebook Ads afin de diminuer le taux d'abandon des paniers en cours.

De plus, nous ne ciblerons sur cette campagne que les visiteurs ajoutant des produits du site mais ne les achetant pas.

Nous ne voulons pas cibler les personnes ayant vu la page de remerciement confirmant l'achat donc faire du retargeting sur les visiteurs ayant déjà réservé.


Lieu: Europe et US, octobre et décembre.(saison creuse)

Créer une campagne ⓘ Utiliser une campagne existante ⓘ

Campagne : Choisissez votre objectif. Mode création rapide

Quel est votre objectif marketing ? [Besoin d'aide pour votre objectif ?](#)

Sensibilisation	Considération	Conversion
<ul style="list-style-type: none"> Notoriété de la marque 	<ul style="list-style-type: none"> Trafic 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Conversions
<ul style="list-style-type: none"> Couverture 	<ul style="list-style-type: none"> Interactions 	<ul style="list-style-type: none"> Ventes catalogue
	<ul style="list-style-type: none"> Installations d'apps 	<ul style="list-style-type: none"> Trafic en point de vente
	<ul style="list-style-type: none"> Vues de vidéos 	
	<ul style="list-style-type: none"> Génération de prospects 	
	<ul style="list-style-type: none"> Messages 	







Conversions







Incitez les personnes à effectuer des actions concrètes sur votre site web, votre app ou sur Messenger, par exemple ajouter des informations de paiement ou effectuer un achat. Utilisez le pixel Facebook ou les app events pour suivre et mesurer les conversions.

Créer une audience personnalisée

Utiliser vos sources

-  Site web
-  Liste de clients
-  Activité de l'app
-  Activité hors ligne

Utiliser les sources Facebook

-  Vidéo
-  Profil Instagram professionnel
-  Formulaire prospect
-  Évènements
-  Instant Experience
-  Page Facebook

Créer une audience personnalisée de site web

1 Ajouter des personnes à votre audience

[Afficher les conseils](#)

Inclure les personnes qui répondent **TOUS** des critères suivants :

Pixel de GroupeDupliprint Domont

Personnes ayant consulté des pages web spécifiques au cours des derniers **14** jours

URL contient panier ou

[+ Et aussi](#)

[Affiner par](#)

[+ Inclure plus de monde](#) [- Exclure des personnes](#)

- Exclure les personnes qui remplissent un des critères suivants :

Pixel de GroupeDupliprint Domont

Personnes ayant consulté des pages web spécifiques au cours des derniers **30** jours

URL contient confirmation-achat ou

[+ Et aussi](#)

[Affiner par](#)

[- Exclure des personnes](#)

2 Donner un nom à votre audience

abandon de panier 33 [Ajouter une description](#)

Audiences personnalisées

Site web

Abandon de panier

Ajoutez une audience personnalisée ou similaire déjà créée

[Exclure](#) [Créer](#)

Lieux **Personnes habitant ou ayant récemment habité ici**

Europe

Europe

États-Unis

États-Unis

Inclure Tapez pour ajouter plus de lieux

[Parcourir](#)



Faire un ajout groupé de lieux

Âge **25** - **65+**

Genre **Tous les genres**

Ciblage avancé **Toutes les données démographiques, les centres d'intérêt et les comportements**

Langues **Toutes les langues**

Taille de l'audience



La définition de l'audience n'est pas disponible.

Couverture potentielle : Indisponible

Résultats quotidiens estimés

Basé sur la fenêtre de conversion 7 jours clic et 1 jours vue

Couverture

< 10

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

Ces estimations ont-elles été utiles ?

Placements

Montrez vos publicités aux bonnes personnes, aux bons endroits.

Placements automatiques (Recommandé)

Utilisez le placement automatique pour optimiser votre budget et montrer vos publicités à plus de personnes. Le système de diffusion de Facebook répartira le budget de vos ensembles de publicités sur différents placements, là où ils sont susceptibles d'obtenir les meilleures performances. [En savoir plus](#)

Placements manuels

Choisissez manuellement les emplacements de diffusion de vos publicités ; Plus vous en sélectionnez et plus vous aurez de chances de toucher votre audience cible et d'atteindre vos objectifs commerciaux. [En savoir plus](#)

Optimisation et contrôles des dépenses

Définissez votre budget et quand vos publicités doivent apparaître.

Calendrier Diffusez votre ensemble de publicités en continu à partir d'aujourd'hui

Définissez une date de début et de fin

Début

Fin

(Heure de Paris)

Masquer les options ▾

Limites de dépenses pour l'ensemble de publicités

Taille de l'audience



La sélection de votre audience est assez large.

Couverture potentielle : 39 000 000 personnes

Résultats quotidiens estimés

Basé sur la fenêtre de conversion 7 jours clic et 1 jours vue

Couverture **17K - 49K**

Conversions **54 - 155**

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

Ces estimations ont-elles été utiles ?

Texte et liens

Configurer le texte et les liens pour votre pub. [En savoir plus](#)

Texte principal

Il est encore temps de valider votre panier!

Titre (facultatif)

Retrouvez le descriptif de votre réservation

Description (facultatif)

Donnez plus de détails

Destination

- Site web
- Évènement Facebook

URL du site web

Aperçu de l'adresse URL

<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/para.X>

Générer un paramètre d'URL

Lien d'affichage (facultatif)

Entrez le lien que vous voulez afficher dans votre publicité.

Call-to-action

Réserver ▾

Personnalisations de stories

Modifiez les couleurs d'arrière-plan des stories

Fil d'actualité sur mobile

Modifier

Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt
Sponsorisé

Il est encore temps de valider votre panier!



HYATT.COM
Retrouvez le descriptif de votre réservation

RÉSERVER

J'aime

Commenter

Partager

Commenter



FACEBOOK ADS BUSINESS

Mise en place d'une campagne Facebook afin de cibler la cible "business".

De plus, nous ne ciblerons sur cette campagne que les hommes et femmes de 45 à 55 ans.

Lieu: Europe et US, septembre correspondant aux nombreuses manifestations de Paris.

Intérêts: Attirer la cible en offrant un service totalement personnalisé combinant travail et loisirs culturels ou sportifs.

Créer une campagne ⓘ

Utiliser une campagne existante ⓘ

Campagne : Choisissez votre objectif.

Mode création rapide

Quel est votre objectif marketing ? [Besoin d'aide pour votre objectif ?](#)

Sensibilisation	Considération	Conversion
Notoriété de la marque	<input checked="" type="checkbox"/> Trafic	Conversions
Couverture	Interactions	Ventes catalogue
	Installations d'apps	Trafic en point de vente
	Vues de vidéos	
	Génération de prospects	
	Messages	



Trafic

Envoyez plus de personnes vers une destination telles qu'un site web, une app ou d'une conversation Messenger. [En savoir plus](#)

[Modifier](#)

Aperçu

Budget

Budget quotidien ▼ 20,00 € EUR

Le montant réel dépensé quotidiennement peut varier. ⓘ

Date de début

1/9/2020

🕒 17:00

Heure de Paris

Fin · Facultatif

Définir une date de fin

30/9/2020

🕒 00:00

Heure de Paris

[Afficher plus d'options ▼](#)

Audience

Créer une audience

Utiliser l'audience enregistrée ▼

AFFAIRE

Lieu - Résidence :

Allemagne, Espagne, France, Italie, Portugal, États-Unis

Âge :

45 - 55

Personnes qui correspondent aux :

Intérêts : Bar (établissement), Restaurants, Affaires, Cuisine française ou Hôtels, Comportements : Grands voyageurs ou Voyageurs internationaux fréquents

Définition de l'audience



L'audience sélectionnée est assez vaste.

Couverture potentielle : 54 000 000 personnes ⓘ

Résultats quotidiens estimés

Couverture ⓘ

4,7K - 14K

Clics sur un lien ⓘ

73 - 211

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

Ces estimations ont-elles été utiles ?

1 2 3 4 5 +

Image Vidéo / Diaporama [Supprimer](#)

 **Hotel-Du-Louvre-P332-Pissarro...**
1280 × 720

[Recadrer l'ima...](#) [Changer l'image](#)

Pour poser des questions et obtenir plus d'informations, consultez les [Règles publicitaires Facebook](#).

Titre (facultatif) ⓘ

Suite Pissaro

Description (facultatif) ⓘ



Admirez la vue à couper le souffle sur l'avenue de l'Opéra rêvée par Napoléon III depuis cette suite de 64 mètres carrés où le peintre Pissarro a vécu et peint 11 chefs-d'œuvre.



URL du site web ⓘ

<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/paraz>


[Générer un paramètre d'URL](#)







 

 **Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt** ...
Sponsorisé · 

Quelque soit votre projet, notre équipe est à votre disposition pour vous offrir un séjour 100% personnalisé.


 **Suite Pissaro**
Admirez la ... [NOUS CONTACTER](#)

 **Salon de réunion.**
Pensés co

 J'aime  [Commenter](#)  Partager

1 2 3 4 5 +

Image Vidéo / Diaporama Supprimer

 Hotel-du-Louvre-P302-Camille-... 1280 x 720
Recadrer l'ima... Changer l'image

Pour poser des questions et obtenir plus d'informations, consultez les Règles publicitaires Facebook.

Titre (facultatif) ⓘ
Salon de réunion Camille

Description (facultatif) ⓘ
Pensés comme des ateliers, les salons de l'Hôtel du Louvre vous transportent dans l'univers des célèbres personnages qui ont marqué l'histoire de l'établissement. Une expérience immersive qui promet d'apporter à tous vos séminaires et réunions une atmosphère unique.

URL du site web ⓘ
<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/paraz>

Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt
Sponsorisé ·

Quelque soit votre projet, notre équipe est à votre disposition pour vous offrir un séjour 100% personnalisé.

 **Salon de réunion...** NOUS CONTACTER Pensés co...

 **Suite Pissaro** Admirez la

J'aime Commenter Partager

1 2 3 4 5 +

Image Vidéo / Diaporama Supprimer

 Hotel-du-Louvre-P342-Brasseri... 1280 x 960
Recadrer l'ima... Changer l'image

Pour poser des questions et obtenir plus d'informations, consultez les Règles publicitaires Facebook.

Titre (facultatif) ⓘ
Brasserie du Louvre

Description (facultatif) ⓘ
À la carte, découvrez pour la première fois à Paris les recettes du "Cuisinier du Siècle", Paul Bocuse exécutées par le Chef de l'Hôtel du Louvre, Denis Bellon. Une cuisine qui défend les produits et le goût.

URL du site web ⓘ
<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/paraz>

Générer un paramètre d'URL

Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt
Sponsorisé ·

Quelque soit votre projet, notre équipe est à votre disposition pour vous offrir un séjour 100% personnalisé.

 **Brasserie du Louvre** NOUS CONTACTER À la carte, d...

 **Suite Pissaro** Admirez la

J'aime Commenter Partager

Image Vidéo / Diaporama [Supprimer](#)



Hotel-du-Louvre-P336-Bartend...

1280 x 960

✕

Recadrer l'ima...
Changer l'image

Pour poser des questions et obtenir plus d'informations, consultez les Règles publicitaires Facebook.

Titre (facultatif) ⓘ

Officine du Louvre

Description (facultatif) ⓘ

Pour une pause gourmande, rendez-vous à l'Officine du Louvre sous la splendide verrière d'époque

URL du site web ⓘ

https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/paraz

[Générer un paramètre d'URL](#)

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-



Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt

Sponsorisé · 🌐

Quelque soit votre projet, notre équipe est à votre disposition pour vous offrir un séjour 100% personnalisé.



Officine du Louvre

Pour une p...

[NOUS CONTACTER](#)

Suite Pissaro

Admirez la

J'aime
 Commenter
 Partager

Image Vidéo / Diaporama [Supprimer](#)



World-of-Hyatt-P127-Lifestyle...

1280 x 720

✕

Recadrer l'ima...
Changer l'image

Pour poser des questions et obtenir plus d'informations, consultez les Règles publicitaires Facebook.

Titre (facultatif) ⓘ

Fitness center

Description (facultatif) ⓘ

Cabines privées

URL du site web ⓘ

https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/paraz

[Générer un paramètre d'URL](#)

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-



Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt

Sponsorisé · 🌐

Quelque soit votre projet, notre équipe est à votre disposition pour vous offrir un séjour 100% personnalisé.



Fitness center

Cabines pr...

[NOUS CONTACTER](#)

Suite Pissaro

Admirez la

J'aime
 Commenter
 Partager

INSTAGRAM ADS



Mise en place d'une campagne Instagram afin de toucher la génération Y.

Diffusion de cette publicité aux hommes et femmes.


De plus, sur cette publicité à destination de la génération Y, nous ne ciblerons pas les personnes au dessus de 40 ans.

Lieu: Europe et US au mois d'Août basse saison

Intérêts: Identifier la cible par des mots clés et # en cherchant dans les pages qu'ils aiment.

Quel est votre objectif marketing ? [Besoin d'aide pour votre objectif ?](#)

Sensibilisation	Considération	Conversion
<input checked="" type="checkbox"/> Notoriété de la marque <input type="checkbox"/> Couverture	<input type="checkbox"/> Trafic <input type="checkbox"/> Interactions <input type="checkbox"/> Installations d'app <input type="checkbox"/> Vues de vidéos <input type="checkbox"/> Génération de prospects <input type="checkbox"/> Messages	<input type="checkbox"/> Conversions <input type="checkbox"/> Ventes catalogue <input type="checkbox"/> Trafic en point de vente



Notoriété de la marque

Atteignez les personnes les plus susceptibles de prêter attention à vos publicités et augmentez la notoriété de votre marque.

Masquer les options ▾

Appareils mobiles et systèmes d'exploitation spécifiques

Appareils

- All

Seulement avec une connexion Wi-Fi

- Non


Exclure du contenu et des éditeurs

Disponible pour Audience Network, Instant Articles et Vidéos in-stream.

Aucun ajouté

Taille de l'audience

La sélection de votre audience est assez large.



Restreinte Trop lar...

Couverture potentielle : 170 000 000 personnes

Résultats quotidiens estimés

Les estimations ne sont pas disponibles pour les campagnes qui utilisent l'optimisation du budget de campagne avec des limites de dépenses pour les ensembles de publicités.

Optimisation et contrôles des dépenses

Définissez votre budget et quand vos publicités doivent apparaître.

Optimisation de diffusion des publicités **Augmentation de la mémorisation publicitaire**

Contrôle du coût **La stratégie de l'enchère au coût le plus bas n'a pas de contrôle du coût.**

Facebook va chercher à obtenir le plus de croissance de la mémorisation publicitaire et à dépenser l'intégralité de votre budget.

Calendrier **Diffusez votre ensemble de publicités en continu à partir d'aujourd'hui**

Diffusez votre ensemble de publicités en continu à partir d'aujourd'hui

Définissez une date de début et de fin

Début

Fin

(Heure de Paris)

Afficher plus d'options ▾

Limites de dépenses pour l'ensemble de publicités **Maximum**

300,00 € quotidien

Nous ne dépenserons pas plus que ce montant.

Texte et liens

Configurer le texte et les liens pour votre pub. [En savoir plus](#)

Texte principal ⓘ

Comme @marquistrill1 profitez d'une suite à l'hôtel du Louvre.
[#hoteldulouvre](#) [#hyatt](#) [#paris](#) [#suitepissaro](#)

Ajouter une URL de site web ⓘ

Titre (facultatif) ⓘ

Écrivez un court titre

Description (facultatif) ⓘ

Donnez plus de détails

URL du site web ⓘ

Aperçu de l'adresse URL

<https://www.hyatt.com/fr-FR/hotel/france/hotel-du-louvre/para> ✕

[Générer un paramètre d'URL](#)

Lien d'affichage (facultatif) ⓘ

Entrez le lien que vous voulez afficher dans votre publicité.

Call-to-action ⓘ

En savoir plus ▼

Personnalisations de stories

Modifiez les couleurs d'arrière-plan des stories ⓘ



Fil Instagram



Modifier



Instagram



Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt ...
Sponsorisé



En savoir plus >



Comme @marquistrill1 profitez d'une suite à l'hôtel du Louvre... more


INSTAGRAM INFLUENCEUR

INFLUENCEUSE:
@LAPETITFRENCHIE






lapetitefrenchie  ...

810 publications 61,3k abonnés 947 abonnements

LAURA DPL 

FASHION, TRAVEL AND LIFESTYLE 

Toulouse, from Paris  Next  : Saint-Malo, Béziers

 hello@lapetitefrenchie.com

msha.ke/lapetitefrenchie



EVENEMENT

3 au 6 septembre 2020

CHALLENGE

Comment mettre en avant le nouvel Hôtel du Louvre ?

Hôtel mythique français, l'Hôtel du Louvre souhaitait développer sa stratégie d'influence sur 2020, pour moderniser sa marque sur les réseaux sociaux et séduire de nouvelles cibles.

Objectif : cibler la génération Y

SOLUTION

Pour cela, l'Hôtel du Louvre a fait appel à 1 ambassadrice, @lapetitefrenchie pendant 3 jours pour créer un contenu pour l'hôtel.

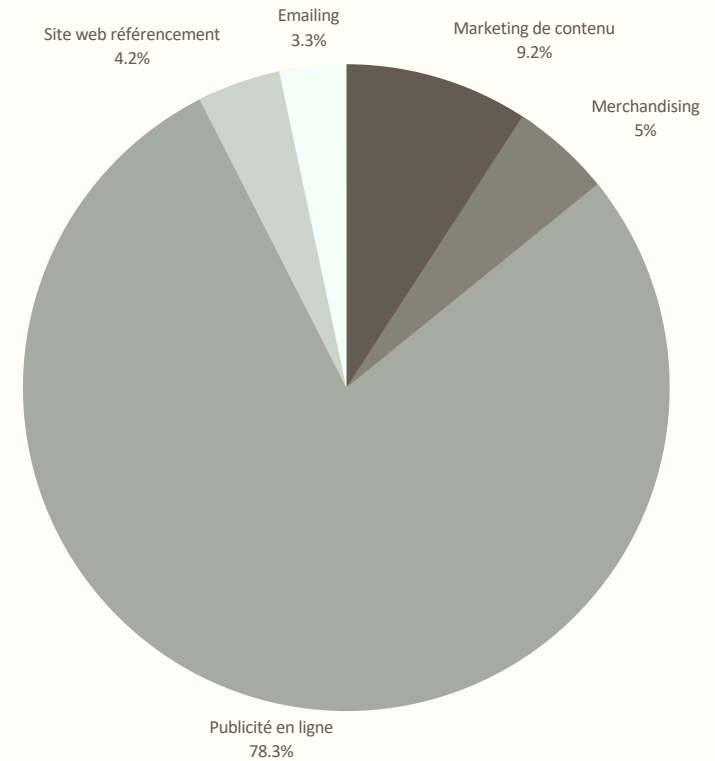
A travers un scénario vidéo et photo, elle raconte une histoire...

Une histoire à travers les lieux mythiques de Paris, invitation en avant-première dans les coulisses du tournage d'un film etc...

La participation de l'influenceuse et la mise en avant de son histoire personnelle à travers Paris a permis d'offrir plus d'authenticité à la campagne.



BUDGET	
Marketing de contenu	5 500 €
Merchandising	3 000 €
Site web référencement	2 500 €
Emailing	2 000 €
Publicité en ligne	47 000 €
TOTAL	60 000 €



BUDGET CAMPAGNE

CAMPAGNE GOOGLE ADS NATIONALE					
	CPC moyen	Budget quotidien	Nombre d'impressions	Clics	Conversions
Juillet	0,4	32	26 000	1900	28
FACEBOOK ADS CODE PROMO					
Juillet			9 800	4200	63
FACEBOOK ADS BUSINESS					
Septembre			4700	73	1,1
CAMPAGNE GOOGLE ADS INTERNATIONALE					
Octobre	0,29	620	1 700 000	23000	345
FACEBOOK ADS ABANDON DE PANIER					
Octobre			17 000	3600	54
FACEBOOK ADS SENIOR					
Novembre			5 200	83	1,25

CHIFFRE D'AFFAIRES	
NATIONALE	11 200 €
CODE PROMO	25 200 €
BUSINESS	440 €
INTERNATIONALE	138 000 €
ABANDON DE PANIER	21 600 €
SENIOR	500 €
TOTAL	196 940 €

ROI	
BUDGET:	
$(196940 - 40000) / 15000 = 3,92$	
Soit un ROI de 3,92	


ROI

 **Hotel Du Louvre In The Unbound Collection By Hyatt**
Sponsorisé · 🌐

C'est en ligne ! Profite de 50% sur la suite junior ou junior avec vue !



HYATT.COM
Réserve ta suite aujourd'hui [PROFITER DE L'OFFRE](#)

 J'aime



Commenter

 Partager

POST TEST

Le post-test prend la forme d'un questionnaire et sert à mesurer les effets d'une campagne sur la population exposée au message.

- La réservation
- La venue
- L'accueil
- La chambre
- La restauration
- Le départ
- Les campagnes



MERCI

