

Grupa eSky, jako jedyny polski OTA, w Google Hotel Ads

- Grupa eSky, lider rynku internetowych biur podróży w krajach CEE, nawiązała współpracę z Google w zakresie usługi Google Hotel Ads.
- Oferty noclegów dostępne w eSky.pl widoczne będą dla milionów użytkowników Google we wszystkich krajach działania eSky.pl. Dzięki współpracy eSky.pl zamierza dotrzeć do nowej grupy klientów, a także wzmocnić swoją pozycję w segmencie hoteli.

Grupa eSky, która w zeszłym roku przeprowadziła cyfrową transformację z Google Cloud, nawiązała współpracę z amerykańskim liderem tech w zakresie produktu Google Hotel Ads. Współpraca firm będzie obejmowała wszystkie 60 rynków, gdzie Grupa eSky.pl prowadzi sprzedaż.

Wykorzystanie Google Hotel Ads umożliwi eSky.pl dotarcie do szerokiej grupy odbiorców na całym świecie ze swoją ofertą obiektów noclegowych, która obecnie liczy ponad 1,3 mln hoteli, apartamentów, domów wakacyjnych i innych form zakwaterowania na całym świecie. Warto zaznaczyć, że Grupa eSky.pl znalazła się w wąskim gronie polskich firm, które jako pierwsze nawiązały współpracę z Google w tym zakresie.

Google jest jednym z naszych strategicznych partnerów. W zeszłym roku przeprowadziliśmy m.in. migrację do Google Cloud. Współpraca w kolejnym obszarze - noclegów, jest dla nas naturalnym krokiem w rozwoju relacji biznesowych. Jest to także kamień milowy pod kątem umocnienia pozycji rynkowej i wiarygodności firmy w segmencie Hotels & Leisure nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie – komentuje Łukasz Neska, Wiceprezes, eSky.pl.

Jednym z filarów strategii rozwoju Grupy eSky.pl jest rozwój i udoskonalenie produktów z kategorii Hotels & Leisure. Obecnie firma w ofercie swojej posiada dostęp do szerokiej bazy noclegowej, a także dynamiczne pakiety Lot+Hotel, które wzoruje na najlepszych rozwiązaniach branży travel zza oceanu.

W wyniku wpływu pandemii COVID-19, w branży turystycznej zrodziły się nowe trendy - "bubble travel" oraz "domestic travel". Ten pierwszy dotyczy coraz większej liczby podróżników, którzy wybierają kierunki wyjazdów bliskie rodzimego kraju. Z kolei trend "domestic travel" oparty jest na

turystyce krajowej, gdzie noclegi odgrywają ważną rolę w planowaniu podróży. Trendy te są widoczne zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Rynek turystyczny w Polsce systematycznie nadrabia dystans do średniej europejskiej pod kątem cyfryzacji. Zgodnie z badaniem Polskiego Instytutu Ekonomicznego tylko 67% polskich firm z branży turystycznej korzysta z mediów społecznościowych, w UE poziom ten wynosi 74%. My, jako firma z branży travel e-commerce, wywodząca się z internetu, stawiamy na nowe technologie i kanały dotarcia do klientów. Nasze obserwacje i analizy rynku, w tym pod kątem nowych trendów, idealnie się wpasowują w naszą współpracę z Google - udostępnienie szerokiej oferty noclegów w ramach Google Hotels Ads pozwoli nam nie tylko zdobyć nowych klientów, ale również umocnić pozycję rynkową – dodaje Łukasz Neska.

Google Hotel Ads pozwala na promowanie oferty noclegowej w wyszukiwarce, Mapach Google lub Asystencie Google i jest rozwiązaniem pomagającym użytkownikom znaleźć idealny nocleg dla siebie, zaś reklamodawcom, prócz trafnego dotarcia do grupy docelowej, precyzyjną analitykę.

Polacy zaczęli się interesować innymi kierunkami podróży, inaczej planują swoje wyjazdy. Trendy wyszukiwań w tej kategorii dynamicznie się zmieniają, zwłaszcza w obliczu globalnej pandemii. Sama kategoria związana z zakwaterowaniem podczas miesiąca wakacyjnych była jedyną w branży podróżniczej, które zarejestrowała wzrost wyszukiwań rok do roku i osiągała nawet +29% – mówi Antoni Andruszkiewicz, Industry Manager w Google Polska – Funkcja, którą właśnie wdrożył eSky ułatwia użytkownikom znalezienie idealnego miejsca dla siebie, porównanie kosztów, czy dostępności hoteli, zaś z perspektywy biznesowej: pomaga dotrzeć do zainteresowanych rezerwacją klientów. Tym samym eSky po raz kolejny udowodnił, że jest w awangardzie innowacyjnych rozwiązań technologicznych w Polsce.