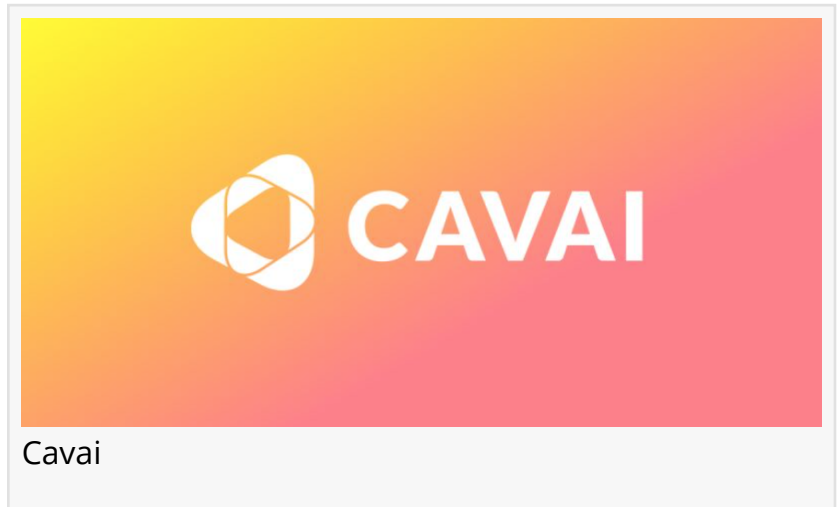


Cavai ayuda a Barcelo.com a atraer viajeros norteamericanos hacia destinos caribeños en la era poscoronavirus

BARCELONA, ESPAÑA, June 8, 2021

/EINPresswire.com/ -- [Cavai](#), la plataforma cloud líder en publicidad conversacional, está colaborando con BMind, una consultora especializada en transformación digital a través del uso de data y tecnología, y su cliente Barceló, para impulsar un fenomenal ROI en proyectos publicitarios sin necesidad de cookies de terceros, a través de sus exclusivos formatos publicitarios conversacionales.



El reto consistía en volver a atraer viajeros norteamericanos hacia los destinos caribeños de Barcelo.com tras la pandemia.

El uso de la tecnología propia de Cavai, Cavai Cloud, permitió a Barceló diseñar, construir y proporcionar conversaciones dinámicas a través de formatos publicitarios interactivos en todo su ecosistema programático.

Los formatos interactivos de Cavai invitan a los consumidores a entablar un diálogo bidireccional, como en las aplicaciones de mensajería, lo que aumenta el tiempo de interacción con la marca y crea un microviaje personalizado, además de aportar información procesable para cada cliente.

Todos los banners conversacionales de Cavai se proporcionaron a través de Google DV360 y de programática abierta. El formato atrae al público invitando a las personas a volver a soñar con viajar a un destino paradisíaco. Todo comienza con una pregunta abierta: «¿Con qué sueñas?».

Una vez que el público se siente cómodo con mantener un diálogo con la marca, el formato conversacional se centra en canalizar la interacción a través del sales funnel preguntando, por ejemplo, qué fecha sería ideal para unas vacaciones en el Caribe. A continuación, el diálogo se

centra en los lugares y se sugieren tres destinos vacacionales importantes: Punta Cana, Riviera Maya y Cancún.

Gracias a esta técnica conversacional, Barceló, mediante sofisticadas analíticas flow de Cavai, ha obtenido información valiosa acerca de las expectativas de los viajeros; las fechas en las que quieren viajar y sus destinos preferidos en el Caribe. Como los anuncios interactivos están diseñados a prueba de bots, los diálogos son auténticas interacciones con personas, disponibles en tiempo real.

Los usuarios que han interactuado con la pieza y quieren obtener información sobre hoteles disponibles para el destino seleccionado tienen la opción de aterrizar en la web de Barceló, el engagement generado hace que la calidad del tráfico mejore notablemente, tomando como referencia el benchmark del resto de formatos de display empleados en el mercado de USA observamos una mejora de la tasa de rebote de 10 puntos porcentuales, el tiempo medio de permanencia en página se ha triplicado y han aumentado un 45 % las páginas vistas por sesión.

«Este novedoso formato, junto con el engagement que produce, se traduce en un aumento de la calidad del tráfico cómo queda de manifiesto en métricas como la tasa de rebote, el tiempo medio de permanencia en página y el número de páginas vistas por usuario. Se trata además, de un formato activable sin necesidad de datos de terceros y que respeta en todo momento la privacidad del usuario», dice Jorge Marzal, Activation Manager de BMind. «Los formatos interactivos de Cavai no se basan en cookies, por lo que proporcionan una solución inmediata a las múltiples complejidades en materia de datos que las marcas y agencias necesitan sortear en este momento, al mismo tiempo que mejora la calidad de los datos de performance gracias al diálogo establecido con la marca», añade el especialista de BMind

De hecho, las audiencias de Barceló permanecen hasta 60 segundos en el diálogo con la marca, y en ese tiempo se puede analizar la manera en que los clientes interactúan con ella, lo cual posibilita la optimización creativa en tiempo real y proporciona información para futuras iniciativas de marketing y negocios.

Manuel Martínez Rodríguez, consultor de activación programática en BMind, añade: «El hecho de poder preguntar a las personas qué les interesa permite crear una experiencia de marca personalizada en primera persona y en positivo . En un entorno respetuoso y con garantía de privacidad, las personas avanzan por el sales funnel de forma natural, hecho que ha supuesto que la tasa de conversiones haya mejorado de manera considerable y los resultados hayan sido significativos con la inclusión de este formato. ».

Rubén Vinagre, gerente de Performance Marketing de Barceló, agrega: «La solución de Cavai ha

hecho posible que podamos interactuar con los usuarios de una manera innovadora. Además de permitirnos obtener información valiosa sobre los intereses e inquietudes de las personas, nos ha ayudado a atraer usuarios cualificados que avanzan a través del proceso de reserva; algo que no siempre ocurre en formatos no tan centrados en performance marketing.

Steffen Svartberg, fundador y director ejecutivo de Cavai, comenta: «Este es un gran ejemplo de cómo la publicidad conversacional puede dar lugar a una creatividad genuina en un mercado competitivo. Estamos encantados de haber ayudado a Barceló, en especial en esta época en la que los consumidores, tímidamente, se están volviendo a familiarizar con los viajes. Y podemos ver que cada vez más marcas se dan cuenta de la necesidad de entablar un diálogo con los consumidores, respondiendo de forma respetuosa y creativa a sus necesidades en el momento».

Cavai ayuda a profesionales de marketing a ofrecer experiencias publicitarias conversacionales en compras programáticas y sociales de la misma manera en que normalmente se ofrecen banners y anuncios de vídeo. Sus clientes, entre los que se encuentran BMW, Microsoft, Amazon, Volvo, Tesco y Unilever, están viendo un aumento masivo del ROI gracias a estos formatos publicitarios muy entretenidos y no intrusivos que permiten una conversación bidireccional entre consumidores y marcas.

La noticia de esta colaboración se suma al reciente anuncio de asociación de Cavai con Xaxis, lo que consolida aún más su posición como líder en la transformación creativa y la tecnología de nube publicitaria.

Acerca de Cavai

Cavai es la nube líder en publicidad conversacional a nivel mundial que colabora estrechamente con marcas, soportes publicitarios y agencias para permitir experiencias conversacionales a través de su tecnología propia de publicidad en la nube.

Desde su fundación en 2018, Cavai ayuda a profesionales de marketing a ofrecer experiencias publicitarias conversacionales en compras programáticas y sociales de la misma manera en que normalmente se ofrecen banners y anuncios de vídeo. En Europa, los clientes de Cavai, entre los que se encuentran Microsoft, Amazon, Volvo, Tesco y Unilever, ya están obteniendo ROI entre diez y veinte veces superiores gracias a sus campañas publicitarias conversacionales. Desde sus oficinas en Oslo, Estocolmo, Helsinki, Copenhague, Ámsterdam, Múnich, Barcelona, Londres, Nueva York, Seattle, Montreal y Singapur, Cavai ayuda a marcas y editores líderes a nivel mundial con publicidad conversacional.

Para obtener más información, póngase en contacto con el equipo de Cavai enviando un correo electrónico a hello@cavai.com.

www.cavai.com

Contacto de RR. PP.

Julia Smith

Directora de RR. PP. de Cavai

Julia@thedigitalvoice.co.uk

+44 7799 894184

Más información

Steffen Svartberg, fundador y director ejecutivo de Cavai

Teléfono: +4790999500; Correo electrónico: steffen@cavai.com

Julia Smith

The Digital Voice

+44 7799 894184

[email us here](#)

Visit us on social media:

[LinkedIn](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/543273326>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.