

CASE STUDIES

Hotel 5*****

Portugal

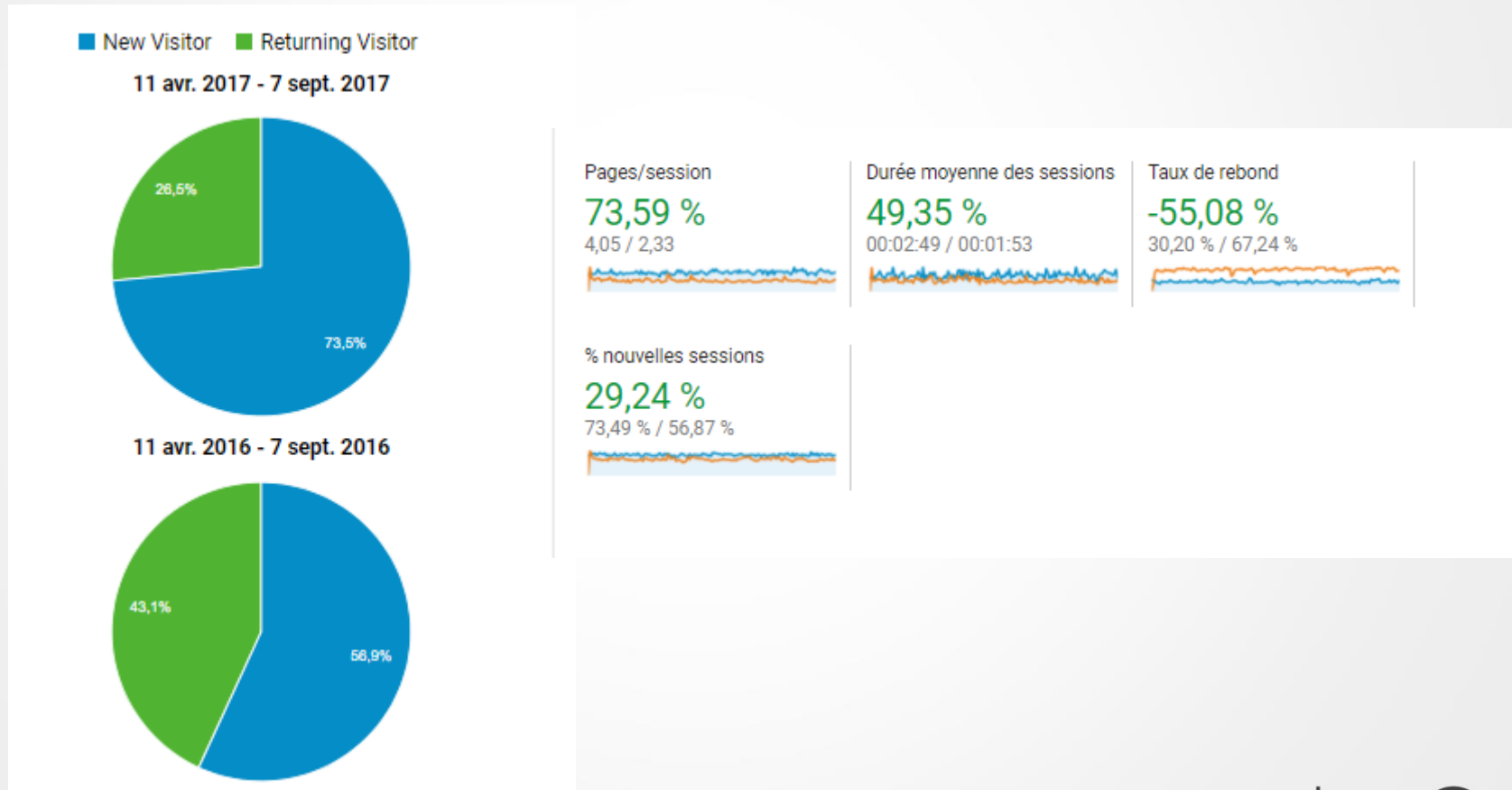
CONTEXT

- Customer since October 2015
- Online with an Adaptive website on the 11th April 2016
- Rate parity with OTAs
- Meta-Search Campaigns

Dashboard

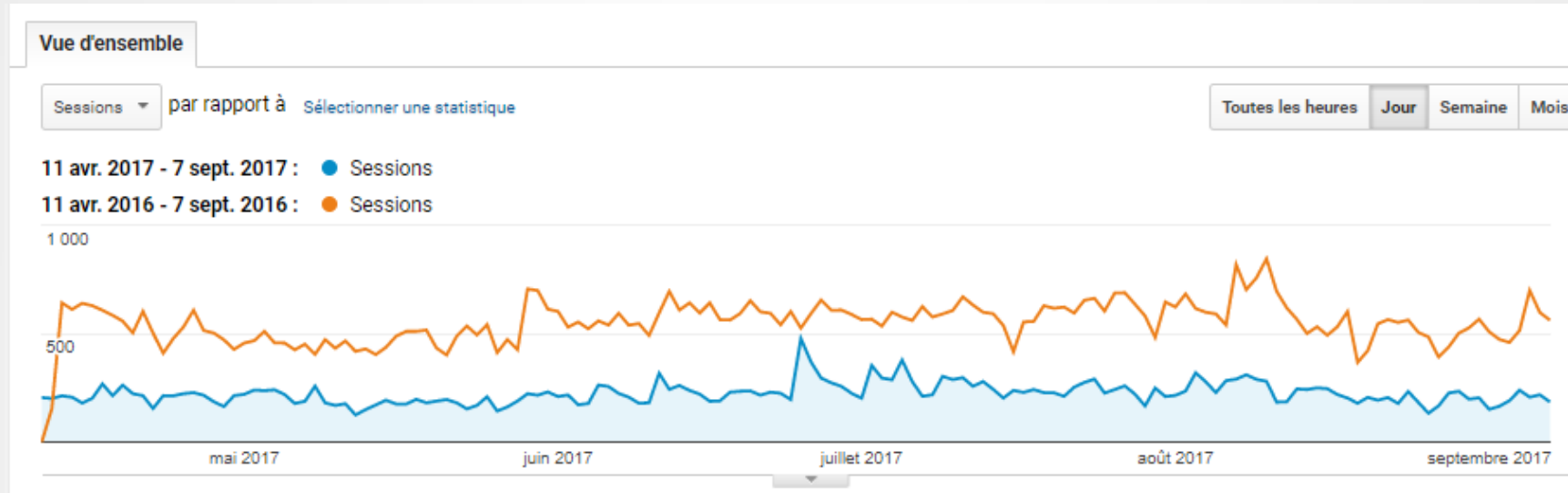
Increase of the conversion indicators, since the site was put online on April 11th 2016, compared to the same period last year.

Improved user experience (bounce rate improved, increase of page views, sessions ...)



Traffic and Turnover

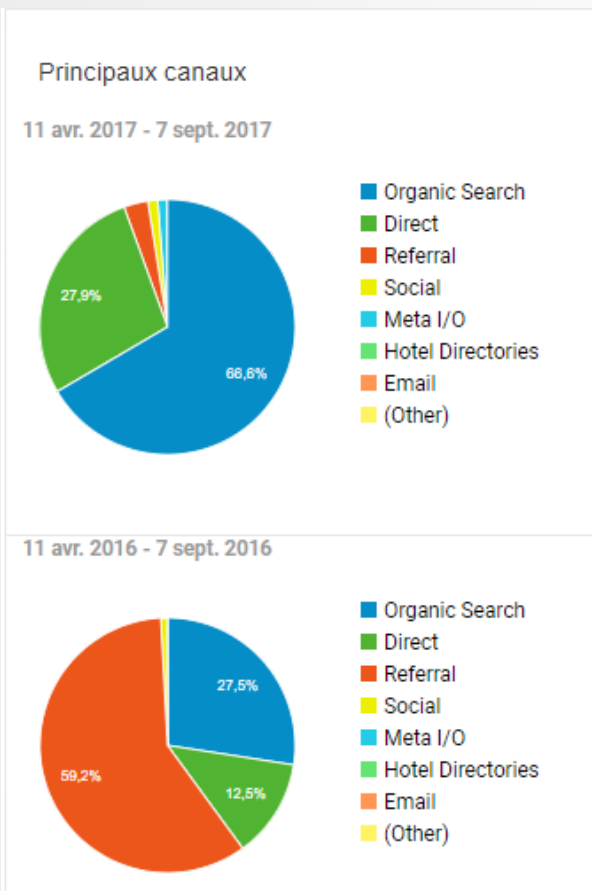
We can see that the bounce rate is declining with an increase in the conversion rate and turnover:



Default Channel Grouping (Groupe de canaux par défaut)	Sessions	Taux de conversion du commerce électronique	Default Channel Grouping (Groupe de canaux par défaut)	Chiffre d'affaires	Taux de rebond
Organic Search			Direct		
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	22 370	0,00 %	11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	69 273,10 €	26,22 %
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	22 613	0,14 %	11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	1 906,80 €	54,98 %
Modification (en %)	-1,07 %	-100,00 %	Modification (en %)	3 532,95 %	-52,30 %

Revenue

The hotel recorded a **75.2%** increase in turnover compared to the same period last year :



Meta I/O

SPENT	GENERATED	CLICKS	BOOKINGS	0.60% CONVERSION	ROI X 8
€1,271.28	€11,191.00	1678	10		

Sessions

11 avr. 2017 - 7 sept. 2017

33 604

% du total : 100,00 % (33 604)



11 avr. 2016 - 7 sept. 2016

82 376

% du total : 100,00 % (82 376)



Conversion

11 avr. 2017 - 7 sept. 2017

0,20 %

Valeur moy. pour la vue : 0,20 % (0,00 %)



11 avr. 2016 - 7 sept. 2016

0,04 %

Valeur moy. pour la vue : 0,04 % (0,00 %)



Revenue

11 avr. 2017 - 7 sept. 2017

81 739,10 €

% du total : 100,00 % (81 739,10 €)



11 avr. 2016 - 7 sept. 2016

46 655,00 €

% du total : 100,00 % (46 655,00 €)



Bounce Rate

11 avr. 2017 - 7 sept. 2017

30,20 %

Valeur moy. pour la vue : 30,20 % (0,00 %)



11 avr. 2016 - 7 sept. 2016

67,24 %

Valeur moy. pour la vue : 67,24 % (0,00 %)



Mobile Traffic and results

Traffic has been more qualified since the website was launched, generating an increase in turnover:

Desktop + 80,75%

Tablet + 75,5%

Device Breakdown			Device Breakdown		
Catégorie d'appareil	Sessions	Taux de rebond	Catégorie d'appareil	Chiffre d'affaires	Taux de conversion du commerce électronique
desktop			desktop		
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	17 231	24,14 %	11 avr. 2017 - 7 sep t. 2017	68 637,10 €	0,35 %
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	18 435	32,63 %	11 avr. 2016 - 7 sep t. 2016	37 973,10 €	0,16 %
Modification (en %)	-6,53 %	-26,04 %	Modification (en %)	80,75 %	113,97 %
mobile			tablet		
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	10 081	41,11 %	11 avr. 2017 - 7 sep t. 2017	13 102,00 €	0,13 %
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	49 826	81,00 %	11 avr. 2016 - 7 sep t. 2016	7 465,70 €	0,03 %
Modification (en %)	-79,77 %	-49,25 %	Modification (en %)	75,50 %	348,66 %
tablet			mobile		
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	6 292	29,35 %	11 avr. 2017 - 7 sep t. 2017	0,00 €	0,00 %
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	14 115	63,90 %	11 avr. 2016 - 7 sep t. 2016	1 216,20 €	< 0,01 %
Modification (en %)	-55,42 %	-54,06 %	Modification (en %)	-100,00 %	-100,00 %

Loading Speed

There was a Sharpe drop in loading time with the CDN

Navigateur	Temps de chargement moyen de la page (s)
1. Android Browser	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	0,00
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	18,44
Modification (en %)	-100,00 %
2. Edge	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	1,01
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	4,12
Modification (en %)	-75,46 %
3. Safari (in-app)	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	2,56
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	22,86
Modification (en %)	-88,82 %
4. Internet Explorer	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	3,07
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	2,71
Modification (en %)	13,54 %
5. Safari	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	3,15
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	4,00
Modification (en %)	-21,23 %
6. Chrome	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	3,28
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	5,51
Modification (en %)	-40,44 %
7. Firefox	
11 avr. 2017 - 7 sept. 2017	3,37
11 avr. 2016 - 7 sept. 2016	3,38
Modification (en %)	-0,26 %