



När Gitta Hertzman Pérez fick uppdraget att marknadsföra countrysidehotels.se var hennes första åtgärd att se över ekonomin och strypa alla andra åtgärder, förutom iProspect's arbete. Ett beslut hon är glad för idag.

## Svenskarna älskar lyxresor via Countryside Hotels

*Genom strategiska insatser för att skapa trafik till sin webbplats har svenska Countryside Hotels på några år lyckats ta en framträdande position när det gäller reseupplevelser i Sverige.*

### UTGÅNGSLÄGE / BAKGRUND:

Den svenska hotellbranschen är en av de mest konkurrensutsatta på nätet. Andra extremt utsatta branschgrenar är spel och dobbel, resor, bank och försäkring.

Idag står och faller hotellen med sina webbplatser som utgör deras främsta forum för marknadsföring och försäljning. Countryside Hotels är en svensk organisation där medlemshotellet marknadsför upplevelser till framför allt privatresenärer. Kundgruppen utgörs till stor del av äldre par där barnen flyttat hemifrån och yngre stadsbor som vill ta en paus och unna sig en avkopplande helg med god mat. De hotell och värdshus som ingår i organisationen tillhör landets främsta när det gäller att erbjuda boende och kulinariska upplevelser utöver det vanliga. Via countrysidehotels.se erbjuder

man bokning och paket med exklusiva vistelser för den mer välbeställda resenären eller den som vill fira en högtid eller weekend med något extra. Bland medlemmarna finns också några av Sveriges mest välrenommerade etablissemang så som Hooks Herrgård och Grythyttans Gästgiveri.

Weekendpaketet har blivit alltmer populärt på senare år. Många resenärer vill fara iväg på en upplevelse och förutom den stora spa-trenden är vin- och chokladprovning idag enormt populärt.

*För Countryside Hotels har konkurrensen hårdnat i takt med att allt fler hotell inne i städerna också satsar på weekendpaketet med shopping och aktiviteter. Man inleddes därför ett samarbete med iProspect i oktober 2002.*

**KUNDFAKTA:****Företag:** Countryside Hotels**Bransch:** Hotell och evenemang**Webbplats:**

www.countrysidehotels.se

**Kund sedan:** 2002**Lösning:** Sökmotoroptimering av webbplatsen

Målet var att hamna så högt upp som möjligt i sökmotorerna på sökord som är starkt förknippade med Countrysides verksamhet. Samtidigt ville man öka trafiken från sökmotorerna till webbplatsen.

**STRATEGI:**

Eftersom många av de som söker sig till www.countrysidehotels.se är sällanbesökare blir det centralt att lyckas hamna högt upp i sökmotorer som exempelvis Google. För att få så hög sökbarhet som möjligt valde man att satsa på insatser inom två områden: en optimering av Countrysides webbplats och en lösning för att driva kvalitativ trafik i form av presumtiva kunder.

Genom en granskning av branschrelaterade termer gjordes ett urval av Countrysides viktigaste sökord. Dessa uppdateras sedan kontinuerligt för att följa säsong och branschtrender.

Webbplatsen anpassades efter sökmotorernas riktlinjer och algoritmer. Man gjorde även en genomgång av det redaktionella innehållet på sidan och tog fram en länkstrategi. Stor omsorg lades på att göra countryside.se mer attraktiv och informativ ur besökarnas synvinkel i sökmotorernas träfflistor.

För att kunna se tydliga resultat av insatserna görs kontinuerliga mätningar av kvalitativ och kvantitativ trafik. De statistikverktyg som används ger Countryside en realtidsbild av hur insatser påverkar resultatet och ger

ett tydligt underlag för beslut. Blev en insats lyckad? Är det något sökord som ger mer trafik än något annat och skall det prioriteras?

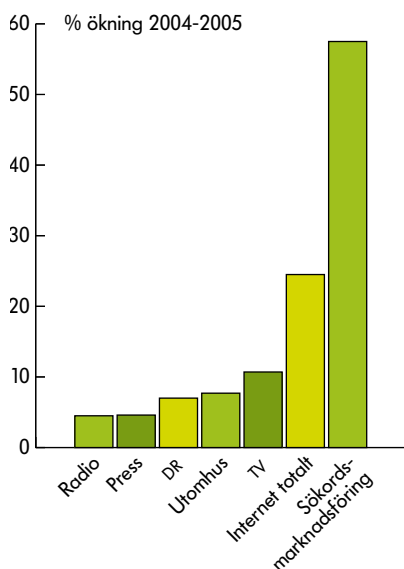
Projektledare hos iProspect bevakar kontinuerligt utfallet av de olika insatserna och fungerar som rådgivare för Countryside Hotels när det gäller alla aspekter som påverkar deras synlighet på nätet.

**RESULTAT:**

Ett långsiktigt samarbete har resulterat i att den totala besöks trafiken till webbplatsen successivt har ökat under de år man har arbetat tillsammans. Det har medfört en ökad kännedom om varumärket Countryside Hotels och deras anslutna hotell.

**Genom att konsekvent arbeta med att driva trafik till sidan har samarbetet med iProspect, under 2005, genererat hotellbokningar och köp av weekendpaket online till ett värde av 500 000 kronor. Till denna summa bör även köp av presentkort adderas, vilket under nämnda period uppgick till drygt 55 000 kronor.**

Utöver nämnda aktiviteter har samarbetet även resulterat i en markant ökning av katalogsbeställningar och prenumeranter till det nyhetsbrev som Countryside Hotels erbjuder via webbplatsen.



Allt fler inser vikten av att synas på nätet. Sökordsmarknadsföring ökade med 57,7% 2004-2005. Källa: irm.



iProspect är granskade av Tidningsstatistik (TS).



Linked by Isobar.

iProspect ingår i det internationella nätverket Isobar som ägs av Carat/Aegis Group plc.