

CASO-ESTUDO

Llorenç Parc de la Mar:
o Price Seeker adapta-se
a este hotel de design único

PARATY
- T E C H -

EL LLORENÇ
PARC DE LA MAR



PRICESEEKER v.4

A nossa distribuição não é convencional, no entanto o Price Seeker conseguiu reinventar-se para se adaptar

Victoria Vergara, Revenue & Sales Manager do El Llorenç Parc de la Mar



O projeto do **El Llorenç** nasceu em setembro de 2019 com uma ideia muito clara: criar experiências através das quais os seus hóspedes possam sentir e viver a história, cultura e gastronomia mais autênticas da ilha de Palma de Maiorca.

Localizado no coração do seu centro histórico, à beira das antigas muralhas, o hotel e o seu design constituem uma clara referência à influência marroquina tão característica da ilha e da sua história.

Nas suas instalações, está exposto um forno de barro árabe que encontraram durante as escavações, e que protegeram e preservaram como um tesouro valioso da sua história. Os vestígios mouros, também muito realçados nos recantos, na iluminação e nos aromas do spa, traduzem-se numa cuidada e minuciosa representação moderna dos banhos árabes tradicionais, garantindo um relaxamento completo.

Ter uma proposta de valor único traz muitas vantagens, mas também acarreta complexidades

Victoria Vergara, Revenue & Sales Manager do El Llorenç Parc de la Mar



O Llorenç conta com a única **infinity pool** situada num rooftop em Palma, com umas vistas incríveis sobre o mar e um manto de vegetação aos seus pés, parte do cenário do Parque del Mar.

Na entrada principal, o restaurante **Dins Santi Taura** dá as boas-vindas a todos os que desejem viver uma experiência gastronómica única, através das mãos de um dos chefs mais reconhecidos de Baleares, **Santi Taura**, galardoado com uma Estrela **Michelin**. O seu menu de degustação de 11 pratos é uma viagem pela história gastronómica marroquina, que, além de representar as receitas mais antigas, apenas utiliza produtos locais e sazonais.

Com 33 quartos, este hotel boutique é muito mais que um simples hotel. É um verdadeiro anfitrião, cujo objetivo é fazer os hóspedes sentirem a verdadeira essência de Maiorca.



Há KPIs do Price Seeker que nos ajudaram muito e que tiveram peso na nossa decisão, como o FRA

Victoria Vergara, Revenue & Sales Manager do El Llorenç Parc de la Mar



Num hotel com um nível de detalhe tão elevado, o preço pode depender dos mais diversos fatores: período de pesquisa, afluência de voos, tendências de mercados, eventos no destino, festividades, etc.

No entanto, o **El Llorenç** fixa-se particularmente noutra detalhe: o impacto da ocupação da concorrência no aumento dos seus preços.

Neste sentido, o **Price Seeker** conta com um indicador, exclusivo desta ferramenta, que é extramente útil. O FRA, Few Rooms Available, que ajuda a saber o número de quartos que um determinado concorrente dispõe, na sua tipologia mais barata disponível.

Um dado que, afirmam, os ajuda muito no seu dia-a-dia.

PROJETO DE COLABORAÇÃO: EXEMPLO DE ESCUTA ATIVA



Victoria Vergara
Revenue & Sales Manager
El Llorenç Parc de la Mar &
El Vicensè de la Mar



A IMPORTÂNCIA QUE O HOTEL TENHA CLARA A SUA PROPOSTA DE VALOR, QUE SAIBA QUAIS SÃO OS SEUS PÚBLICOS-ALVO, ASSIM COMO UMA BOA VISÃO DOS SEUS PROBLEMAS E NECESSIDADES.

O projeto de colaboração com o **El Llorenç** é um exemplo claro da nossa vontade de ouvir ativamente o setor. O Price Seeker já incorpora mais de 30 funcionalidades provenientes de pedidos ou sugestões de clientes.

Como quase todas as nossas ferramentas, o Price Seeker foi desenvolvido inicialmente para uso interno. Como tal, toda a sua lógica é baseada em casos reais, em necessidades existentes.

Nesse sentido, o trabalho de **Victoria Vergara**, Revenue & Sales Manager do hotel, tem sido fundamental para configurar uma ferramenta à medida do seu caso particular.

PORQUÊ O PRICE SEEKER?

PONTO DE PARTIDA, OBJETIVOS E SOLUÇÃO

PONTO DE PARTIDA

O El Llorenç Parc de la Mar é um hotel boutique único, com 33 quartos e uma proposta de valor bem definida.

Paradoxalmente, a sua virtude é também a origem do problema. E, pelas mesmas razões, a sua distribuição é atípica para o destino e, por isso, a paridade é difícil de controlar. Também é difícil definir com quem se comparar e o seu set competitivo.

OBJETIVOS

- **Maior segmentação:** segmentação por mercados com foco nos viajantes vindos dos EUA.
- **Controlo da paridade / distribuição:** adicionamos à ferramenta o website Mr & Mrs Smith, um canal muito importante para a unidade.
- **Controlo da concorrência:** devido ao carácter heterogénio da sua concorrência, adicionámos vários filtros, de forma a favorecer um maior controlo das tarifas.

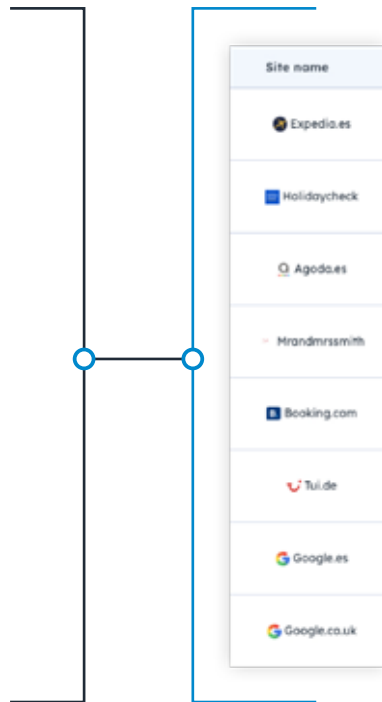
SOLUÇÃO

Resumindo, o El Llorenç decidiu apostar no Price Seeker sobretudo pela **fiabilidade dos dados e capacidade de adaptação da ferramenta.**

O Price Seeker já monitoriza mais de 200 websites em tempo real. Mas a equipa por detrás da ferramenta está aberta à inclusão de novos canais e ao desenvolvimento de novas funcionalidades que satisfaçam as diferentes necessidades dos utilizadores.

SOLUÇÃO CONTRATADA: PRICE SEEKER ADVANCED

- Dashboard de Gestão Eficiente
- Dashboard de Concorrência
 - 2 Canais
 - Monitorização Website Oficial
 - 10 Concorrentes
 - Vista a 3 Meses (diário)
 - Vista a 1 Ano (semanal)
- Dashboard de Paridade
 - 2 Canais Meta / 5 OTAs Silver
 - Vista a 60 dias
 - Monitorização Real Time Parity
- Pesquisas em tempo real
- Setup incluído
- Formação personalizada
- Account manager designado
- Suporte online



O **El Llorenç** é um estabelecimento muito particular, único por assim dizer, que faz parte do portefólio dos **Mallorca Ç Collection**, e, inclusive, do diretório dos **Design Hotels**, um website especializado em hotéis boutique e de design, com um denominador comum: o luxo, em todos os sentidos, como principal característica.

É precisamente este posicionamento que levou o **El Llorenç** a criar um mix de distribuição pouco convencional para o destino em que se encontra, o que também causa, em certa medida, dificuldade em identificar o seu set competitivo, uma vez que não é fácil encontrar elementos em comum com outros estabelecimentos da ilha.

Parity Index 📉

📊 75



Diff. average 📉

📊 1%



Insights - Alerts 📄

2022-09-21 | In progress...

Site name	Parity index	Opportunity cost	WML breakdown	Lose	Disparities
Expedia.es	100	0 €	100	0% (0)	5
Holidaycheck	81.25	224,85 €	62 / 38	38% (3)	8
Agoda.es	100	0 €	100	0% (0)	5
Mrandmrsmith	100	0 €	100	0% (0)	5
Booking.com	100	0 €	100	0% (0)	5
Tui.de	78.57	220,91 €	57 / 43	43% (3)	7
Google.es	96.98	464,32 €	74 / 19 / 7	6% (9)	149
Google.co.uk	50	10.663,63 €	100	100% (155)	155



Diferentes indicadores do **Módulo de Paridade do Price Seeker**: evolução, diferencial médio, custo de oportunidade, etc.

ESPAÑA

(+34) 952 230 887

info@paratytech.com

MÉXICO

(+52) 998 341 4897

milena@paratytech.com

PORTUGAL

(+351) 300 506 271

info.portugal@paratytech.com

USA

(+1) 407 455 0160

rmarshall@paratytech.com

COLÔMBIA

(+57) 321 296 2015

ahernandez@paratytech.com