

# CASO DE USO

El Llorenç Parc de la Mar:  
Price Seeker se adapta  
a este hotel de diseño único

PARATY  
- T E C H -

EL LLORENÇ  
PARC DE LA MAR



PRICESEEKER v.4

# Nuestra distribución no es convencional, pero Price Seeker ha sabido reinventarse para adaptarse

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



El proyecto de **El Llorenç** nace en septiembre de 2019 con una idea muy clara: **crear experiencias** a través de las cuales sus huéspedes puedan **sentir y vivir la historia, la cultura y la gastronomía más auténticas** de la isla de **Palma de Mallorca**.

Ubicado en el **corazón de su casco histórico**, a los pies de las antiguas murallas, el hotel y su diseño constituyen un claro guiño a esa **influencia marroquí** tan de la isla y de su historia.

En sus instalaciones se expone un **horno de barro árabe** que encontraron durante las excavaciones, y que han protegido y preservado como un **valioso tesoro de su historia**. Reminiscencias morunas, muy patentes también en los rincones, la iluminación y los aromas de su **spa**, una cuidada y minuciosa **representación moderna de los tradicionales baños árabes**, y toda una garantía de la más absoluta relajación.

  
**EL LLORENÇ**  
PARC DE LA MAR

 **PRICESEEKER** v.4

# Tener una propuesta de valor única trae muchas ventajas, pero también acarrea complejidades

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



El Llorenç cuenta con la única infinity pool situada en un rooftop en Palma, con unas increíbles vistas al mar y un manto de vegetación a sus pies, parte de la escenografía del Parque del Mar.

En la entrada principal, el restaurante **Dins Santi Taura** le da la bienvenida a todo aquel que desee vivir una **experiencia gastronómica única**, de la mano de uno de los chefs más reconocidos de Baleares, **Santi Taura**, galardonado con una **Estrella Michelin**. Su **menú degustación de 11 pasos** constituye un recorrido por la historia de la gastronomía mallorquina que, además de relatar las recetas más antiguas, solo emplea en las mismas **productos locales y de temporada**.

Con **33 habitaciones**, este hotel boutique es mucho más que un simple hotel. Es un anfitrión en toda regla, cuyo objetivo es hacer sentir a los huéspedes **la verdadera esencia de Mallorca**.



  
**EL LLORENÇ**  
PARC DE LA MAR

 **PRICESEEKER** v.4

# Hay KPIs de Price Seeker que nos ayudan mucho y tuvieron peso en nuestra decisión, como el FRA

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



En un hotel con un **nivel de detalle** tan elevado, **el precio puede depender de los factores más diversos**: período de búsqueda, afluencia de vuelos, tendencias de demanda por mercados, eventos en el destino, festividades, etc.

Sin embargo, **El Llorenç** se fija particularmente en otro detalle: el impacto de la **ocupación de los competidores** en el incremento de sus precios.

En este sentido, **Price Seeker** cuenta con un indicador, **exclusivo de la herramienta**, que resulta extraordinariamente útil. El **FRA**, o **Few Rooms Available**, les ayuda a tener conocimiento del número de **habitaciones que le quedan a un determinado competidor** en la categoría más barata disponible.

Un dato que, afirman, les ayuda mucho en su día a día.



**PRICESEEKER** v.4

# PROYECTO DE COLABORACIÓN: EJEMPLO DE ESCUCHA ACTIVA



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

LA IMPORTANCIA DE QUE EL HOTEL TENGA CLARA SU PROPUESTA DE VALOR, SEPA DÓNDE SE ENCUENTRAN SUS PÚBLICOS OBJETIVO Y ENTIENDA A LA PERFECCIÓN SU PROBLEMÁTICA Y SUS NECESIDADES.

El proyecto de colaboración con **El Llorenç** es un claro ejemplo de nuestra voluntad de **escucha activa** al sector. **Price Seeker** ya incorpora **más de 30 funcionalidades provenientes de peticiones** o sugerencias de clientes.

Como casi todas nuestras herramientas, **Price Seeker** se desarrolló inicialmente para uso interno. Toda su lógica se basa, por tanto, en **casos de uso reales**, necesidades existentes.

En ese sentido, la labor de **Victoria Vergara**, revenue & sales manager del hotel, ha sido fundamental para confeccionar una **herramienta a la medida de su casuística particular**.



# ¿POR QUÉ PRICE SEEKER?

## PUNTO DE PARTIDA, OBJETIVOS Y SOLUCIÓN

### PUNTO DE PARTIDA

El Llorenç Parc de la Mar es un hotel boutique único en su especie, con 33 habitaciones y una propuesta de valor bien definida.

Paradójicamente, su virtud es también el origen del problema. Y es que, por las mismas razones, su **distribución es atípica para el destino** y, por tanto, la **paridad difícil de controlar**. Tampoco es sencillo decidir con quién compararse y **definir su set competitivo resulta complejo**.

### OBJETIVOS

- **Mayor segmentación:** segmentación por mercados con el foco puesto en los viajeros procedentes de USA.
- **Control de la paridad / distribución:** añadimos a la herramienta el site Mr & Mrs Smith, canal muy importante para El Llorenç Parc de la Mar.
- **Control de la competencia:** debido al carácter heterogéneo de su set competitivo, hemos añadido una variedad de filtros adicionales para favorecer un mayor control tarifario.

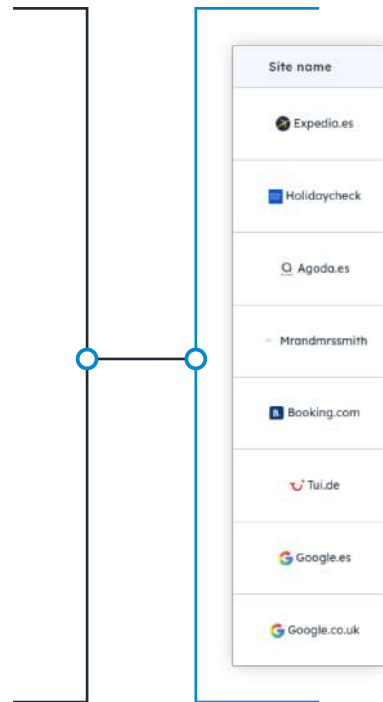
### SOLUCIÓN

En definitiva, El Llorenç decide apoyarse en Price Seeker fundamentalmente por la **fiabilidad del dato y la capacidad de adaptación que ofrece la herramienta**.

Price Seeker ya monitoriza **más de 200 sites** en tiempo real. Pero, además, el equipo detrás de la herramienta abre la puerta a la **inclusión de nuevos canales** y al **desarrollo de nuevas funcionalidades** que atiendan y satisfagan las distintas necesidades de sus usuarios.

# SOLUCIÓN CONTRATADA: PRICE SEEKER ADVANCED

- Dashboard de Gestión Eficiente
- Dashboard de Competencia
  - 2 Canales
  - Monitorización Web Oficial
  - 10 Competidores
  - Vista a 3 Meses (diario)
  - Vista a 1 Año (semanal)
- Dashboard de Paridad
  - 2 Canales Meta / 5 OTAs Silver
  - Vista a 60 días
  - Monitorización Real Time Parity
- Búsquedas en tiempo real
- Setup incluido
- Entrenamiento personalizado
- Account manager asignado
- Soporte online



El **Llorenç** es un establecimiento singular, único podría decirse, que forma parte del portfolio de **Mallorca Ç Collection**, e incluido también en el directorio de **Design Hotels**, site especializado en **hoteles boutique y de diseño** con un denominador común: el **lujo**, en todos los sentidos del término, como principal reclamo.

Es precisamente este posicionamiento el que ha llevado a **El Llorenç** a confeccionar un **mix de distribución poco convencional** para el destino en el que se encuentra, y también provoca, en cierta medida, que sea más difícil identificar a su set competitivo, al no resultar sencillo encontrar elementos comunes con otros establecimientos de la isla.

Parity Index <sup>ⓘ</sup>

📈 75



Diff. average

📈 1%



Insights - Alerts <sup>⊕</sup>

2022-09-21 | In progress...

| Site name    | Parity index | Opportunity cost | WML breakdown  | Lose       | Disparities |
|--------------|--------------|------------------|--|------------|-------------|
| Expedia.es   | 100          | 0 €              | <div style="width: 100%; height: 15px; background-color: #4a86e8;"></div> 100  | 0% (0)     | 5           |
| Holidaycheck | 81.25        | 224,83 €         | <div style="display: flex; width: 100%; height: 15px;"> <div style="width: 62%; background-color: #4a86e8;"></div> <div style="width: 38%; background-color: #e91e63;"></div> </div> 62 38   | 38% (3)    | 8           |
| Agoda.es     | 100          | 0 €              | <div style="width: 100%; height: 15px; background-color: #4a86e8;"></div> 100  | 0% (0)     | 5           |
| Mrandmrsmith | 100          | 0 €              | <div style="width: 100%; height: 15px; background-color: #4a86e8;"></div> 100  | 0% (0)     | 5           |
| Booking.com  | 100          | 0 €              | <div style="width: 100%; height: 15px; background-color: #4a86e8;"></div> 100  | 0% (0)     | 5           |
| Tui.de       | 78.57        | 220,91 €         | <div style="display: flex; width: 100%; height: 15px;"> <div style="width: 57%; background-color: #4a86e8;"></div> <div style="width: 43%; background-color: #e91e63;"></div> </div> 57 43   | 43% (3)    | 7           |
| Google.es    | 96.98        | 464,32 €         | <div style="display: flex; width: 100%; height: 15px;"> <div style="width: 74%; background-color: #4a86e8;"></div> <div style="width: 19%; background-color: #4caf50;"></div> <div style="width: 7%; background-color: #e91e63;"></div> </div> 74 19 | 6% (9)     | 149         |
| Google.co.uk | 50           | 10.663,63 €      | <div style="width: 100%; height: 15px; background-color: #e91e63;"></div> 100  | 100% (155) | 155         |



Diferentes indicadores del **Módulo de Paridad de Price Seeker**: evolución, diferencial medio, coste de oportunidad, etc.



## ESPAÑA

Avd. Manuel Fraga Iribarne 15  
Bloque 4 · 1ª Planta  
29620 Torremolinos, España  
(+34) 952 230 887

[info@paratytech.com](mailto:info@paratytech.com)

[www.paratytech.com](http://www.paratytech.com)

[priceseeker.paratytech.com](http://priceseeker.paratytech.com)

## MÉXICO

Corporativo Malecon Américas  
Avd. Bonampark Sm. 6 Mz. 1 Lt. 1, 5ª Pl.  
Cancún, México  
(+52) 998 341 4897

[info@paratytech.com](mailto:info@paratytech.com)

## PORTUGAL

Avenida da Liberdade, 90  
8200-153 Albufeira  
Portugal  
(+351) 300 506 271

[info.portugal@paratytech.com](mailto:info.portugal@paratytech.com)

**PARATY**  
— T E C H —

Paratyworld