DRAGONNÉ

SERVICIO

Paid Media Management
Meta Ads + Google Ads para hotelería.

Estructura, administración y optimización de campañas publicitarias con seguimiento ordenado: segmentación clara, control operativo y lectura periódica de resultados.

01 PROBLEMA TÍPICO

Activar anuncios no es lo mismo que operar pauta.

En muchos hoteles, se prenden campañas aisladas y luego se quedan sin seguimiento. Sin estructura, sin criterios claros, y con poca visibilidad de qué funciona y por qué.

02 CONTROL

La inversión necesita disciplina operativa.

El objetivo es sostener una operación de pauta bien estructurada: segmentación, medición básica, monitoreo y ajustes continuos para aprovechar mejor el presupuesto del hotel.

03 ENFOQUE

Tres frentes: estructura, optimización y lectura.

ESTRUCTURA Y ACTIVACIÓN

Configuración inicial y estructura de campañas en Meta Ads y Google Ads con base en objetivos comerciales.

SEGMENTACIÓN Y OPTIMIZACIÓN CONTINUA

Audiencias, anuncios, palabras clave y distribución de presupuesto con ajustes continuos según desempeño.

SEGUIMIENTO Y LECTURA DE RESULTADOS

Revisión periódica para mantener visibilidad de inversión, comportamiento y oportunidades de mejora en el siguiente ciclo.

04 ALCANCE

Paid Media Management

Gestión de pauta en Meta Ads y Google Ads con una operación constante: configuración inicial, definición de segmentaciones, investigación de palabras clave, remarketing cuando aplique, optimización continua y un cierre periódico con lectura de resultados.

ESTRUCTURA DE CAMPAÑAS

Una lógica clara de objetivos, segmentación y presupuesto para sostener la operación.

AUDIENCIAS Y PALABRAS CLAVE

Segmentaciones (ubicación, intereses, perfil) y keywords para campañas en Google Ads.

MONITOREO + OPTIMIZACIÓN

Monitoreo y optimización continua (anuncios, segmentación, keywords, presupuesto).

REVISIÓN BÁSICA DE TRACKING

Pixel/eventos cuando existan, y validación básica de enlaces de destino y proceso de reserva.

05 QUIÉN LO LLEVA

Lo gestiona un especialista en pauta y optimización.

Implementación, monitoreo y optimización con criterio para estructurar inversiones digitales orientadas a resultados y dar seguimiento operativo constante.



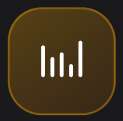
META ADS



GOOGLE ADS



REMARKETING



OPTIMIZACIÓN

06 CONDICIONES

Para ejecutar bien, se necesitan accesos y una vía clara de autorización.

Accesos a cuentas publicitarias, página de Facebook, Instagram, Google Ads, materiales creativos disponibles y un canal claro para revisar y aprobar campañas cuando sea necesario.

07 CADENCIA

Orden, continuidad y un cierre periódico de resultados.

La pauta funciona mejor cuando se opera con una cadencia constante: seguimiento, ajustes, y una lectura periódica que convierta métricas en decisiones.

08 IMPACTO

Más control. Menos dispersión.

Una operación de pauta ordenada reduce decisiones reactivas y mejora el aprendizaje entre ciclos. No se trata de “gastar más”, sino de ejecutar mejor.

SIGUIENTE PASO

Hablemos

Si necesitas continuidad y control en la pauta del hotel (Meta + Google), conversemos sobre objetivo, presupuesto y cómo se vería la operación mes a mes.

jorge@dragonne.co



Jorge Flores
Head of Hospitality