

Viaje Perú: la agencia de turismo que alcanza clientes de todo el mundo con las soluciones de Google

 2x

en la cantidad
de contactos
en dos años

 85%

de sus clientes
proviene de
Google AdWords

Acerca de Viaje Perú

Viaje Perú es una agencia de viajes ubicada en Lima que nació en 2006 con la propuesta de armar viajes “a medida” para cada cliente. Conócela en www.viaje-peru.com.

Objetivo

Llegar a turistas de diferentes países para aumentar sus ventas.

Soluciones de Google

Campañas de búsqueda en Google AdWords, orientadas a distintos puntos del planeta, para que las personas interesadas en visitar Perú los encuentren cuando buscan propuestas de turismo en Google.

Google Analytics para obtener información relevante sobre las interacciones de los visitantes con su sitio: cómo llegan a él, qué acciones realizan y más.

Resultados

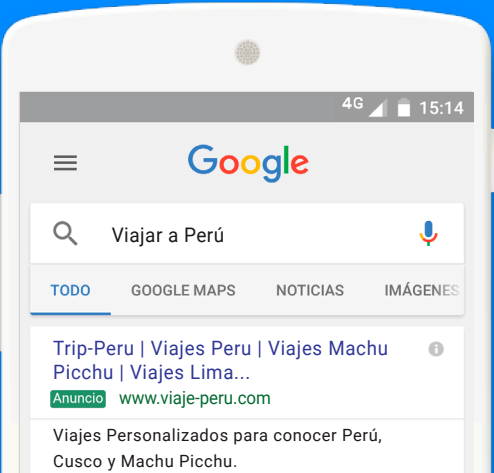
Utilizando las herramientas de Google, el número de contactos se duplicó en dos años. El 85% de sus clientes proviene de Google AdWords.

Su historia y cómo crecieron con Google

Después de trabajar varios años en empresas de turismo de la ciudad de Lima, Cecilia Plasencia Miranda se independizó y, en 2006, fundó su propia compañía: Viaje Perú. Para diferenciarse del resto de los actores del mercado, Viaje Perú se propuso desde el comienzo brindar servicios a la medida de cada turista. “Nuestro sitio no tiene carrito de compras porque no vendemos paquetes, sino que armamos itinerarios según los requerimientos de quienes nos contratan”, explica Cecilia.

Desde el inicio, toda la estrategia publicitaria estuvo orientada a digital. Lanzaron una campaña de búsqueda en Google AdWords para que cuando un turista necesitara sus servicios e hiciera una búsqueda en Google, encontrara el anuncio de Viaje Perú y se pudiera contactar con la agencia desde cualquier parte del mundo. **Gracias a esta campaña, en dos años duplicaron la cantidad de consultas. El 20% de estas consultas se convierte en ventas.**

En 2009, debido a las malas condiciones climáticas, el turismo bajó considerablemente en Perú y la agencia necesitó reforzar su estrategia para afrontar ese desafío. Alfredo Longa, el esposo de Cecilia, se incorporó a la empresa. Él tenía conocimientos de marketing digital y, con la ayuda del equipo de soporte de Google, se hizo cargo de las campañas de Google AdWords.

A white smartphone is shown against a blue background. The screen displays the Google search interface. At the top, the status bar shows '4G' and '15:14'. The Google logo is at the top of the app. Below it is a search bar with the text 'Viajar a Perú'. Under the search bar are tabs for 'TODO', 'GOOGLE MAPS', 'NOTICIAS', and 'IMÁGENES'. The search results show a snippet for 'Trip-Peru | Viajes Peru | Viajes Machu Picchu | Viajes Lima...' with a green 'Anuncio' (Advertisement) label and the URL 'www.viaje-peru.com'. Below the snippet, it says 'Viajes Personalizados para conocer Perú, Cusco y Machu Picchu.'

“Nuestras campañas de Google AdWords permiten que los turistas interesados en conocer Perú nos encuentren desde Estados Unidos, México y España”

Alfredo Longa, responsable de Marketing en Viaje Perú

Tres veces al mes, Alfredo se comunica con el equipo de soporte para que lo ayude a mejorar sus campañas. “Ellos me dan consejos para obtener mejores resultados. Por ejemplo, me recomendaron mejorar la velocidad del sitio y asegurarme de que estuviera optimizado para teléfonos celulares”, cuenta. La otra sugerencia que le permitió acelerar el crecimiento fue la utilización de Google Analytics, una herramienta gratuita que le brinda a Viaje Perú información relevante sobre las interacciones de los visitantes con su sitio.

“Google Analytics nos permite ver cómo los visitantes llegan a nuestro sitio, qué acciones realizan, en qué horarios nos buscan y desde qué zonas lo hacen. Así entendemos a qué lugares es más conveniente orientar nuestras campañas. Vimos, por ejemplo, que no nos buscan de igual manera en todos los estados de Estados Unidos”, cuenta Alfredo. “Toda esta información nos permite optimizar nuestras campañas de Google AdWords y aprovechar al máximo la inversión”, explica Alfredo.

El uso de las herramientas de Google le permitió a Viaje Perú superar la crisis de 2009 e impulsó un crecimiento sostenido. “Nuestras campañas de Google AdWords permiten que los turistas interesados en conocer Perú nos encuentren desde Estados Unidos, México y España. También estamos analizando incorporar otros mercados como Inglaterra y Canadá”, concluye. **Hoy el 85% de sus clientes proviene de Google AdWords y la agencia pasó de estar formada por dos personas a tener un equipo de siete.**