

Marika Hotel: Στρατηγική Μάρκετινγκ 2025

Το Marika Hotel, στην παραθαλάσσια περιοχή της Αγιάς Μαρίνας στα Χανιά, συνεχίζει να αποτελεί έναν κορυφαίο προορισμό για οικογένειες, ζευγάρια και παρέες που αναζητούν αυθεντική κρητική φιλοξενία συνδυασμένη με σύγχρονες παροχές. Έπειτα από την επιτυχημένη στρατηγική του 2024, το 2025 ο στόχος ήταν ακόμη πιο φιλόδοξος: να ενισχυθούν οι απευθείας κρατήσεις, να αυξηθεί η αναγνωρισιμότητα και να ενδυναμωθεί η εικόνα του brand σε τοπικό και διεθνές επίπεδο.



Η Ολιστική μας Προσέγγιση

Η Hotelyzer, με έδρα τα Χανιά, ως white-label partner του ξενοδοχείου σε συνεργασία με την MeneJo Agency & Hustle Adv., σχεδίασε και υλοποίησε μια ολιστική στρατηγική που συνδύασε SEO, GEO, performance marketing, social media και reputation management. Μέσα από τη σύνδεση δεδομένων, καινοτόμων εργαλείων και αυθεντικού περιεχομένου, η στρατηγική επικεντρώθηκε στον επισκέπτη και απέδωσε μετρήσιμα αποτελέσματα που ενίσχυσαν τόσο την εμπορική απόδοση όσο και την ταυτότητα του brand.

Θεωρητικές Στρατηγικές Ενέργειες

01

Αναβάθμιση Ιστοσελίδας

Η στρατηγική ξεκίνησε με την αναβάθμιση της ιστοσελίδας, η οποία εμπλουτίστηκε με φωτογραφίες και βίντεο υψηλής ποιότητας που αναδεικνύουν τις παροχές και την ατμόσφαιρα του ξενοδοχείου.

02

Στοχευμένη SEO Στρατηγική

Παράλληλα, εφαρμόστηκε στοχευμένη SEO στρατηγική, βασισμένη σε λέξεις-κλειδιά που συνδέονται με τον προορισμό και τις υπηρεσίες, εξασφαλίζοντας υψηλότερη θέση στα οργανικά αποτελέσματα.

03

Ενσωμάτωση GEO

Το 2025 προστέθηκε και το Generative Engine Optimization (GEO), ώστε το περιεχόμενο να είναι φιλικό και στις νέες μηχανές αναζήτησης που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη, διασφαλίζοντας ορατότητα σε ένα συνεχώς εξελισσόμενο περιβάλλον.

Social Media & Performance Marketing

Social Media Strategy

Στον τομέα των social media, η στρατηγική διατήρησε τον πολυκαναλικό της χαρακτήρα, με ενεργή παρουσία στο Instagram, το Facebook και το LinkedIn. Δημιουργήθηκε περιεχόμενο εμπνευσμένο από το brand story του ξενοδοχείου, το οποίο συνδυάστηκε με video-first παραγωγές, συνεργασίες με influencers και bloggers. Αυτές οι ενέργειες όχι μόνο αύξησαν την αλληλεπίδραση με το κοινό αλλά και ενίσχυσαν την αναγνωρισιμότητα του brand σε στοχευμένες αγορές.

Performance Marketing Campaigns

Παράλληλα, υλοποιήθηκαν πληρωμένες καμπάνιες μέσω Google Ads, Facebook Ads και Google Hotel Ads, οι οποίες λειτούργησαν ως βασικός μοχλός επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα. Η χρήση remarketing στρατηγικών επέτρεψε στο ξενοδοχείο να επανέλθει σε επαφή με επισκέπτες που δεν ολοκλήρωσαν την κράτησή τους, αυξάνοντας το conversion σε δεύτερο στάδιο.



Προσωποποίηση & Reputation Management



Προσωποποίηση

Η προσωποποίηση παρέμεινε κεντρικός άξονας της στρατηγικής. Το Marika Hotel προσαρμοσε τις καμπάνιες του βάσει των προτιμήσεων των πελατών, σχεδιάζοντας οικογενειακά πακέτα με δραστηριότητες σύνδεσης, tailor-made εμπειρίες για digital nomads και exclusive προτάσεις για ταξιδιώτες πολυτελείας. Παράλληλα, λειτούργησαν προγράμματα πιστότητας που αντάμιζαν τους επαναλαμβανόμενους πελάτες με εκπτώσεις και ειδικές προσφορές, ενισχύοντας τη μακροχρόνια αφοσίωση.



Reputation Management

Σημαντικό ρόλο έπαιξε και η διαχείριση φήμης. Το ξενοδοχείο διατήνε ενεργή παρουσία σε πλατφόρμες όπως το TripAdvisor, το Booking.com και η Google, απαντώντας σε κάθε κριτική με συνέπεια και βελτιώνοντας διαρκώς τις υπηρεσίες του βάσει της ανατροφοδότησης.



Καινοτομία & Συνεργασία



Καινοτομία: VR & AR Εμπειρίες

Η στρατηγική ενισχύθηκε με στοιχεία καινοτομίας. Οι VR και AR εμπειρίες επέτρεψαν στους υποψήφιους επισκέπτες να πραγματοποιήσουν εικονικές περιηγήσεις στις εγκαταστάσεις πριν την κράτηση, δημιουργώντας ένα ισχυρό εργαλείο προώθησης και διαφοροποίησης.



Συνεργασία με Hustle Adv.

Όλες οι παραπάνω ενέργειες σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν σε συνεργασία με τη Hustle adv., που συνέβαλε καθοριστικά στη δημιουργία περιεχομένου υψηλής ποιότητας και στην αποτελεσματική εφαρμογή των καμπανιών.

Αναβάθμιση Ιστοσελίδας & SEO

Οπτική Αναβάθμιση

Η ιστοσελίδα εμπλουτίστηκε με φωτογραφίες και βίντεο υψηλής ποιότητας που αναδεικνύουν τις παροχές και την ατμόσφαιρα του ξενοδοχείου, δημιουργώντας μια εμπειρία που προσελκύει και εμπνέει τους επισκέπτες.

SEO Στρατηγική

Εφαρμόστηκε στοχευμένη SEO στρατηγική βασισμένη σε λέξεις-κλειδιά που συνδέονται με τον προορισμό και τις υπηρεσίες, εξασφαλίζοντας υψηλότερη θέση στα οργανικά αποτελέσματα αναζήτησης.

📌 **Καινοτομία 2025:** Προστέθηκε το Generative Engine Optimization (GEO), ώστε το περιεχόμενο να είναι φιλικό στις νέες μηχανές αναζήτησης που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη.

Social Media & Περιεχόμενο



Instagram

Οπτικό storytelling με έμφαση στις εμπειρίες των επισκεπτών και την κρητική κουλτούρα, δημιουργώντας συναισθηματική σύνδεση με το κοινό.



Facebook

Κοινότητα πιστών πελατών με διαδραστικό περιεχόμενο, κριτικές και συστάσεις που ενισχύουν την αξιοπιστία του brand.



LinkedIn

Επαγγελματική παρουσία στοχευμένη σε business travelers και corporate events, αναδεικνύοντας τις εταιρικές παροχές.

Δημιουργήθηκε περιεχόμενο εμπνευσμένο από το brand story του ξενοδοχείου, συνδυασμένο με **video-first παραγωγές** και συνεργασίες με **influencers** και **bloggers**. Αυτές οι ενέργειες αύξησαν την αλληλεπίδραση και ενίσχυσαν την αναγνωρισιμότητα σε στοχευμένες αγορές.

Φωτογραφικό Υλικό: <https://drive.google.com/drive/folders/1vlzYuLCaIneyNavgs54x6EN6Zh4kBdIk?usp=sharing>

Πληρωμένες Καμπάνιες & Remarketing



Google Ads

Στοχευμένες καμπάνιες για λέξεις-κλειδιά υψηλής αξίας που οδηγούν ποιοτική κίνηση στην ιστοσελίδα.



Facebook Ads

Οπτικές καμπάνιες με έμφαση στις εμπειρίες και τη συναισθηματική σύνδεση με τον προορισμό.



Google Hotel Ads

Άμεση παρουσία στα αποτελέσματα αναζήτησης ξενοδοχείων με ανταγωνιστικές τιμές.

Οι πληρωμένες καμπάνιες λειτούργησαν ως βασικός μοχλός επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα. Η χρήση **remarketing στρατηγικών** επέτρεψε στο ξενοδοχείο να επανέλθει σε επαφή με επισκέπτες που δεν ολοκλήρωσαν την κράτησή τους, αυξάνοντας το conversion σε δεύτερο στάδιο.



GRAND MERIDIAN
HOTELS

Elevating experiences,
data-driven

Προσωποποίηση & Πιστότητα



Οικογενειακά Πακέτα

Δραστηριότητες σύνδεσης και εμπειρίες που δημιουργούν αξέχαστες αναμνήσεις για όλη την οικογένεια.



Digital Nomads

Tailor-made εμπειρίες με χώρους εργασίας, γρήγορο internet και ευέλικτες υπηρεσίες.



Πολυτελείς Ταξιδιώτες

Exclusive προτάσεις με premium υπηρεσίες και εξατομικευμένη φροντίδα.

Η **προσωποποίηση** παρέμεινε κεντρικός άξονας της στρατηγικής. Το Marika Hotel προσαρμοσε τις καμπάνιες του βάσει των προτιμήσεων των πελατών, ενώ λειτούργησαν **προγράμματα πιστότητας** που αντάμειβαν τους επαναλαμβανόμενους πελάτες με εκπτώσεις και ειδικές προσφορές, ενισχύοντας τη μακροχρόνια αφοσίωση.

Διαχείριση Φήμης & Καινοτομία

Reputation Management

Το ξενοδοχείο διατήρησε ενεργή παρουσία σε πλατφόρμες όπως το TripAdvisor, το Booking.com και η Google, απαντώντας σε κάθε κριτική με συνέπεια και βελτιώνοντας διαρκώς τις υπηρεσίες του βάσει της ανατροφοδότησης των πελατών.

Τεχνολογική Καινοτομία

Οι **VR και AR εμπειρίες** επέτρεψαν στους υποψήφιους επισκέπτες να πραγματοποιήσουν εικονικές περιηγήσεις στις εγκαταστάσεις πριν την κράτηση, δημιουργώντας ισχυρό εργαλείο προώθησης και διαφοροποίησης.



Αποτελέσματα

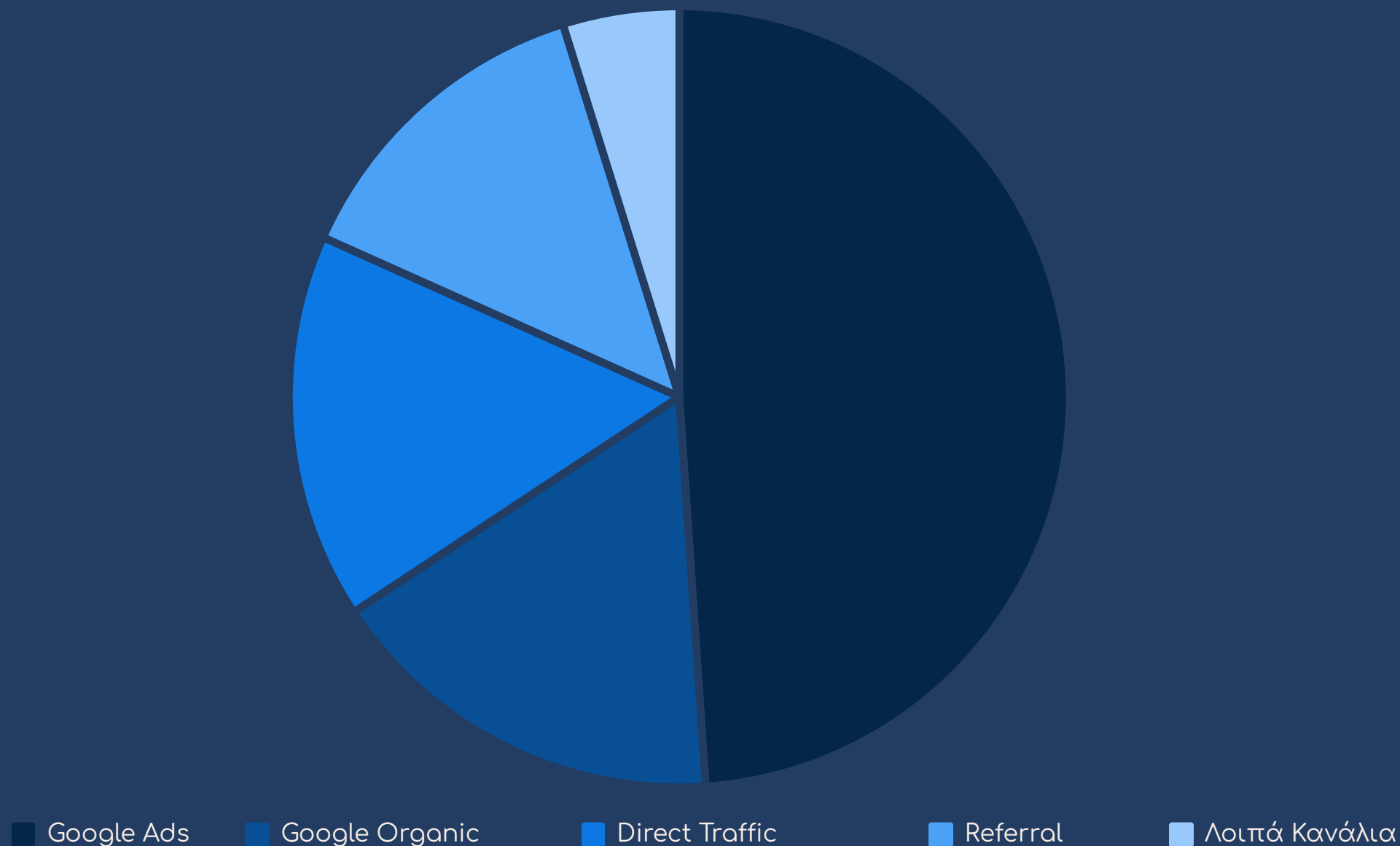
Η ολιστική στρατηγική μάρκετινγκ του Marika Hotel απέδωσε εντυπωσιακά αποτελέσματα το 2025, αποδεικνύοντας τη δύναμη του συνδυασμού παραδοσιακών και καινοτόμων τεχνικών προώθησης.




GRAND VISTA
HOTELS

Achieving
new heights
together

Traffic Acquisition - Κανάλια Επισκεψιμότητας



Το 2025, οι καμπάνιες **Google Ads** αποτέλεσαν τον κύριο μοχλό επισκεψιμότητας, συγκεντρώνοντας 3.278 συνεδρίες, σχεδόν το μισό της συνολικής κίνησης (48,9%) και επιβεβαιώνοντας τον καθοριστικό ρόλο τους στην ανάπτυξη του brand. Το οργανικό Google traffic (1.124 συνεδρίες, 16,8%) και το direct traffic (1.072 συνεδρίες, 16,0%) ακολούθησαν, ενώ οι παραπομπές (Referral) από το marikahotel.gr συνέβαλαν με 903 συνεδρίες (13,5%). Τα λοιπά κανάλια (όπως Instagram, Facebook, άλλες παραπομπές) είχαν μικρότερα ποσοστά (4,8%).

Engagement & Αλληλεπίδραση Χρηστών

5.6K

Scroll Events

Οι χρήστες εξερεύνησαν σε βάθος το περιεχόμενο της ιστοσελίδας

4.7K

First Visits

Νέοι επισκέπτες που ανακάλυψαν το ξενοδοχείο για πρώτη φορά

2.3K

Book Now Clicks

Ενεργές προθέσεις κράτησης από ενδιαφερόμενους επισκέπτες

323

Cugini Book Click

Clicks για κρατήσεις μέσω Cugini

323

Waves Book Click

Clicks για κρατήσεις μέσω Waves

18

Κρατήσεις

Ολοκληρωμένες κρατήσεις υψηλής αξίας

Η συμπεριφορά των χρηστών στην ιστοσελίδα έδειξε έντονη αλληλεπίδραση με το περιεχόμενο. Το κοινό όχι μόνο επισκέφθηκε την ιστοσελίδα, αλλά επέλεξε να εξερευνήσει σε βάθος την εμπειρία του ξενοδοχείου, επιβεβαιώνοντας τη δύναμη του συνδυασμού αισθητικής και λειτουργικότητας. Το **conversion rate** έφτασε το **0,33%**.

Οικονομικά Αποτελέσματα



Συνολικά Έσοδα

Έσοδα καμπάνιας σε ευρώ

Παρά τον περιορισμένο αριθμό κρατήσεων, η στρατηγική στόχευσης απέδωσε σημαντικά, καθώς οι ταξιδιώτες που επέλεξαν το ξενοδοχείο αποδείχθηκαν **υψηλής αξίας**, αυξάνοντας την κερδοφορία μέσω των στοχευμένων διαφημίσεων.

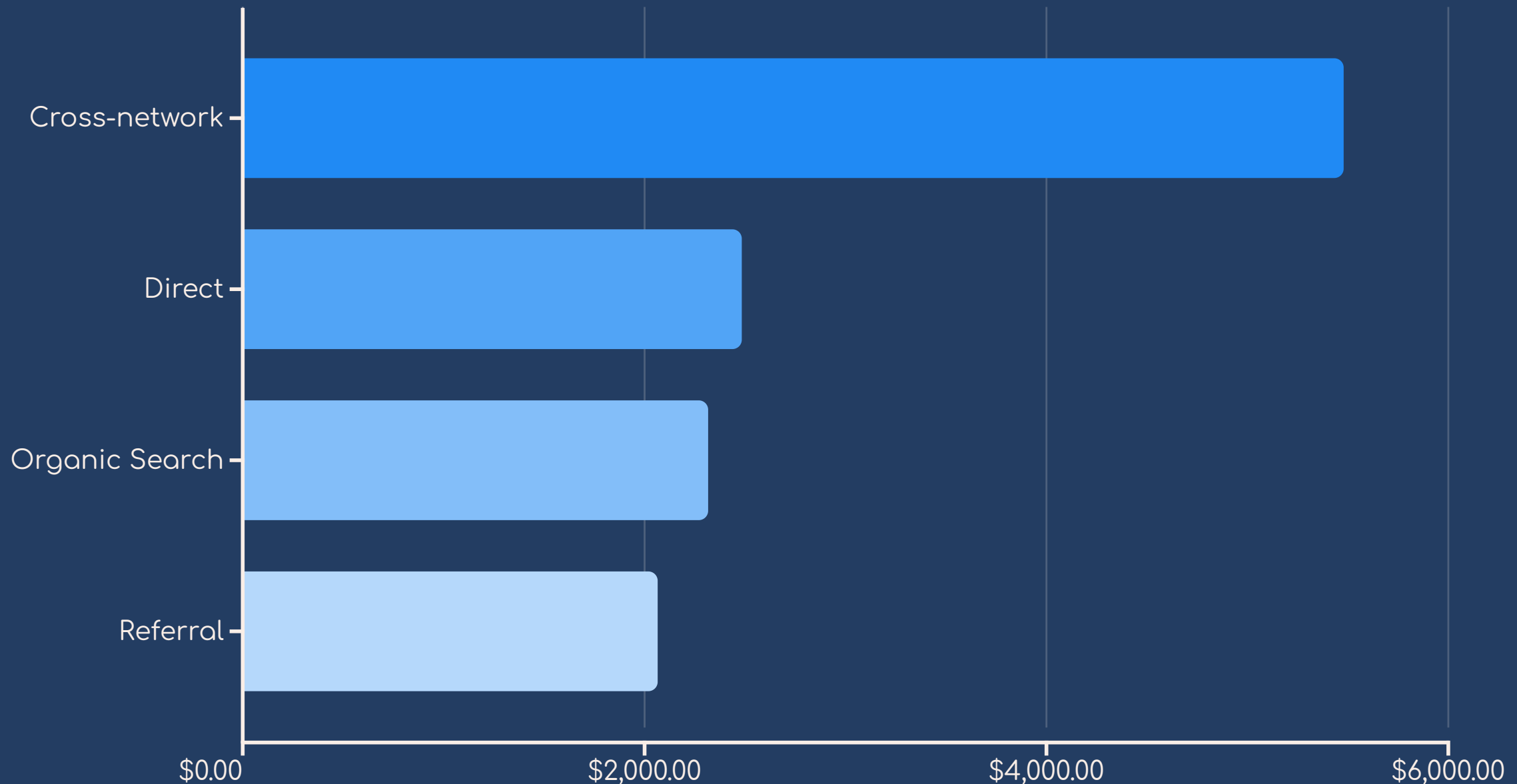
Revenue per user: 5,29 €



Κόστος Καμπάνιας

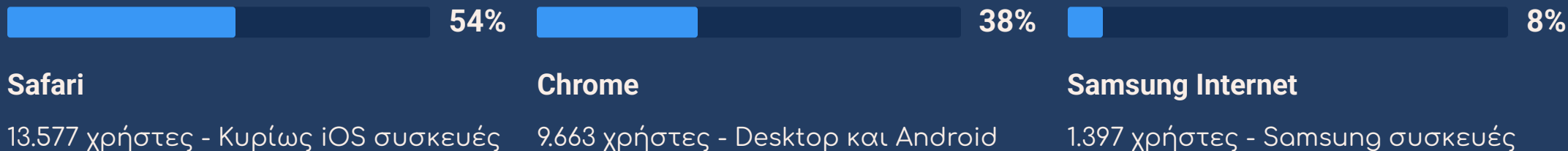
Επένδυση σε διαφήμιση σε ευρώ

Έσοδα ανά Κανάλι



Η ανάλυση εσόδων αποκάλυψε τη σημασία της πολυκαναλικής στρατηγικής, με τα **cross-network κανάλια να ξεχωρίζουν ως κύρια πηγή** (5.485€), ενώ τα οργανικά και τα direct κανάλια επιβεβαίωσαν την αξία της αφοσίωσης και της αναγνωρισιμότητας του brand. Συνολικά έσοδα: 25.491,91 €.

Τεχνικά Στοιχεία & Browser Analytics



Η αξιοποίηση αυτών των δεδομένων μάς επέτρεψε να **βελτιστοποιήσουμε το UX** σε διαφορετικούς browsers και συσκευές, διασφαλίζοντας ομαλή πλοήγηση και κράτηση. Η κυριαρχία του Safari υποδεικνύει υψηλό ποσοστό χρηστών iOS, γεγονός που επηρέασε τις αποφάσεις.

Συμπεράσματα & Επιτυχία

Τα δεδομένα αποδεικνύουν ότι η στρατηγική του Marika Hotel συνδύασε αποτελεσματικά Google Ads, οργανική αναζήτηση και direct traffic, μετατρέποντας την επισκεψιμότητα σε ποιοτικές κρατήσεις υψηλής αξίας. Η ενισχυμένη αλληλεπίδραση με το περιεχόμενο και οι θετικές επιδόσεις σε conversions δείχνουν ότι η στρατηγική μάρκετινγκ απέδωσε, με έμφαση όχι στην ποσότητα αλλά στην ποιότητα των πελατών.



Best Greek Hotel Marketing Strategy 2025

Τα δεδομένα αποδεικνύουν ότι η στρατηγική που σχεδίασε και υλοποίησε η Hotelyzer για το Marika Hotel συνδύασε αποτελεσματικά Google Ads, οργανική αναζήτηση και direct traffic, μετατρέποντας την επισκεψιμότητα σε ποιοτικές κρατήσεις υψηλής αξίας. Η ενισχυμένη αλληλεπίδραση με το περιεχόμενο και οι θετικές επιδόσεις σε conversions δείχνουν ότι η στρατηγική μάρκετινγκ απέδωσε, με έμφαση όχι στην ποσότητα αλλά στην ποιότητα των πελατών. Έτσι, η Hotelyzer, μέσα από την επιτυχία του Marika Hotel, αποδεικνύει τη δύναμη της μεθοδολογίας της και αποτελεί ολοκληρωμένο παράδειγμα στρατηγικής μάρκετινγκ στον κλάδο της φιλοξενίας, δικαιώνοντας την υποψηφιότητά της για το βραβείο Best Greek Hotel Marketing Strategy 2025.

"Η επιτυχία δεν μετριέται μόνο σε αριθμούς, αλλά στη δημιουργία αξέχαστων εμπειριών που κάνουν τους επισκέπτες να επιστρέφουν."