

Adapta tu Hotel a un mundo sin Cookies

Analítica y Publicidad



Aviso de Cookies

Este sitio web utiliza cookies propias y de terceros, técnicas necesarias para el correcto funcionamiento de la página y sus servicios, y con fines analíticos de estadística de navegación y enlace a redes sociales. La base de tratamiento es el consentimiento, salvo en el caso de las cookies imprescindibles para el correcto funcionamiento del sitio web.

[Ver Política de Cookies.](#)

[Aceptar todas](#)

[Gestionar Cookies](#)

Carlos Sampol

carlos.sampol@open-room.com



Contenido del **Webinar** para aprender a **adaptar** tu Hotel:

01

El fin de las cookies:

Qué significa y cuándo pasará

02

Analítica:

Soluciones a aplicar con GA4

03

Publicidad: Soluciones para audiencias y seguimiento

Carlos Sampol

carlos.sampol@open-room.com



Objetivo

01

El fin de las Cookies

¿Cuándo y cómo ocurrirá?

El fin de las cookies ya ha empezado y se espera que sea absoluto al inicio de 2024. Apple, Firefox y otros ya han empezado el bloqueo.

El seguimiento de tráfico por cookies (GAU) dejará de funcionar en **Junio de 2023**.

Lo que debes saber sobre las cookies

Conceptos básicos para entender lo que va a pasar en breve en el mundo de las cookies.

- ✓ ¿Qué es una cookie?
- ✓ ¿Y una cookie de "terceros"?
- ✓ ¿Qué **control** hay actualmente sobre ellas?
- ✓ ¿Para qué sirve actualmente una cookie en **Publicidad**?
- ✓ ¿Para qué sirve actualmente una cookie en **Analítica**?

Carlos Sampol

carlos.sampol@open-room.com



Objetivo

02

El problema en la Analítica web

¿Cuándo y cómo ocurrirá?

El seguimiento de tráfico, usuarios y conversiones ya no será posible con plataformas como Google Analytics Universal.

La fecha definitiva es el **Junio de 2023**. Sin embargo, ya se está perdiendo mucha **información** en la actualidad.

Cómo va a afectar a la Analítica web

Las cookies ya no serán fiables, por lo que hay que buscar alternativas en forma de "eventos" o soluciones propias

- ✓ (GAU) Modelos de Analítica basados en **Cookies**
- ✓ (GA4) Modelos de Analítica basados en **Eventos**
- ✓ Datos que pueden ser imposibles de obtener
- ✓ Datos que **SÍ** podremos obtener sin cookies
- ✓ ¿Cuándo deberíamos haber implementado GA4? .

Carlos Sampol

carlos.sampol@open-room.com



Objetivo

03

El problema en la Publicidad

¿Cuándo y cómo ocurrirá?

Las **audiencias** serán más complicadas de elaborar y el **seguimiento para remarketing** desde terceros desaparecerá

Es necesario la implementación **inmediata** de soluciones propias para seguir alcanzando a los usuarios correctos

Soluciones a nivel publicitario

Las soluciones directas en captación y seguimiento son la única que garantiza un control sobre los datos

- ✓ Analizar y estructurar las fuentes actuales de datos
- ✓ Implementar nuevos medios de captación
- ✓ Trabajar la segmentación de la información
- ✓ Combinar estos datos con plataformas publicitarias
- ✓ Combinar las acciones con los nuevos medios de analítica
- ✓ Seguimiento en redes sociales a través de API de terceros .

Carlos Sampol

carlos.sampol@open-room.com



openROOM

CONNECT YOUR HOTEL

