

Marketing B2B SaaS en el sector Travel

**Estrategias para crecer en un
mercado en transformación**

por Lola Buendía

01

Contexto del sector Travel Tech



Impacto económico global

El sector travel se consolida como uno de los motores económicos más relevantes a escala internacional.

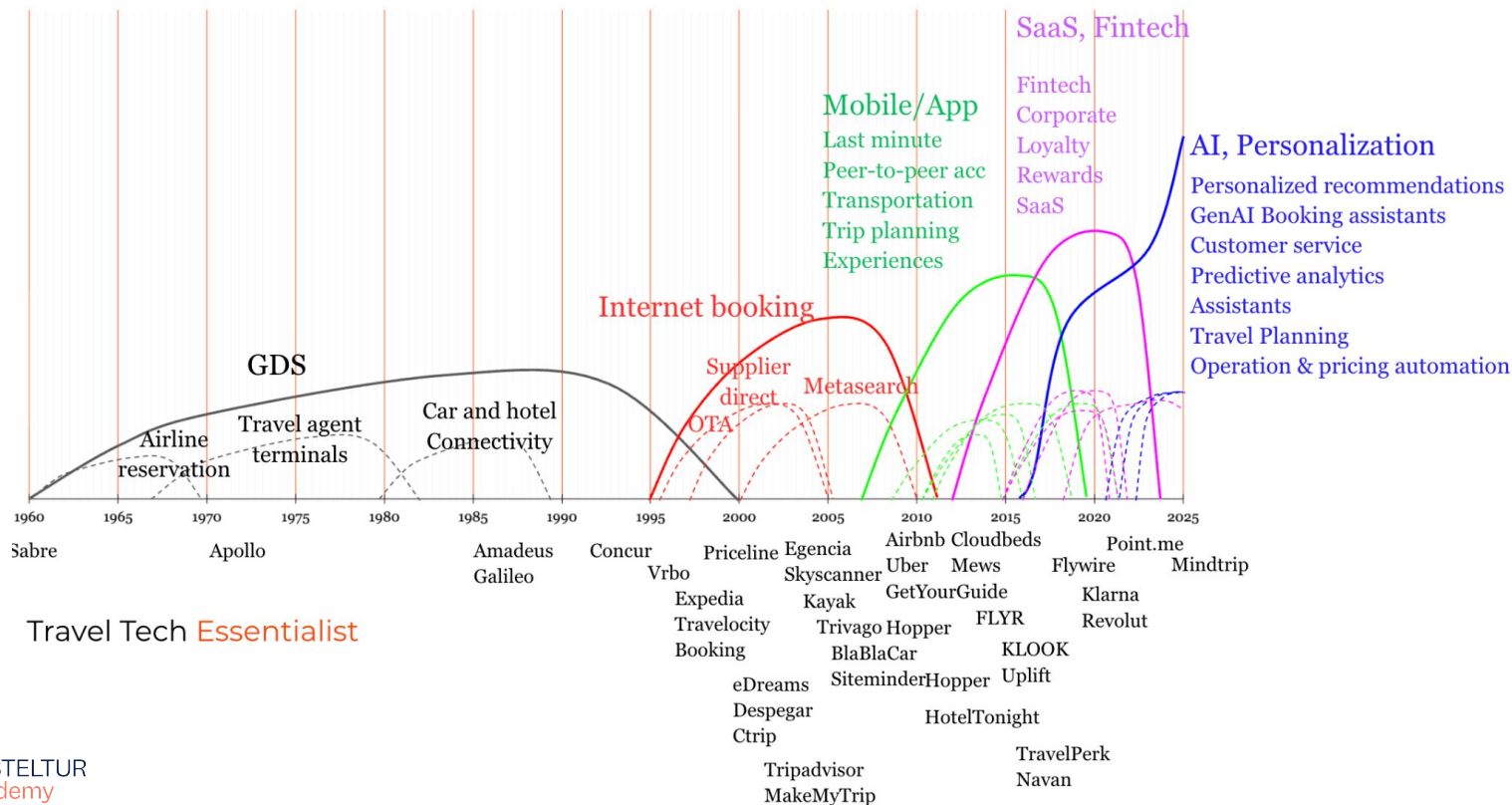
Ecosistema SaaS en expansión

Crecimiento exponencial del ecosistema Travel SaaS impulsado por la digitalización acelerada y la necesidad de soluciones ágiles.

Tendencias transformadoras

Automatización inteligente, integraciones nativas y sostenibilidad definen el nuevo paradigma tecnológico del sector.

Travel Tech Windows of Opportunity



Hotel Technology Market Map

Revenue Management

Revenue Management Systems (RMS)

Duetto > IDEAS Cendyn FLYR BEON revenue analytics ATOMIZE
 smart pricing infor RevControl PRICEPOINT LODGIQ RIGHT REVENUE
 CLIMBER yP SpotPilot REVPAR GURU RATE YIELD revbell PriceLabs

Rate Shopping & Market Intelligence

lighthouse AMADEUS FORNOVA SiteMinder RateGain Cendyn
 PriceLabs RateMate HOplus HOTSTATS d+edge RateTiger

Parity Management

lighthouse SiteMinder THE HOTEL NETWORK RateGain
 Cendyn AMADEUS FORNOVA
 TRIPTEASE TRILYO

Business Intelligence

lighthouse Duetto > IDEAS AMADEUS hotelQ
 Jayo Cendyn Aptech OTELIER
 M3 JAWALON FORNOVA

Channel Managers

SiteMinder Sabre InterType Cloudbeds lighthouse Cze
 VB VERTICALBOOKING AMADEUS Holidu evlivo innHOTELS
 RateGain d+edge Profitroom STAA innRoad

Central Reservations

Cendyn AMADEUS Sabre SHR
 VB VERTICALBOOKING d+edge OMNIBEE
 GUESTCENTRIC DUJO BookLogic

Upselling

Oakby CRUCIBLE Plusgrade ROOMDEX digital guest
 CANARY SiteMinder DRIVE P5TAY
 mystay Cendyn

TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDERS LANDSCAPE

(MARCH 2025)



Marketing B2B

SaaS: concepto y desafíos

CONCEPTO

¿Qué define el Marketing B2B SaaS?



Múltiples stakeholders

Intervención de diversos perfiles decisores: dirección, IT, operaciones y finanzas, cada uno con prioridades específicas.



Confianza y contenido

La construcción de credibilidad mediante contenido de valor es fundamental para nutrir y avanzar oportunidades.



Ciclo de compra largo

Proceso de decisión largo y altamente racional, con múltiples fases de evaluación, demos y pruebas antes del cierre.



Métricas especializadas

KPIs esenciales: **CAC** (coste de adquisición), **MRR** (ingresos recurrentes), **CLTV** (valor del cliente) y **pipeline velocity**.

CONCEPTO

Desafíos

Mercado fragmentado

Múltiples soluciones disponibles para un mismo segmento en un mercado ya de por sí muy competido.

Ciclos de decisión prolongados

La complejidad del sector travel y la aversión al riesgo alargan los procesos de compra, requiriendo estrategias de nurturing sofisticadas.

Integración con legacy systems

Convivencia con sistemas heredados (PMS, CRM, channel managers) que dificulta la implementación y aumenta las fricciones técnicas.

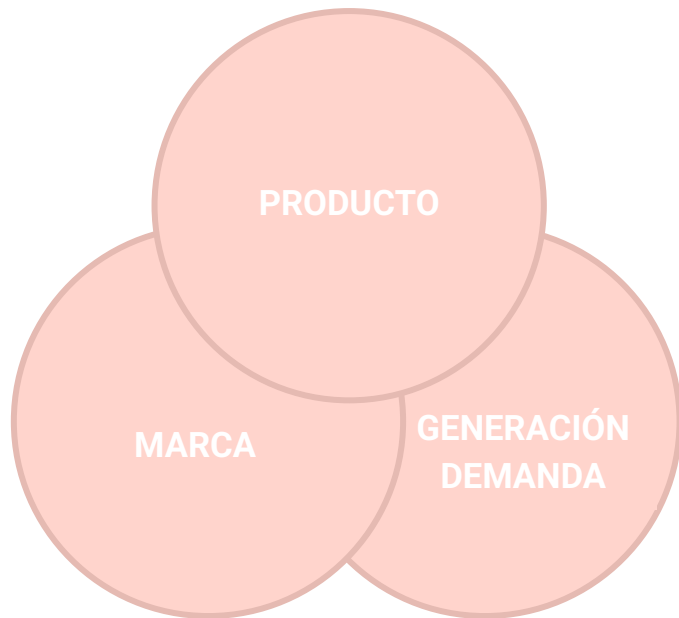
Demostración de ROI inmediato

Dificultad para evidenciar retornos tangibles a corto plazo en un sector con márgenes ajustados y alta sensibilidad a costes operativos.

Estrategias de Marketing B2B SaaS en TravelTech

ESTRATEGIAS

Plan de marketing B2B Saas en Travel



ESTRATEGIAS

Posicionamiento de marca



Propuesta de valor diferencial

Enfoque en **impacto medible**: beneficios cuantificables, casos de éxito documentados y mejoras operativas demostrables.



Foco en el producto: USP

Narrativa centrada en el **impacto transformador** que genera tu solución en la operativa y resultados de los clientes.



Mensaje unificado

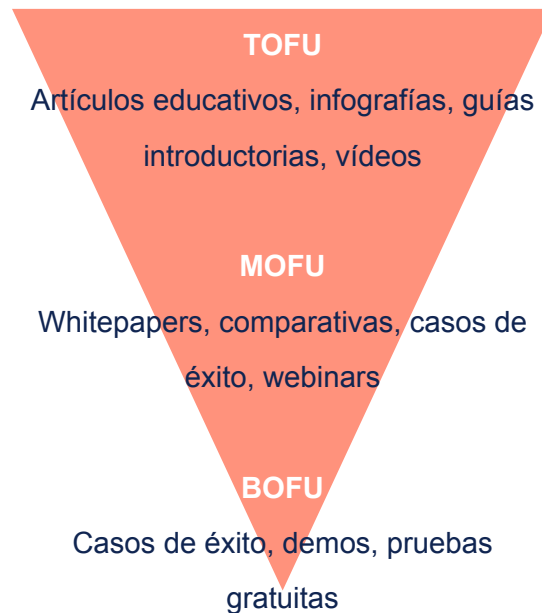
Comunicación integrada que conecta **negocio + tecnología + partnership** de forma coherente en todos los puntos de contacto.

ESTRATEGIAS

Contenido de alto impacto

- ❖ Benchmark y estudios sectoriales
- ❖ Casos de éxito
- ❖ Contenido educacional
- ❖ Thought Leadership content

Matriz de contenido por funnel



ESTRATEGIAS

Canales prioritarios



PR & Media

Relaciones públicas, apariciones en medios sectoriales y comunicados estratégicos.



Email Marketing

CRM, nurturing automatizado, newsletters especializadas y secuencias personalizadas.



Eventos sectoriales

Ferias, congresos, desayunos de trabajo, workshops...



Social

LinkedIn canal principal para B2B: contenido orgánico, Ads segmentados y Social Selling.



Website optimizado

Hub central optimizado (CRO), recursos descargables y experiencia de usuario excelente. Atracción de tráfico orgánico (SEO/GEO)



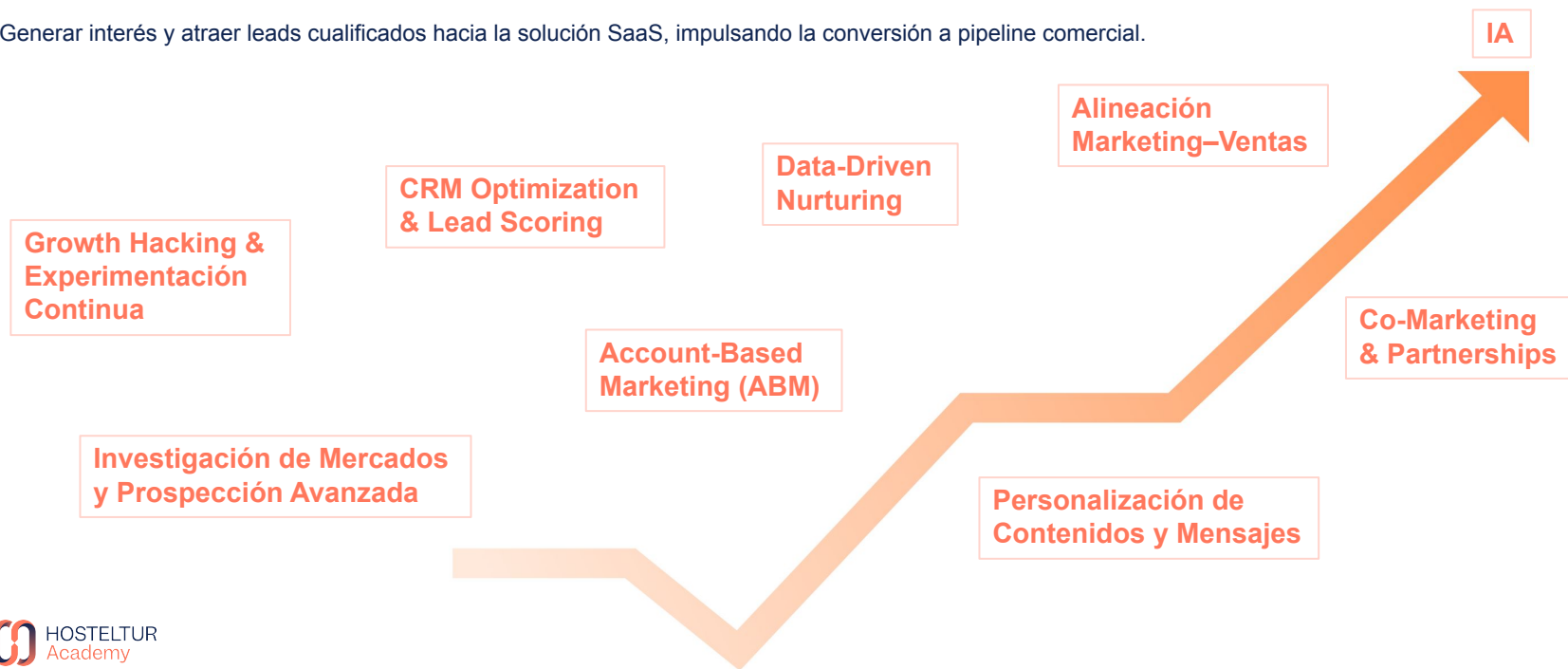
Partners

Co-marketing, relación con proveedores, partners con mayor penetración en los mercados objetivos.

ESTRATEGIAS

PALANCAS DE GENERACIÓN DE DEMANDA

Generar interés y atraer leads cualificados hacia la solución SaaS, impulsando la conversión a pipeline comercial.



ESTRATEGIAS

Tecnología y datos

Stack tecnológico

Software de marketing automation y alineación con CRM de ventas. BI y enriquecimiento de datos para análisis avanzado.

Atribución multi-touch

Modelos de atribución sofisticados que identifican todos los puntos de contacto del customer journey y su contribución real al pipeline.

Dashboards de performance

Métricas en tiempo real: **MQLs**, **SQLs**, ratios de conversión, **impacto en MRR y ARR** y análisis de cohortes por fuente.



CONCLUSIONES

Educar, inspirar y acompañar

1

Construir relaciones duraderas

Fomentar conexiones sólidas que se sostienen en la confianza y la transparencia mutua.

2

Generar confianza

Comunicar resultados tangibles que generan un impacto claro y medible para el negocio.

3

Entendimiento profundo de los retos del sector

Comprender a fondo los desafíos específicos de la industria para ofrecer soluciones precisas y efectivas.

¡Gracias
por asistir!



HOSTELTUR
Academy

hosteltur.com