

Empfehlungsmarketing

Bewertungsportale 2010

Executive Summary

Oberösterreich Tourismus

Georg Bachleitner

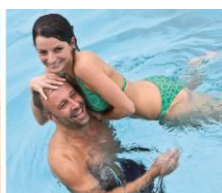
Freistädter Straße 119, 4041 Linz

Tel: 0732/72 77-170

Fax: 0732/72 77 -170

E-Mail: georg.bachleitner@lto.at

www.oberoesterreich-tourismus.at



LANDSCHAFTEN
FÜR LEIDENSCHAFTEN



1. Warum Bewertungsportale?

Erfolg bedeutet, zu wissen, wie Kollegen, Kunden oder Geschäftspartner über Sie denken. Wenn es Ihnen gelingt, Ihre Erfolge auf den einzelnen Bewertungsportalen sichtbar zu machen, können Sie die Meinungen der Kunden positiv beeinflussen. Durch das Erstellen eines Profils bei den verschiedensten Bewertungsportalen, können die Wahrnehmungen der Kunden gesteuert werden. Es ist wesentlich einfacher im Internet Meinungen zu beeinflussen, da es eine gewisse Anonymität gibt. Zirka 60 Prozent aller User legen großen Wert auf Testberichte, Preisvergleiche und Meinungen anderer. Dies trägt wesentlich zur Kaufentscheidung bei.

Chancen

Zusätzliches Marketinginstrument, kostenlos, neue Zielgruppen, Erscheinung auf anderen Reisewebseiten, Steigerung der Besucherzahl, Gäste informieren, Interesse wecken, Chance Kritik aufzunehmen und Angebote dadurch zu verbessern, Vertrauen schaffen, Eigenanalyse, auf Bewertungen reagieren, Beobachtung der Mitbewerber, Verbesserung der eigenen Position, optimale Präsentation mittels Bilder

Risiken

Schlechte Bewertungen, Unterschiedlichkeit der Bewertungen, das Profil muss immer aktualisiert werden, Sie können nichts verstecken oder verschönern

2. Wie machen Sie auf sich aufmerksam?

Sie können Ihre Gäste ermutigen, für sie eine Bewertung abzugeben. Dazu gibt es vorgefertigte, kostenlose Flyer der Anbieter oder sie aktivieren einen Link des Anbieters auf Ihrer eigenen Homepage. Machen Sie Ihr Profil optisch ansprechender und stellen Sie Fotos und Videos auf Ihr Profil.

Geben Sie immer und überall Ihre Kontaktdaten und vor allem die E-Mail Adresse an, damit Sie potenzielle Gäste leichter finden können.

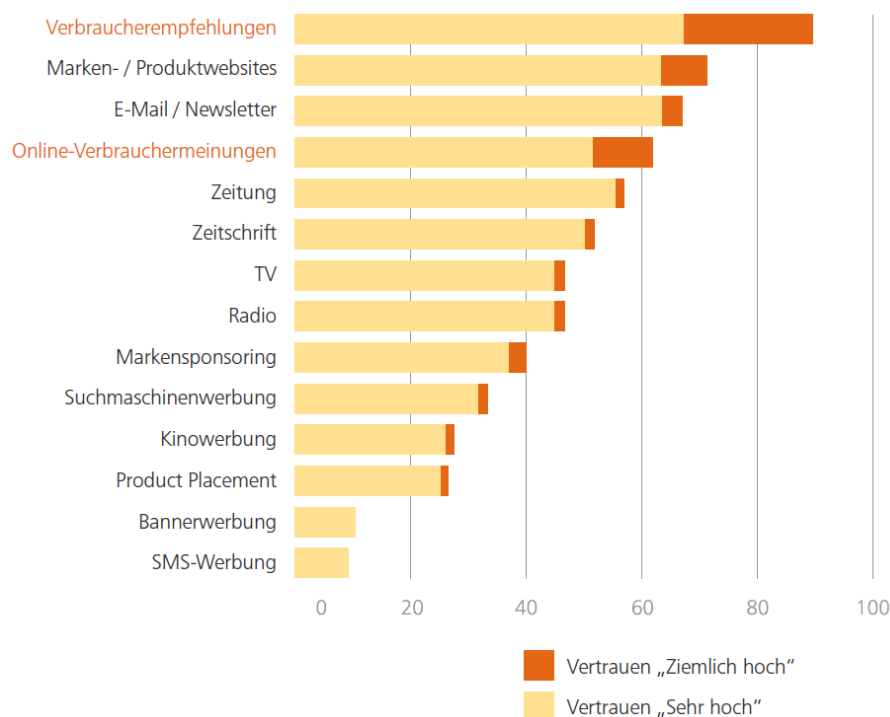
Nutzen Sie die Chance und aktualisieren Sie immer wieder Ihr Profil. Informieren Sie über aktuelle Angebote und Preise, Specials oder Neuigkeiten um bei potenziellen Gästen im Gespräch zu bleiben.

Integrieren Sie Widgets auf Ihrer Homepage, legen Sie Flyer der Hotelbewertungsplattformen auf oder geben Sie jedem Gast einen Flyer mit nach Hause. Publizieren Sie auf Ihrer Speisekarte die Logos der Bewertungsplattformen. Nutzen Sie die Chance einen eigenen Fragebogen für Ihren Betrieb zu erstellen. Sie können den ausgefüllten Fragebogen ganz einfach bei den Plattformen eingeben und auswerten lassen. So bekommen Sie zusätzliche Analysen über Ihren Betrieb.



3. Nutzen Sie Hotelbewertungen positiv

Heutzutage werden Gästebewertungen immer wichtiger. Schon 87% aller Reisenden verlassen sich bei der Unterkunftssuche auf Gästebewertungen.

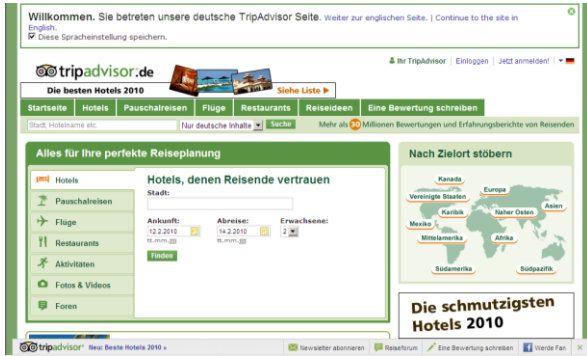


Forrester Q2 2008 Benchmark Umfrage

Kommentieren Sie Gästebewertungen, auch die Guten. Ihre Kunden merken, dass Ihnen ihre Meinungen wichtig sind und fühlen sich ernst genommen. Zeigen Sie auch auf Ihrer eigenen Homepage, wie gut Ihr Unternehmen bewertet ist. Weiters gibt es bei den meisten Hotelbewertungsplattformen ein Tool zur Analyse und Auswertung von Gästebewertungen. Die Daten zur Kundenzufriedenheit werden immer aktuell aus den Bewertungen Ihrer Unterkunft zusammengestellt. Somit können Sie den Zufriedenheitsgrad Ihrer Gäste verfolgen.

4. Bewertungsportale im Internet

a. TripAdvisor



TripAdvisor ist eine Reiseinformationsquelle im Internet, die Erfahrungen und Infos von anderen Nutzern bietet. Die Seite informiert über 270.000 Hotels und 30.000 Sehenswürdigkeiten. Geboten werden Erfahrungsberichte und Beurteilungen

von Reisenden, sowie Reiseforen. Sie können Ihren Betrieb mit einem eigenen Profil inklusive Fotos, aktuellen Angeboten und Videos bei potenziellen Gästen vorstellen. Sie werden durch die Eintragung auf weiteren führenden Reiseportalen wie SmarterLiving angeführt und können auch Ihre Bewertungen analysieren lassen.

b. HolidayCheck



Die HolidayCheck AG betreibt das größte deutschsprachige Meinungsportal für Reise und Urlaub im Internet mit ca. 6,79 Millionen Besuchern pro Monat weltweit. Die Informationen rund um das Thema Reise und Urlaub werden von den Nutzern

bereitgestellt. HolidayCheck sammel, prüft, organisiert und publiziert diese Informationen. Die großen Vorteile bei HolidayCheck sind die große Hotelbewertungsdatenbank, das umfangreiche Urlaubsbilder-Archiv mit privaten Fotos der Nutzer und die Sammlung an privaten Reisevideos und Reisetipps. Weiters betreibt es das größte deutschsprachige Reiseforum.

c. Trivago



Trivago ist ein Internetunternehmen für Reisende, die hochwertige Informationen und Insidertipps für alle Arten von Reisen erhalten wollen. Die Plattform bietet eine einzigartige Community, die aktuellsten Informationen, Berichte über Reisen und eine große Hoteldatenbank. Trivago hat eine einzigartige Suchmaschinentechologie, um die richtigen Informationen für die Reise zu finden. Sie ist vor allem die einzige Plattform, die alle Bewertungen anderer Reiseplattformen zusammenfasst und

dem Urlauber darbietet. Bei Trivago ist das einzige Portal, das mit mehreren Reiseanbietern zusammenarbeitet und somit die Preise der einzelnen Anbieter vergleicht.

5. Buchungsportale mit Bewertungen

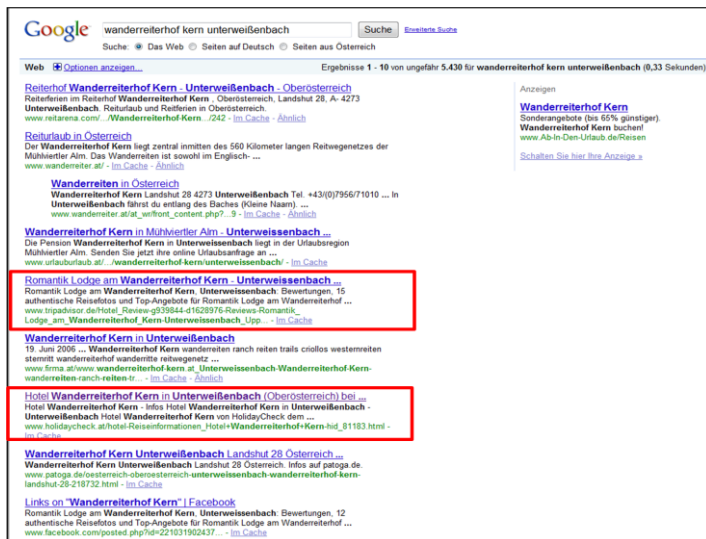
Buchungsportale mit Bewertungsfunktion, wie Tiscover, HRS, Booking.com, Expedia und TUI sind Online-Reisebüros, bei denen die Gäste ebenfalls die Betriebe bewerten können. Sie sind eine Mischung aus Hotelbewertungsportale und Online-Reisebüros. Sie bieten dem Nutzer die Möglichkeit, Reisen am Abend oder auch am Wochenende zu buchen. Viele Online-Reisebüros haben auf ihren Internetseiten umfangreiche Informationsangebote, zum Beispiel Ausflugstipps oder aktuelle Angebote.

6. Vergleichstabelle

	<i>HolidayCheck</i>	<i>TripAdvisor</i>	<i>hotelkritik.de</i>	<i>zoover</i>
Qualitätsurteil	gut	befriedigend	befriedigend	befriedigend
Bewertungsabgabe	2,3	3,3	2,5	3,5
Hotelinformation	1,3	2,0	3,6	2,6
Angebotsmerkmale	82700 Hotels	45000	6800 Hotels	77000 Hotel
Hotels	214 Länder	Hotels	119 Länder	
Buchungsmöglichkeit	Teilweise	194 Länder	Nein	
Preisvergleich	Ja	Nein	Nein	
für Hotels		Ja		

Vergleich Stiftung Warentest

7. Google Ranking



Das Suchmaschinenranking ist die Reihenfolge der Ergebnisse, die bei der Suche angeführt werden. Diese Rangordnung wird durch den Suchmaschinenbetreiber festgelegt und hat das Ziel, dem Suchenden Seiten mit größtmöglicher Relevanz zu präsentieren. Ein wichtiges

Kriterium für die Einstufung sind die Anzahl und die Qualität der Verweise. Je mehr Links im Internet auf die betreffende Webseite verweisen, desto besser wird sie eingestuft. Eine höhere Übereinstimmung zwischen Suchbegriff und dem Inhalt der Website hat ebenfalls positiven Einfluss auf das Ranking. Die Suchmaschinenoptimierung befasst sich mit Maßnahmen zur Verbesserung der Suchmaschinenrankings. Dazu gehören auch die verschiedensten Hotelbewertungsportale. Je mehr Bewertungen und Artikel es von Ihnen gibt, umso höher sind Sie mit Ihrem Betrieb gereiht. Also durch viele Bewertungen kann auch das Ranking beeinflusst werden.

Oberösterreich Tourismus hat zwei Handbücher als Hilfe zur Anmeldung bei Hotelbewertungsportalen erstellt:

1. Handbuch HolidayCheck
2. Handbuch TripAdvisor

Zu finden unter:

www.oberoesterreich-tourismus.at/kooperationen

Inhalt und Autoren:

Heinz Gressenbauer, Themenmanager Sport
Sylvia Prunthaller, Themenmanagerin Wandern
Sandra Kathofer, Praktikantin Marketing