



## CM STUDIO .BOOKING-CENTER

Ziele für eine erfolgreiche Online-Buchung im Destinations Marktplatz





# ZIELE FÜR EINE ERFOLGREICHE ONLINE-BUCHUNG IM DESTINATIONS MARKTPLATZ

**Die Ziele für einen erfolgreichen Einsatz von CMStudio.Booking-Center und das Konzept des Destinations-Marktplatzes ergeben sich aus den im vorherigen Abschnitt beschriebenen Alleinstellungsmerkmale**

1. Nahtlose Integration des Presentation-Manager in das Design und CI der Destination Website. Flexible Vorstellung der beteiligten Leistungsträger inklusive der Herausstellung der jeweiligen USPs. Eindimensionale und leicht zu handhabende Filter nach Orten und ggf. vertikalen Suchkriterien wie Gastronomie oder Wellness Services.
2. Individuelle Darstellung der Buchbarkeit für jeden Leistungsträger: Hotels und Vermieter von Ferienwohnungen können innerhalb der eigenen Buchungsinstanz ihr individuelles Angebotsportfolio so aufsetzen, dass neben den eigentlichen Übernachtungsangeboten auch hoteleigene Pauschalen und individuelle Zusatzservices und -verkäufe angeboten werden können.

Dieses Angebot, angefangen bei der Halbpensionspauschale, über das Wellnessangebot bis hin zum Skiticket- oder Konzertticketverkauf erweitert das individuelle Leistungsportfolio der Betriebe und damit die Unterscheidung von direkten Mitbewerbern.

3. Suchmaschine für direkte Buchbarkeit von Zimmern und Apartments in der Destination: CM Studio .META-SERVER bietet die gleichen Leistungskriterien einer CRS-Lösung um schnell, effizient und einfach den Online-Besucher zum buchenden Gast zu "konvertieren".
4. Kombinierte Buchungen 1:1 buchbar machen: CM Studio .META-SERVER bezieht auch Pauschalangebote der Hotels und Promotionspecials der Destination in die Verfügbarkeitsabfrage als zusätzliche Filterkriterien ein, um somit dem Gast ein ganzheitliches und umfassendes Leistungsangebot zu offerieren.

5. Angebots- und Anfragemodul integriert in die Buchungsplattform: CM Studio .META-SERVER genauso wie der Presentation-Manager von CM Studio .Booking Center bieten dem interessierten Gast auch die Option einer gezielten Anfrage zur Einholung eines Angebotes, um dem noch unentschlossenen Gast auch hier eine Lösung bzw. eine Möglichkeit zu geben, sich mit dem individuellen Portfolio der Leistungsträger vertraut zu machen.

Es gilt der Grundsatz, dass jede Anfrage ein Business-Lead für die Leistungsträger darstellt und den Gast näher an den anbietenden Betrieb heranführt.

Die hier aufgeführten Zielsetzungen erfordern eine gute Positionierung der unterschiedlichen und zum Teil miteinander konkurrierenden Angebote der Leistungsträger und der Tourismusorganisation.

Insbesondere destinationsweite Pauschalen und Promotionangebote setzen eine gute und in sich konsistente Planung voraus, damit die daraus resultierenden Suchkriterien sich möglichst benutzerfreundlich auf ein eindeutiges Suchergebnis herunterbrechen lassen, ohne das der Online-Besucher der Plattform ein umfassendes Verständnis von Software und Suchmaschine entwickeln muss.

### **Hierbei ist zu beachten:**

Pauschalen, Promotionen, Reisezeiträume, Standorte und zusätzliche Filterkriterien dürfen sich nicht dahingehend inhaltlich widersprechen, dass die Suche zu "Nullergebnissen" führt.


Dies ist vor allem am Ende bzw. zu Beginn einer Saisonphase kritisch, wenn zum einen die Leistungsträger zu unterschiedlichen Datumsangaben öffnen und diese Öffnungszeiten unter Umständen nicht oder nur teilweise mit den Zeiträumen eines Angebotes übereinstimmen. Zum zweiten wirkt sich die begrenzte Freigabe von Zimmerkategorien innerhalb einer Promotion seitens der Betriebe ggf. negativ und einseitig limitierend aus.

Diese Probleme sind mit mathematischer Wahrscheinlichkeitsrechnung gleichzusetzen und zu berücksichtigen, dass bei einer entsprechend rigiden Filterung zu viele "Nullergebnisse" entstehen.

### **Es gilt hier der Grundsatz:**

Ein " Nullergebnis ", also die Aussage, dass zu einem speziellen Angebot kein Zimmer verfügbar ist, sollte grundsätzlich vermieden und dem Gast ein Alternativangebot offeriert werden. Dies kann und muss auch zum automatischen Wechsel von Promotionangeboten auf ein reguläres Angebot führen, um zusätzliche und verwirrende Systemmeldungen zu vermeiden.





# ASPEKTE DER BENUTZERFREUNDLICHKEIT UM DEM GAST MIT EINFACHEN MITTELN SCHNELL, EFFIZIENT UND LOGISCH NACHVOLLZIEHBAR EIN ERGEBNIS IN SEINER SUCHE NACH VERFÜGBAREN HOTELS ZU LIEFERN

## **Folgende Aspekte müssen in die Erstellung von Promotionangeboten mit einfließen:**

1. CM Studio .Booking-Center unterscheidet verschiedene Verfahren zur Definition eines Promotion-Angebotes basierend auf den Tagespreisen der Zimmerkategorien. Diese Angebote sind keine fixen Pauschalangebote, sondern werden im Buchungsablauf als flexible Preisrate dargestellt. Das heißt, dass die Angebote in der Buchungsplattform abhängig von den verfügbaren Hotels unterschiedliche Preise für vergleichbare Leistungen auswerfen, da sie in erster Linie die unterschiedlichen Level der Hotel-Kategorien und deren Zimmerpreis widerspiegeln:
  - a. Anlage einer " alternativen Preisrate " in der Booking-Engine für Frühbucher-Rabatte, Last-Minute-Angebote und Long-Stay Aufenthalte.
  - b. Anlage einer "zusätzlichen Angebots-rate" in der ein für den Gast intransparenter Preisauf- oder abschlag auf die Standardrate der jeweiligen

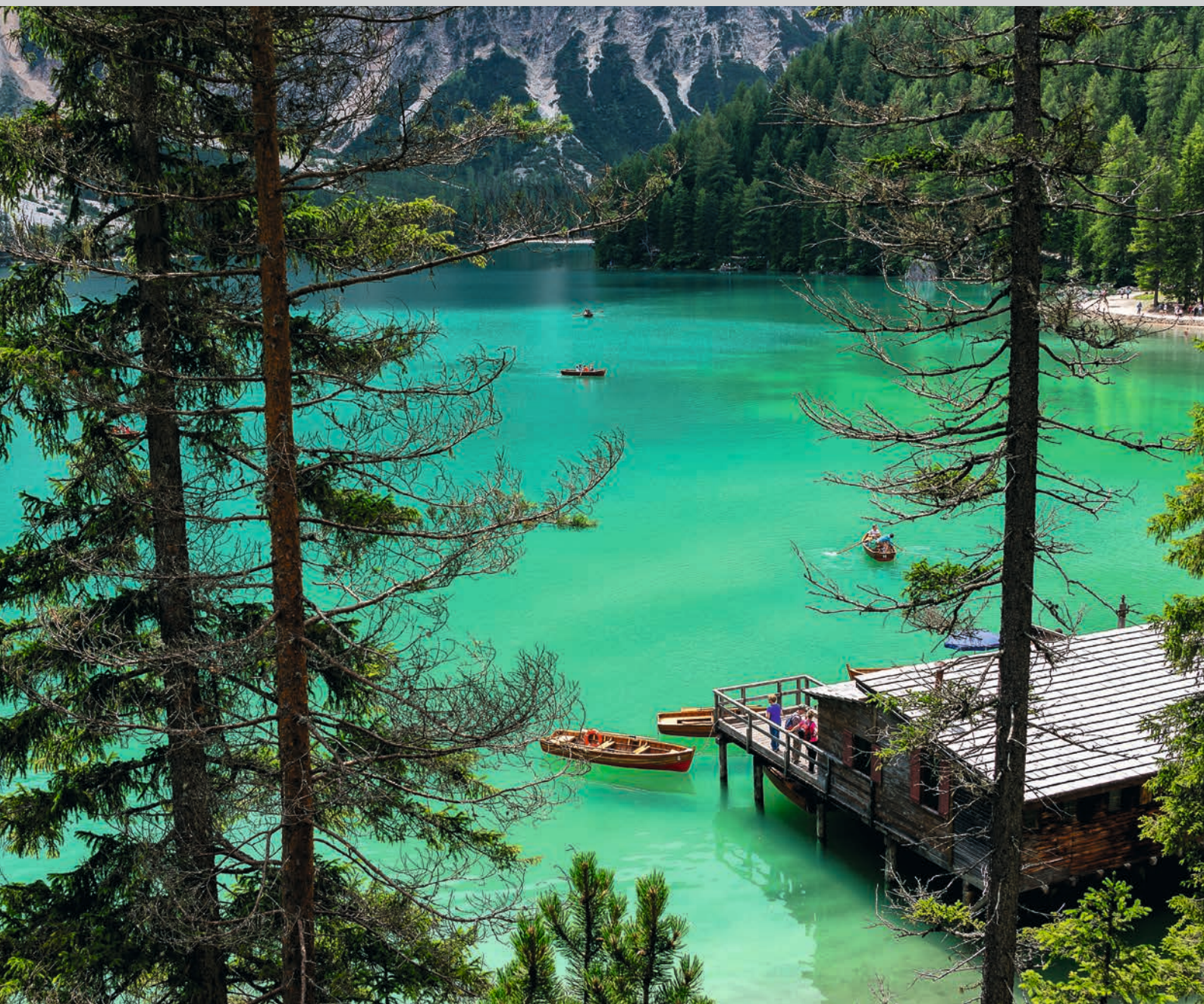
Zimmerkategorie gewährt wird und diese als zusätzliche Rate zur Standardrate ausgewiesen wird.

Beispiel: Der Skitest inkl. Leihski und Skipass kostet pro Person 100 € pro Tag. Dann wird bei einem zu buchenden Doppelzimmer der ausgewiesene Zimmerpreis um 200 € erhöht bei einer Belegung von 2 Personen bzw. um 100 € bei einer Ein-Personen Belegung.

- c. Anlage einer "Rate inklusive Zusatzleistung des Hotels", in der ein Gast z.Bsp. eine hotel-spezifische Leistung wie die Halbpension im hoteleigenen Restaurant buchen kann. Auch hier wird der Zimmerpreis pro Nacht, abhängig von der Anzahl der gebuchten Personen, erhöht und es wird lediglich über die Textinformation die Mehrleistungen in dieser Rate ausgewiesen. Diese Rate ist insbesondere für Hotels und Leistungsträger mit eigener Gastronomie sehr attraktiv.

Alle drei hier aufgeführten Raten entsprechen im Buchungsablauf wie oben erläutert der Auswahl einer Zimmerrate und können, falls die Kriterien absolut eindeutig zugeordnet werden, aber auch als Filter gesetzt werden.

Eine harte Filterung auf eines dieser Angebote macht nur Sinn, wenn die Filter für alle Zimmerkategorien und einen einheitlichen und nicht unterbrochenen Zeitraum gültig sind.





MASCH SOFTWARE SOLUTIONS  
Customer Service Group



Paulinenweg 3  
51149 Köln

+49 (0)2203 8068 405  
+41 (0)33 511 21 35  
[www.masch.com](http://www.masch.com)