

Kinderhotels starten mit eigenem Direktbuchungsportal

Wien/Innsbruck (TP/OTS) - Unabhängigkeit wird bei der Gruppe der Kinderhotels groß geschrieben. Experten plädieren stetig vom ausgewogenen Vertriebsmix und der Wichtigkeit der Positionierung der Hotels. Mit der Marke Kinderhotels wurde schon vor langer Zeit eine attraktive Nische geschaffen und ein Thema, das Familienurlaube als hochwertigen Umsatzbringer erkennt, aufgegriffen.

Immer mehr Hotelgruppen und Themenportale wurden bereits auf die Vorteile eines eigenen Direktbuchungsportals für ihre Mitglieder aufmerksam. Angesichts des Preis- und Leistungsdrucks durch viele Buchungskanäle und der Notwendigkeit einer breiteren Vertriebspolitik ist dies ein logischer Schritt, der für das Bestehen am Markt von immer größerer Relevanz ist.

Ein funktionierender Online-Vertrieb ist ein "must-have", dem aufgrund der fortschreitenden Technologie und Verschiebung zum eCommerce niemand entkommt. Statistiken der DACH-Länder bestätigen den wachsenden Online-Buchungstrend und Direktbuchungswerte auf Hotelwebseiten mit bis zu 60% - wie zuletzt der Vertriebsmonitor der ÖHV. Es darf nicht vergessen werden, dass auch Stammgäste mittlerweile den einfachen Informationszugang bevorzugen und online buchen. Begriffe wie "Urlaub mit Kindern" oder "Familienurlaub" sind schnell in einer Suchmaschine eingegeben und führen prompt zum jeweiligen Themenportal.

Die Kinderhotels haben sich für seekda, den heimischen Buchungstechnologielieferanten entschieden, dessen Vertriebslösung bereits zahlreichen Themenportalen und Regionen zur Verfügung steht. Mit der qualitativ hochwertigen Portalbuchungslösung von seekda präsentieren sich die Kinderhotels und deren Mitgliedsbetriebe professionell und generieren direkte Buchungen ohne Buchungsprovision.

"Die Kinderhotels haben für Familienurlaube maßgeschneiderte Angebote sowie Zimmer und Suiten. Um eine hohe Auslastung der Suiten zu gewährleisten und gleichzeitig den perfekten Aufenthalt für unsere Gäste zu ermöglichen, setzt seekda gemeinsam mit den Kinderhotels spezielle Buchungskriterien für Kinder um." so Mag. Christian Stroitz, Online Marketing, von Kinderhotels Europa.

Alles beginnt mit der optimalen Darstellung und Buchbarkeit des gesamten Häuser- und Angebotskatalogs, die dann durch flexible Filterkriterien den Gast schnell zu den gewünschten Suchresultaten führt. Die Angebote werden je nach Wunsch klassisch als Liste oder auf einer Google Maps Karte dargestellt und sind von überall aus buchbar. Jedes Hotel hat zudem die Möglichkeit das direkte Buchungstool samt Zahlungsfunktion auf der eigenen Webseite mit zusätzlichen Funktionen, wie Channel Management und Schnittstelle zu den Google Hotelprice Ads und trivago zu integrieren.

DI Klaus Niederacher, COO von seekda ergänzt "Die Direktbuchungsschiene wird ab heuer so intensiv wie noch nie zuvor ausgeschöpft. Direktbuchungen zu 0% Buchungsprovision werden mit seekda auf Hotelwebseiten, Themenportalen und Metasuchmaschinen möglich. Bereits in den ersten Wochen nach der Umstellung des Kinderhotel Portals auf seekda, konnte ein signifikanter Anstieg des Buchungsvolumens verzeichnet werden."

Zwtl.: Über seekda:

Mit über 5.000 Unterkunftsbetrieben hat sich seekda mit seinem Produktportfolio seekda Connect im europäischen und internationalen Markt etabliert. Die 2007 gegründete Firma mit Sitz in Wien und Niederlassung in Innsbruck, Österreich beschäftigt rund 45 IT- und Tourismusexperten.

Erklärtes Ziel der seekda ist die Entwicklung von innovativen e-Tourismus Anwendungen, die der gesamten Bandbreite an Beherbergungsbetrieben helfen, ihre Buchungsumsätze abzusichern und auszubauen.

~

Rückfragehinweis:

Jennifer Kaiser, MA Marketing & Unternehmenskommunikation
Tel: +43 1 236 5084-46
mailto:jennifer.kaiser@seekda.com
www.seekda.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/8376/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0002 2013-07-25/09:30

250930 Jul 13

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130725_TPT0002