

Presseinformation

Berlin, den 21. Juni 2010

Customer Alliance startet durch –

2. Platz im VIR Online Wettbewerb in der Kategorie „Startup“

Seit Mai 2009 ist das durch Chanyu Xu, Moritz Klussmann und Thorsten Sabel gegründete Unternehmen am Markt. In der Zwischenzeit hat das junge Start Up Unternehmen über 50 Hotelkunden gewinnen können.

Bei den „ersten Online Innovationstagen 2010 in Berlin“ am 16. und 17. Juni ist Customer Alliance mit seiner Entwicklung bei dem bereits zum dritten Mal stattfindenden Wettbewerb "Sprungbrett 2010" mit dem zweiten Preis ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung dient der Förderung und Unterstützung von Menschen mit innovativen Ideen sowie Neugründern aus der touristischen Online-Branche. Veranstalter ist der Verband Internet Reisevertrieb (VIR). Dieser zählt im Online Reisemarkt zu den namhaftesten Verbänden.

Die Idee der Preisträger von Customer Alliance beruht auf der Beobachtung, dass Kunden bei den großen Bewertungsplattformen oft eine geringe Anzahl von Bewertungen pro Hotel abgeben. Sie entwickelten ein System, mit dessen Hilfe die Anzahl der Gästemeinungen nicht nur gesteigert, sondern auch direkt auf der hoteleigenen Website integriert werden. Dabei verteilt das System die Bewertungen auf großen Plattformen wie facebook, zoover oder trivago.

Über Customer Alliance

Customer Alliance wurde im Jahr 2009 von Chanyu Xu, Moritz Klussmann und Torsten Sabel ins Leben gerufen. Die Idee beruht auf der Beobachtung, dass Kunden bei den großen Bewertungsplattformen oft eine geringe Anzahl von Bewertungen pro Hotel abgeben. Somit entsteht für den potentiellen Interessenten ein weniger repräsentatives Bild von dem ausgesuchten Hotel. Zudem befinden sich keine Hotelbewertungen direkt auf der Hotelwebsite. Die eigene Internetpräsenz als Buchungskanal verliert automatisch an Bedeutung. Customer Alliance bietet hierfür eine entsprechende Lösung, indem die Gästemeinungen direkt auf der hoteleigenen Homepage integriert werden. Dabei verteilt das System die Bewertungen auf großen Plattformen wie facebook, zoover oder trivago. Die Anzahl der Gästemeinungen erhöht sich durch eine aktive Ansprache an den Kunden. Eine Steigerung des Umsatzes durch vermehrtes Buchungsaufkommen auf der eigenen Homepage und die verstärkte Präsenz im Netz bieten dem Hotelier eine sinnvolle Ergänzung für die Onlinevermarktung.

www.customer-alliance.de, www.vir-online-innovationstage.de

Kontakt Presse:

Wolf-Thomas Karl
Kommunikation & PR
Erich-Kästner-Strasse 19a
60388 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)178 - 18 44 946

E-Mail: tk@karl-karl.com