

Presseinformation

Berlin, den 18. August 2010

Customer Alliance gewinnt erste Best Western Hotels als Partner

Die innovative Hotelbewertungssoftware von Customer Alliance ist seit Oktober 2009 am Markt. Neben vielen Einzelhotels konnte Customer Alliance nun auch drei Best Western Häuser überzeugen.

Das Best Western Hotel Steinsgarten startete die Mitgliedschaft mit Customer Alliance Ende Mai 2010. Im Juni 2010 folgten das Best Western Hotel Wetzlar in Gießen und das Best Western Hotel Yachtclub am Timmendorfer Strand.

In den wenigen Wochen der Zusammenarbeit konnten insgesamt weit über 100 Bewertungen generiert werden.

Sven Appelt, stellvertretender Hoteldirektor vom Best Western Hotel Steinsgarten ist sehr zufrieden. „Mit Customer Alliance realisierten wir innerhalb kürzester Zeit eine hohe Anzahl von authentischen Bewertungen. Dadurch können wir unsere Servicequalität nach außen sichtbar machen und in Zeiten von Web 2.0 mit unseren Gästen auch nach dem Hotelaufenthalt in Dialog treten. Dies beeinflusst Buchungen im Internet merklich. Mittlerweile sind diese Feedbacks auch zu einem wichtigen Baustein unseres Qualitätsmanagements geworden“, so Appelt.

Die Vorteile des Bewertungssystems von Customer Alliance sind nicht nur das vermehrte Buchungsaufkommen durch die eigene Homepage, sondern ein stärkere Präsenz im Netz. Dazu gehört auch eine automatische Verteilung an andere Plattformen wie „Facebook“ 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

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