

Carolin Steinhauser • Barbara Theiner

Hotelvertrieb 3.0





Ihr Weg zur besseren Zimmerauslastung

MATTHAES VERLAG GMBH

Ein Unternehmen der dfv Mediengruppe

Inhalt

Vorwort	2
Einleitung	6
Gästesegementierung	9
2.1 SOZIO-DEMOGRAFISCHE SEGMENTIERUNG	18
2.2 PSYCHOGRAFISCHE SEGMENTIERUNG	21
2.3 NEUROLOGISCHE SEGMENTIERUNG	25
2.4 AFFINITY GROUPS	29
2.5 BUYER PERSONA – IHR ZUKÜNFTIGER WUNSCHGAST	32
Hotelpositionierung	33
Distributionspolitik	39
4.1 ZIELE DER DISTRIBUTIONSPOLITIK	42
4.2 AUFGABEN DER DISTRIBUTIONSPOLITIK	42
4.3 DIREKTER UND INDIREKTER VERTRIEB	44
4.4 ÜBERBUCHUNGS-STRATEGIE	58
4.5 MULTI-CHANNEL-STRATEGIE	64
Klassische Kanäle	69
5.1 HOTELMITARBEITER	70
5.2 REISEBÜROS – VERANSTALTER – WHOLESALER	73
5.3 DESTINATIONSORGANISATIONEN	88
5.4 HOTELKOOPERATIONEN	89
5.5 FIRMENREISESTELLEN	100
5.6 ALLGEMEINE INTERNET-PORTALE	100
5.7 BRANCHENFREMDE ABSATZMITTLER	104
5.8 HOTEL-WEBSITE	106
Moderne Kanäle	111
6.1 ONLINE TRAVEL AGENCIES	114
6.2 META SUCHMASCHINEN	130

6.3	SOCIAL MEDIA	138
6.3.1	Blogs	140
6.3.2	Facebook	144
6.3.3	Twitter	150
6.3.4	Youtube, Vimeo & Co.	150
6.3.5	Instagram	152
6.3.6	Pinterest	153
6.3.7	Foursquare	155
6.3.8	WhatsApp	156
6.4	BEWERTUNGSPORTALE	162
6.5	MOBILE APPLIKATIONEN	171
6.5.1	Mobile Website	173
6.5.2	Last-Minute-Apps	175
6.5.3	Hotel-Apps	175
6.5.4	QR-Codes	177
	Vertriebsunterstützende Technologien	180
7.1	PROPERTY MANAGEMENT SYSTEME (PMS+CRM)	182
7.2	CHANNELMANAGER	184
7.3	INTERNET BOOKING ENGINES (IBE)	185
7.4	CRS/GDS	191
7.5	DESTINATIONSMANAGEMENTSYSTEME (DMS)	194
7.6	VERANSTALTERSYSTEME	195
	Vertriebskosten	197
	Individuelle Multi-Channel-Strategie für Ihr Hotel	203
	Ausblick in die Zukunft	219
	Die Autorinnen	224
	Die Gastautorinnen und -autoren	225
	Quellenverzeichnis	226
	Abkürzungsverzeichnis	231
	Bildnachweis	232
	Impressum	232