

Business Studio+: Markenwerbung und Markteinblicke für unabhängige Hoteliers

Heben Sie sich auf trivago von der Konkurrenz ab – dank mehr Sichtbarkeit und intelligenten Daten.



Inhalt

1

trivago

2

Business Studio+

3

Abonnement

4

Abrechnung

5

Unterstützung

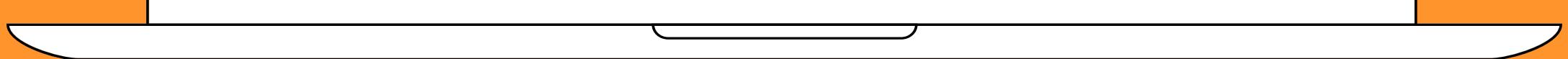
6

Glossar

o

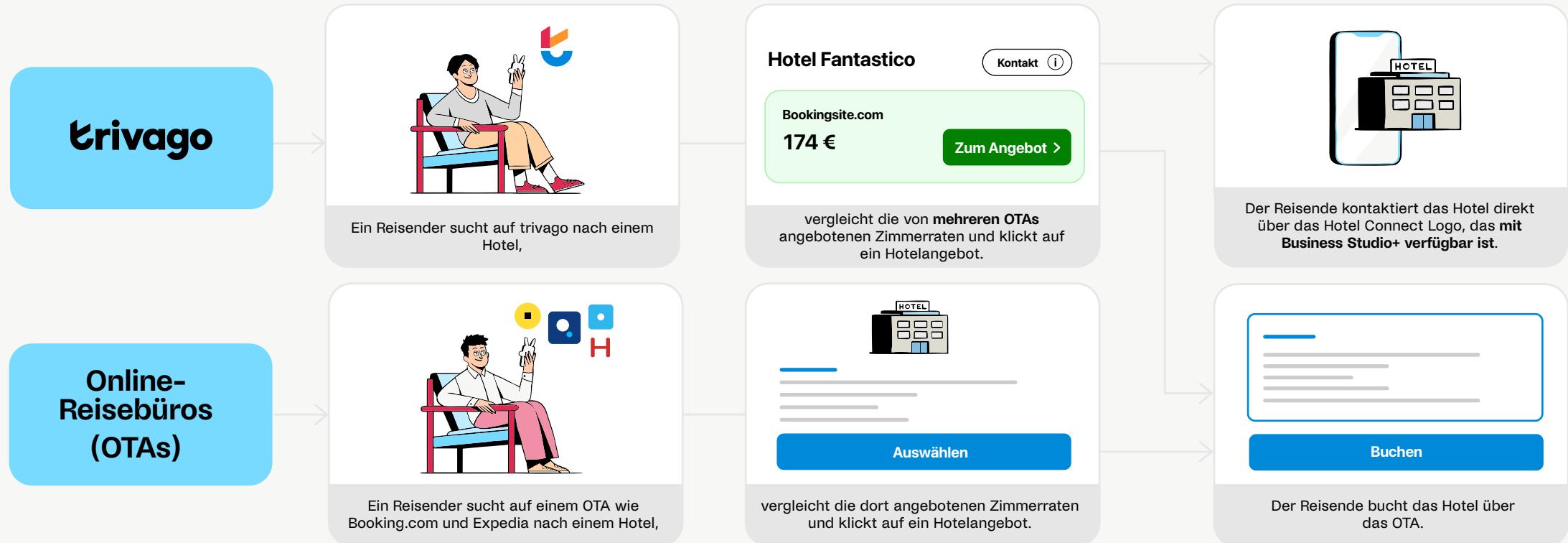
1

trivago



trivago und OTAs im Vergleich

Viele Hoteliers gehen davon aus, dass trivago ein Online-Reisebüro (OTA) ist, bei dem Reisende verschiedene Reiseprodukte wie Mietwagen, Hotels und Flüge buchen können. Tatsächlich ist trivago jedoch eine **Hotel-Metasuche**, die Reisenden hilft, Hotelpreise auf Hunderten von Buchungswebsites zu suchen und zu vergleichen. Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die Funktionsweisen und Unterschiede für Reisende und Hoteliers.



Fügen Sie trivago zu Ihrem Portfolio hinzu

Als eine **führende globale Hotel-Metasuche** zieht trivago Millionen preisbewusste Reisende auf der ganzen Welt an und hilft ihnen, die passenden Unterkünfte zu finden.

Wir bieten maßgeschneiderte Lösungen an, die **unabhängigen Hoteliers** dabei helfen, ihre **Sichtbarkeit zu erhöhen** und **Direktbuchungen** zu wettbewerbsfähigen Raten zu generieren, damit sie sich auf trivagos Marktplatz behaupten können.



Über 2 Mrd.
Preisvergleiche täglich



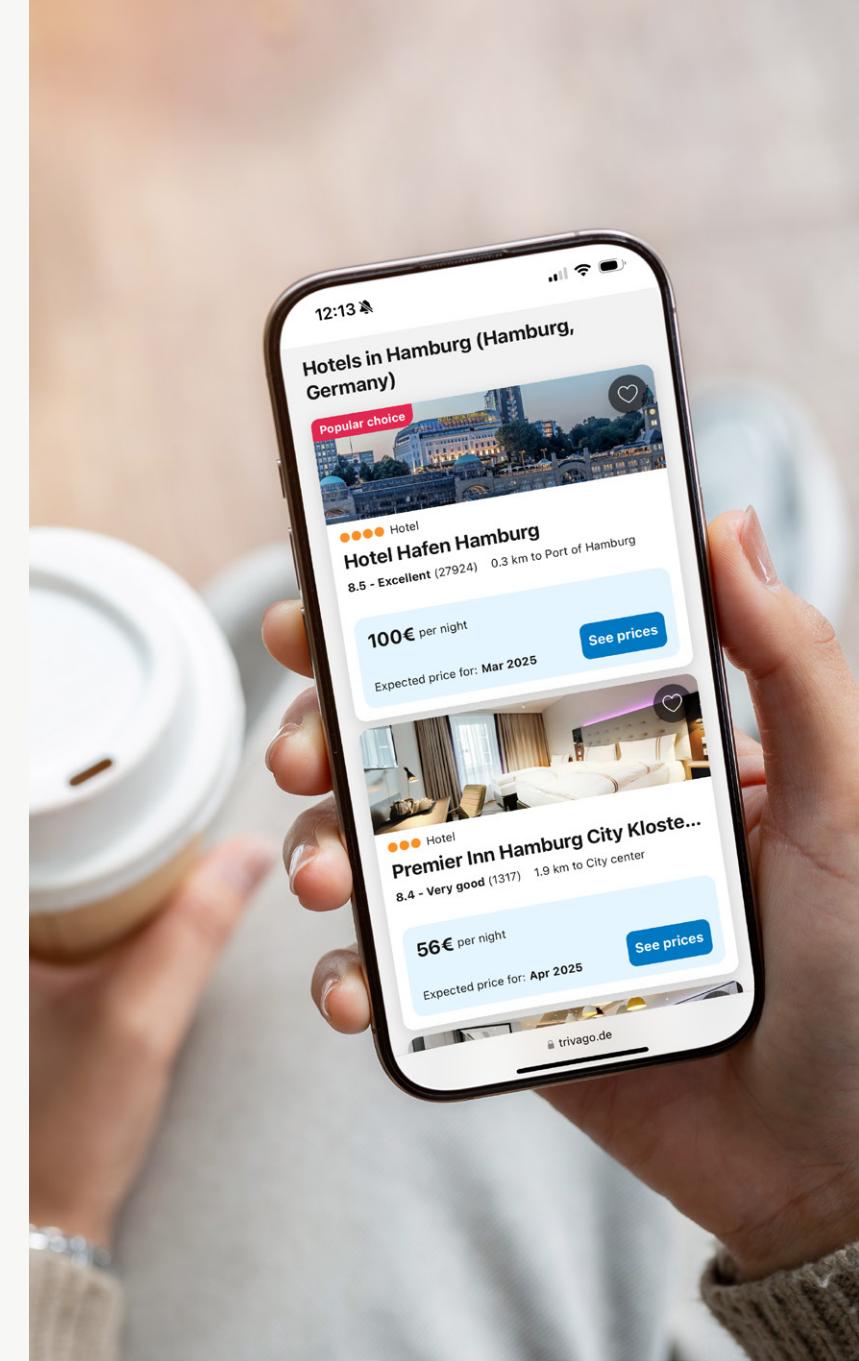
Über 7 Mio.
Suchen täglich



5 Mio.
Hotels und alternative Unterkünfte



53
lokalisierte Website- und App-Versionen



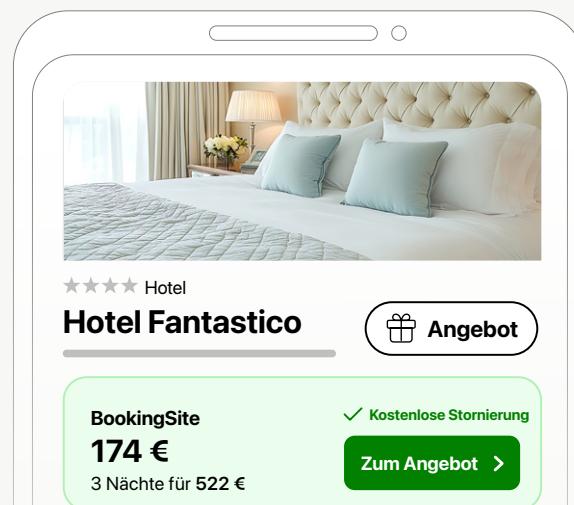
2

Business Studio+

Markteinblick und Reichweite: eine starke Kombination

Erfolg in der heutigen wettbewerbsorientierten Hotelbranche ist davon abhängig, dass Sie den Markt verstehen und die richtigen Gäste erreichen.

Durch die Kombination von datengesteuerten Erkenntnissen mit gezielten Werbeaktionen ermöglicht [Business Studio+](#) unabhängigen Hoteliers, **Aufmerksamkeit auf trivago zu erregen** und **einen Vorteil** gegenüber Mitbewerbern zu erlangen.



Verbesserte Sichtbarkeit

Erhöhen Sie den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke auf einer der führenden Reiseplattformen der Branche, die Sie mit Reisenden zusammenbringt, die nach Unterkünften wie der Ihren suchen.



Datengestützte Entscheidungen

Informieren Sie sich über die Preisstrategien Ihrer Konkurrenten im Internet und die Suchtrends Ihrer potentiellen Gäste auf trivago, um wettbewerbsfähig zu bleiben.



Strategisches Marketing

Bewerben Sie Ihre Marke mit Angeboten, die Ihrer Zielgruppe auf trivago einen Grund mehr geben, sich für Ihre Unterkunft zu entscheiden.

Hotel-Angebote

Ziehen Sie mit exklusiven Angeboten mehr Gäste an

Auf trivago buhlen Sie gemeinsam mit einer Vielzahl anderer Hotels um die Aufmerksamkeit der Reisenden. Das Wichtigste ist also, dass Ihre Unterkunft Reisenden auffällt, wenn sie in deren Suchergebnissen erscheint.

Mit Hotel-Angeboten haben Sie die Möglichkeit, **überzeugende Angebote auf trivago zu bewerben**, die das Interesse der Reisenden wecken und sie zur Buchung bewegen.

- ✓ Heben Sie sich auf trivago mit dem anklickbaren **Promo-Logo** in Ihrem Profil hervor – sichtbar **auf allen Geräten** und in der **trivago App**.
- ✓ Verbessern Sie die **Gästezufriedenheit** mit kleinen Extras, die Gäste lieben werden.
- ✓ Passen Sie Ihre Angebote an: Sind sie **kostenlos** oder mit **Rabatt** erhältlich, gibt es ein Ablaufdatum oder laufen sie auf unbestimmte Zeit?
- ✓ Alle **einsatzbereiten Angebotsvorlagen** sind für die von trivago unterstützten Märkte übersetzt.



Schon gewusst?

trivago hilft jeden Monat **mehr als 50 Millionen Reisenden**, mit nur wenigen Klicks tolle Hotelangebote zu finden.

Wettbewerbsvergleich

Optimieren Sie Ihre Ratenstrategie

Kleine Unterschiede bei den Raten auf trivago können große Auswirkungen auf die Performance Ihrer Unterkunft haben.

Damit Sie wettbewerbsfähig bleiben, gibt Ihnen der Wettbewerbsvergleich alle Details an die Hand, die Sie benötigen, um **das ganze Jahr über die Online-Zimmerraten Ihrer Mitbewerber zu verfolgen**. Diese Erkenntnisse können Sie in Ihrer Strategie umsetzen und effektiv planen.

- Beobachten Sie die **Raten Ihrer Top-Mitbewerber** über mehrere OTAs hinweg.
- Vergleichen Sie die Raten von Zimmertypen **mit und ohne Frühstück**.
- Ermitteln Sie die **niedrigsten und höchsten Raten** auf dem Markt.
- Erhalten Sie einen **Überblick von bis zu 180 Tagen** über Ratenentwicklungen und Trends.



Schon gewusst?

Unsere Plattform verarbeitet **jeden Tag mehr als 2 Mrd. Preisvergleiche**. Stellen Sie sicher, dass Ihre Raten in den Suchergebnissen hervorstechen und zu einem erfolgreichen Buchungsabschluss führen.

Besucherprofil

Lernen Sie Ihre Zielgruppe auf trivago kennen

Wenn Sie wissen, welche Reisenden sich für Ihre Unterkunft auf trivago interessieren, und verstehen, wonach sie suchen, können Sie Marketinginitiativen entwickeln, die diese Reisenden direkt ansprechen.

Damit Sie sich bei trivago auf Ihre Zielgruppe konzentrieren können, bietet Ihnen das Besucherprofil **einen klaren Überblick darüber, wer diese potentiellen Gäste sind.**

- Erfahren Sie, welche **Aufenthaltsdauer** Reisende gerne buchen.
- Bringen Sie die **Zeiträume** in Erfahrung, die für Reisende interessant sind (z. B. Wochenenden oder Wochentage).
- Ermitteln Sie, von welchen **Ländern** aus Reisende suchen.
- Vergleichen Sie das Interesse der Reisenden an Ihrer Unterkunft mit Ihren **Mitbewerbern**.



Schon gewusst?

Wir verzeichnen **täglich mehr als 7 Millionen Suchanfragen**. Nutzen Sie Ihr trivago Profil, um das Interesse der Reisenden zu wecken und ihre Buchungsentscheidung zu beeinflussen.

Hotel Connect

Seien Sie für Reisende besser erreichbar

Selbst in der heutigen digitalen Welt haben Reisende ihre bevorzugten Wege der Kommunikation. Mit **Hotel Connect** profitieren Sie von einer höheren Platzierung Ihrer Kontaktdaten auf Ihrem Profil und einem anklickbaren **Kontaktlogo** – eine Win-win-Situation für Sie und die Reisenden.

Wenn potentielle Gäste auf dieses Logo klicken, werden Ihre **Kontaktinformationen** angezeigt, sodass sie direkten Kontakt mit Ihnen aufnehmen können.

- Ermöglichen Sie es Ihren potentiellen Gästen, schnell auf Ihre **Telefonnummer, E-Mail-Adresse** und einen **Link zu Ihrer Website** zuzugreifen.
- Seien Sie für Reisende auf ihren **Laptops, Smartphones** und in der **trivago App** jederzeit erreichbar.
- Bieten Sie die Möglichkeit für **Offline-Buchungen**.



Schon gewusst?

Mit **53 lokalisierten Websites und Apps**, die Reisende auf der ganzen Welt nutzen, ist Ihr nächster Guest nur einen Klick entfernt.

3

Abonnement

So starten Sie Ihr Abonnement

1. Loggen Sie sich in trivago Business Studio ein.

Ihre E-Mail-Adresse

Weiter

3. Geben Sie Ihre Zahlungsmethode an.

[+ Neue Zahlungsmethode hinzufügen](#)

 Kreditkarte/Debitkarte SEPA

Wir akzeptieren Kredit- und Debitkarten sowie Zahlungen in Euro aus den 36 Ländern des SEPA-Raums.

5. Geben Sie Ihre Rechnungsadresse ein, ggf. einschließlich Ihrer Steuer-Identifikationsnummer.

Rechnungsadresse

2. Navigieren Sie zu Business Studio+ und klicken Sie auf „Jetzt upgraden“.

[Home](#)[Rate Connect](#)**Business Studio+**[Unterkunftsdetails](#)**Jetzt upgraden**

4. Wählen Sie die Währung, die Sie für Zahlungen verwenden möchten.

€ – Euro



Hinweis: Ein Wechsel der Währung ist nach der ersten Abrechnung Ihrer Kampagne nicht mehr möglich.

6. Bestätigen Sie mit einem Häkchen, dass Sie die allgemeinen Geschäftsbedingungen akzeptieren, und starten Sie anschließend Ihr Abonnement.



Ich akzeptiere die [allgemeinen Geschäftsbedingungen](#).

Abonnement beginnen

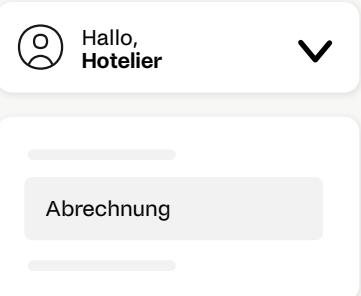
4

Abrechnung

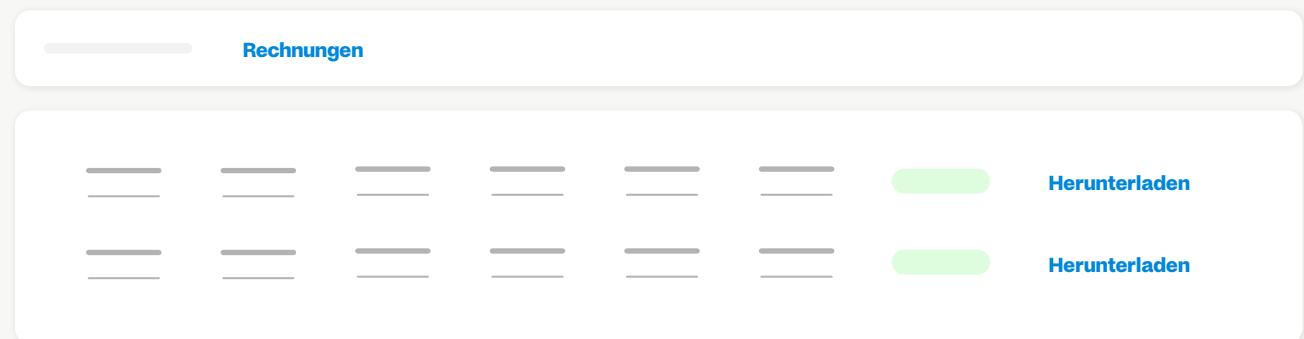
So funktioniert die Abrechnung

Business Studio+ läuft als **Jahresabonnement** mit marktisierten Preisen.

Das Abonnement wird automatisch verlängert, aber Sie können es in trivago Business Studio jederzeit vor dem Datum der automatischen Verlängerung beenden.



Rechnungen



Herunterladen

Herunterladen

Rechnungen werden per E-Mail verschickt und können auch in Ihrem Business Studio Konto unter „Abrechnung“ heruntergeladen werden.



5

Hilfe

Haben Sie Fragen?

In den FAQs im [trivago Support Center](#)
finden Sie Antworten.



6

Glossar

Branchenbegriffe – von Hoteltechnik bis Metasuche

Agenturen

Unternehmen, die Hotels bei der Marketingstrategie unterstützen.

Buchungsmaschine

Tool, das Direktbuchungen auf der Website eines Hotels ermöglicht.

Channel Manager

Software, die Aktualisierungen für Raten und Verfügbarkeit über mehrere Buchungsplattformen hinweg automatisiert, um Überbuchungen zu verhindern.

Computerreservierungssystem (CRS)

Software zur Verwaltung von Verfügbarkeiten, Raten und Buchungen über verschiedene Vertriebskanäle hinweg.

Customer Relationship Management (CRM)

System zur Verwaltung von Interaktionen mit Gästen und Interessenten zur Verbesserung von Service, Umsatz und Kundenbindung.

Hotel-Metasuche

Plattformen wie trivago, die Hotelangebote von verschiedenen Buchungswebsites vergleichen und die User zur Buchung weiterleiten.

Impressions

Die Anzeigehäufigkeit eines Hotelangebots in den Suchergebnissen, unabhängig von Klicks.

Klickrate (Click-through Rate; CTR)

Der prozentuale Anteil der Personen, die in einer Marketing-Nachricht tatsächlich auf einen Link zu einer Website geklickt haben.

Konnektivitätsanbieter

Ein Unternehmen, das Software anbietet, die Hotels dabei hilft, ihren Bestand zu vertreiben und den Betrieb zu verwalten.

Konversionsrate

Der Prozentsatz der Website-Besucher, die eine gewünschte Aktion abschließen, z. B. eine Buchung vornehmen.

Kosten pro Akquise (Cost-Per-Acquisition, CPA)

Ein provisionsbasiertes Modell, bei dem Gebühren nur dann anfallen, wenn eine Buchung getätigkt wird.

Kosten pro Klick (Cost-Per-Click, CPC)

Ein Zahlungsmodell, bei dem jedes Mal Gebühren anfallen, wenn jemand auf ein Angebot oder eine Anzeige klickt.

Nicht verfügbare Raten

Der Prozentsatz der Fälle, in denen die Rate einer Unterkunft nicht in den Suchergebnissen erscheint.

OTA (Online-Reisebüro)

Websites von Drittanbietern wie Booking.com und Expedia, die Hotelzimmer und andere Reisedienstleistungen verkaufen.

Ratenparität

Die Raten für Zimmer sind in allen Vertriebskanälen gleich.

Rate Shopper

Tool, das Marktdaten erhebt, einschließlich:

- Raten der Mitbewerber
- Raten in verschiedenen Vertriebskanälen
- Lokale Nachfrage und Belegung
- Veranstaltungen und Feiertage in der Region

Unterkunftsverwaltungs-Software (Property Management System, PMS)

Software für Verwaltungsaufgaben wie Buchungen, Rezeption und Berichterstattung in Hotels.

Vertriebskanäle

Plattformen, auf denen Zimmer direkt (z. B. Hotel-Website) oder indirekt (z. B. OTAs, Metasuche) verkauft werden.

Wettbewerbsfähigkeit der Raten

Strategie zur Festlegung von Preisen, die für das Zielpublikum attraktiv sind und gleichzeitig die Rentabilität erhalten.

Wholesaler

Ein Drittanbieter, der eine große Anzahl von Hotelzimmern zu einer günstigen Rate einkauft und diese an OTAs oder Reiseveranstalter zu einer höheren Rate wieder verkauft.