

6. April 2022

Guestline kündigt neue globale Partnerschaft mit Google an, um Hotels zu mehr Direktbuchungen zu verhelfen

Hoteltechnologieanbieter Guestline bietet Hoteliers im Rahmen einer neuen Partnerschaft die Möglichkeit, tagesaktuelle Preise direkt an Google zu übermitteln.

München, 06. April 2022 - Diese neue Zusammenarbeit zwischen Guestline und Google wird es Hoteliers ermöglichen, das direkte Buchungsvolumen und den Umsatz zu steigern, indem automatisch Preise und Verfügbarkeiten direkt an Googles kostenlose Buchungslinks für Hotels weitergegeben werden.

Bei der Hotelsuche finden Gäste die kostenlosen Buchungslinks (oder auch die Google Hotelanzeigen) in den Metasuchfeldern der Google Suche und von Google Maps. Die Buchungen werden durch Guestlines eigene Buchungsmaschine durchgeführt und direkt in das Guestline PMS einspielt. So kann der Anteil an Direktbuchungen im Distributionsmix erhöht werden.

In der Vergangenheit waren verschiedene Elemente erforderlich, um Hoteliers die Zusammenarbeit mit Online-Suchmaschinen zu ermöglichen und Buchungen zu fördern. Dazu gehörten die Daten selbst, die – wenn sie manuell hochgeladen werden – oft veraltet und daher sehr schnell unbrauchbar sind, ein Meta-Suchkanal sowie eine Buchungsplattform, um die Buchung durchzuführen. Die Akquise neuer Gäste war für Hoteliers stets mit hohen Kosten verbunden. Guestlines Partnerschaft mit Google bietet nun einen viel effizienteren Ansatz, der es Hoteliers erlaubt, ihre Daten und den Link zur Buchungsmaschine direkt an Google zu übermitteln.

„2022 wird das Jahr sein, in dem Hoteliers ihren Fokus auf das Direktgeschäft verstärken werden“, erwartet Chris Jones, Produktmanager bei Guestline. „In den letzten zwei Jahren haben die Hoteliers ihre Standhaftigkeit unter Beweis gestellt und ihr Wille, den direkten Kanal voll auszunutzen, ist stärker denn je. Unsere neue Partnerschaft mit Google und die damit einhergehende direkte Verbindung zu kostenlosen Buchungslinks schafft die idealen Grundvoraussetzungen für Hoteliers, um dieses Ziel zu erreichen – nicht nur durch die Chance auf verbesserte Sichtbarkeit in den Sucheinträgen, sondern auch durch ein verbessertes und integriertes Gästelerlebnis, das nahtlos von der Suche zur Buchung über unser PMS führt.“

„Es geht nicht nur um die Steigerung von Direktbuchungen und Umsatz“, so Jones weiter. „Es geht auch um die Möglichkeit, die Beziehung zum Gast sowie die gesamte Gästereise zu gestalten. Hoteliers haben von Beginn an mehr Freiheiten und können die Gästedaten vollständig einsehen, anstatt sie über einen oft kostspieligen Drittanbieter (OTA) zu beziehen. Eine direkte Beziehung bietet auch mehr Möglichkeiten für Upselling und steigert die Loyalität der Gäste.“

Kostenlose Buchungslinks sind unbezahlte Links, die Google nach ihrem Mehrwert für den Nutzer einstuft. Sie zeigen den Hotelnamen und die Zimmerpreise, und wenn der Nutzer ein Hotel auswählt, wird er direkt auf die vom Hotelier angegebene Webseite weitergeleitet. Hoteliers zahlen keine Gebühr für kostenlose Buchungslinks, da kein Vertrag zwischen dem Hotel und Google erforderlich ist. Hoteliers, die an kostenlosen Buchungslinks interessiert sind, müssen zunächst ein Google Business Profil einrichten.

Alternativ dazu ermöglichen Google Hotelanzeigen es Hoteliers, die Sichtbarkeit ihrer Verfügbarkeiten und Preise in der Google-Suche, in Maps und im Assistenten zu steigern, mit der Option, entweder direkt oder über Google zu buchen. Als Meta-Suchplattform zeigt Google neben den offiziellen Hotelpreisen auch die Preise von OTAs an. Allgemeiner ausgedrückt: Meta-Suchkanäle sind nicht darauf ausgelegt, im Namen des Hoteliers direkt zu verkaufen, sondern die beste Übersicht über die verfügbaren Daten (Preise und Verfügbarkeit) zusammenzustellen und anzuzeigen. Ziel ist es, dass Hotels die Zahl ihrer Direktbuchungen steigern können. Indem sie auf der Grundlage eines Pay-per-Click-Modells und nicht auf Provisionsbasis arbeiten, reduzieren sich die Kosten für die Akquisition neuer Gäste erheblich.

Sowohl bei kostenlosen Buchungslinks als auch bei Hotelanzeigen liefern die Hoteldaten einen strukturierten Deep Link direkt zur Buchungsmaschine von Guestline. Dem Buchenden wird ein vollständig integrierter Prozess geboten, mit einer genauen Übersicht über Verfügbarkeiten und Preise, und der Möglichkeit, die Reservierung direkt auf der Website des Hotels abzuschließen.

Für weitere Informationen über die neue Partnerschaft von Guestline und Google besuchen Sie <https://www.guestline.com/de/google/>

###

Über Guestline:

Guestline bietet cloudbasierte Hospitality-Softwarelösungen für das Property Management, das Gästelerlebnis und das Buchungsmanagement. Die breite Palette innovativer und zukunftssicherer Lösungen von Guestline erlaubt es unabhängigen Hotels und kleinen Hotelgruppen, eine maximale Auslastung zum profitabelsten Preis zu erzielen.

Seit fast 30 Jahren am Markt, beinhaltet das Produktportfolio von Guestline u.a. eine PMS, CRS, C&B, Channel Manager, EPoS, IBE und GuestPay. Zusätzlich integriert die Property Management Software via API mit über 200 Drittanbieter-Lösungen. Guestline hat Niederlassungen in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Irland und Thailand und unterstützt fast 3.000 Hotels in 25 Ländern. <https://www.guestline.com/de/>

Pressekontakt:

Oseon

Rike Pröschild

+49-160-96 49 73 63

guestline@oseon.com