13.06.2019 – 10:51 Uhr

BCD Travel stellt innovativen Ansatz für Hotelprogramme vor - neue Hoteldivision liefert Unternehmen dynamischere, datengesteuerte Lösungen

Utrecht (ots) -

Als Reaktion auf die sich ändernde Dynamik der Geschäftsreisebranche hat die weltweit führende Travel Management Company BCD Travel heute einen neuen Ansatz für das Management von Hotelprogrammen vorgestellt - Stay by BCD Travel[TM] (https://www.bcdtravel.com/hotels/). Das Unternehmen hat eine eigene globale Hoteldivision geschaffen. Geleitet wird sie von April Bridgeman, seit kurzem Senior Vice President Hotel Solutions bei BCD Travel.

Die neue globale Hoteldivision steigert die Innovationsfähigkeit von BCD Kunden und bietet viele Vorteile. Die Division besteht aus neu geschaffenen Stellen, die mit Experten von BCD Travel und der Beratungssparte Advito besetzt wurden. Zum Service-Portfolio gehören Ausgabenmanagement, Content Aggregation, Shopping und Booking, Virtual Payment und digitales Rechnungsmanagement, Preissicherung, Verfügbarkeitsmanagement für Hotelraten, Analysen, Sensibilisierungs- und Adoptionskampagnen, Merchandising und die Nutzung kontinuierlich aktualisierter Ratenziele auf Marktniveau.

April Bridgeman hat weiterhin auch die Leitung von Advito inne, so dass sie Kunden durch eine umfassende strategische Ausrichtung mit einem Gesamtüberblick über Ausgaben in allen Reisekategorien, einschließlich Hotel, Flug, Bahn, Mietwagen und Personenbeförderung, unterstützen kann. Sie berichtet an Mike Janssen, Global Chief Operating Officer und Chief Commercial Officer bei BCD Travel.

"Der Bereich Hotel ist das kritischste Thema für unsere Kunden", so Mike Janssen. "Hotels stellen die zweitgrößte Ausgabenkategorie im Geschäftsreisebereich dar und sind zunehmend ausschlaggebend dafür, ob Geschäftsreiseprogramme erfolgreich sind oder scheitern. Dabei geht es um Einsparungen für Unternehmen und um die Zufriedenheit der Reisenden gleichermaßen. Unser innovativer, datengesteuerter Hotelansatz unterstützt Travel Manager und Einkäufer, diese Herausforderung zu meistern."

Der Hotelansatz von BCD Travel geht weit über den am häufigsten angewendeten, aufwändigen saisonalen Einkauf von Hotels hinaus. Im Mittelpunkt stehen Ausgabenmanagementstrategien wie Merchandising, Ratenziele auf Marktniveau und Preissicherung. Der einzigartige Ansatz nutzt digitales Marketing und Merchandising, um das Bewusstsein der Reisenden für das Hotelprogramm zu schärfen, die Programmakzeptanz zu erhöhen und Kaufentscheidungen positiv zu beeinflussen - kurz: höherer Mehrwert mit weniger Aufwand.

"Das beste Hotelprogramm nützt nichts, wenn man die Adoption nicht vorantreibt", so April Bridgeman. "Wenn Unternehmen sich darauf konzentrieren, Reisende in das Programm einzubinden und in Ausgabenmanagementstrategien, die über das Sourcing hinausgehen, zu investieren, werden sie wesentlich bessere Ergebnisse erzielen, als mit herkömmlichen Ansätzen. Ressourcen sollten jetzt für Strategien eingesetzt werden, die sich als wertschöpfend erwiesen haben."

Ein weltweit tätiges Medizintechnikunternehmen und Kunde von BCD Travel hat beispielsweise die Anzahl der Märkte mit ausgehandelten Hotelprogrammen um 55 % reduziert und stattdessen als neuen Ansatz Zielraten für Hotels als Ausgabenrichtlinie für Reisende festgelegt. Allein dadurch erzielte das Unternehmen 4,9 % zusätzliche Einsparungen in den Märkten ohne Hotelprogramm. Ein weiterer Kunde und bekannter Lebensmittelhersteller trieb das Hotel Attachment durch eine durchdachte Sensibilisierungs- und Adoptionskampagne innerhalb eines Jahres um 139 % nach oben.

Der Hotelansatz wird durch einen langjährigen Verkaufserfolg und einen wettbewerbsfähigen Wachstumsplan gestützt, der es BCD Travel ermöglicht hat, über 40 % seiner Einnahmen in Technologie und Infrastruktur zu reinvestieren. Diese Investitionen haben auch zu einem signifikanten Wachstum der digitalen Plattformen von BCD geführt, darunter DecisionSource®, eine Analyse- und Business-Intelligence-Plattform für Travel Manager, TripSource®, eine leistungsstarke Travel Management-, Traveler Engagement- und Buchungsplattform sowie SolutionSource®, ein Marktplatz für geprüfte externe Technologielösungen zur Erweiterung von Geschäftsreiseprogrammen.

Stay by BCD Travel nimmt mit zwei Kernstrategien Einfluss auf Hotelprogramme:

Einsparungen, die über das Sourcing hinausgehen Die Beschaffung war schon immer die wichtigste Strategie für das Management von Hotelausgaben. Die beim Einkauf erzielten zusätzlichen Einsparungen schrumpfen jedoch und stehen nicht im Verhältnis zum Aufwand. Darüber hinaus deuten Daten darauf hin, dass die meisten Unternehmen Hotelkontingente in Märkten einkaufen, in denen sie kaum Verhandlungsdruck aufbauen können. Bei dem Versuch, die Ergebnisse der Preisverhandlungen zu verbessern, nehmen sie zu viele und immer dieselben Hotels ins Programm auf. Das Resultat: eine nicht wettbewerbsfähige Verhandlungsposition. BCD empfiehlt den meisten Kunden eine deutlich reduzierte Anzahl ausgehandelter Hotels und konzentriert sich auf alternative Strategien des Ausgabenmanagements, die mit weniger Aufwand höhere Einsparungen erzielen. Diese Strategien führen in der Regel zu Hotelprogrammen, die auch Reisende bevorzugen.

Program Adoption

BCD bringt fortschrittliche digitale Marketingstrategien, Fachwissen über das Verbraucherverhalten und ein preisgekröntes digitales Nutzererlebnis in Hotelprogramme ein. Stay by BCD Travel fördert die Akzeptanz des Programms, baut das Vertrauen der

Reisenden auf, beeinflusst die Kaufentscheidungen positiv und gewinnt so treue Befürworter des Hotelprogramms. Der umfangreiche Hotel Content von BCD mit über 1,4 Mio. verschiedenen Objekten stammt aus einer Vielzahl von Quellen, darunter die traditionellen globalen Computerreservierungssysteme (GDS), Hotelbuchungsagenturen und -aggregatoren. Zusätzlich zu der großen Hotelauswahl wird Reisenden auch eine Vielzahl unterschiedlicher Raten angezeigt und so ihr Vertrauen in das Programm weiter gestärkt. BCD integriert seinen Content auch in alle wichtigen Online-Buchungstools und bietet Reisenden so jederzeit Zugang zu den gleichen Buchungsoptionen - unabhängig davon, welchen Buchungskanal sie nutzen. Das führt zu einer besseren Nutzererfahrung und höherer Service-Effizienz.

Über BCD Travel

BCD Travel hilft Unternehmen, das Potenzial ihrer Reisekosten voll auszuschöpfen: Wir geben Reisenden die richtigen Tools an die Hand, damit sie sicher und produktiv unterwegs sind und auch während der Reise umsichtige Entscheidungen treffen. Wir arbeiten partnerschaftlich mit Travel Managern und Einkäufern zusammen, um Geschäftsreisen zu vereinfachen, Kosten zu senken, die Zufriedenheit der Reisenden zu steigern und Unternehmen beim Erreichen ihrer Geschäftsziele zu unterstützen. Kurz gesagt: Wir helfen unseren Kunden, clever zu reisen und mehr zu erreichen - in 109 Ländern und dank rund 13.800 kreativer, engagierter und erfahrener Mitarbeiter. Unsere Kundenbindungsrate ist die beständigste der Branche - mit 27,1 Milliarden USD Umsatz 2018. Mehr über uns erfahren Sie unter www.bcdtravel.de.

Über BCD Group

BCD Group ist marktführend im Reisesektor. Das Unternehmen in Privatbesitz, das 1975 von John Fentener van Vlissingen gegründet wurde, besteht aus BCD Travel (globales Geschäftsreisemanagement), BCD Meetings & Events (globale Meeting- und Event-Agentur), Travix (Online-Reisen: CheapTickets, Vliegwinkel, BudgetAir, Flugladen und Vayama), Park 'N Fly (Parken am Flughafen) und Airtrade (Consolidator und Fulfillment). BCD Group beschäftigt mehr als 14.900 Mitarbeiter und ist in 109 Ländern tätig. Der Gesamtumsatz 2018, einschließlich Franchising in Höhe von 10,7 Milliarden USD, beläuft sich auf 29,8 Milliarden USD. Weitere Informationen unter www.bcdgroup.com.

Kontakt:

Antje Gasster
Antje.Gasster@bcdtravel.de
+49 421 3500 838

Anja Hermann
Anja.Hermann@bcdtravel.de
+49 421 3500 420

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100021892/100829132 abgerufen werden.