LEARNING FROM THE BIG PLAYERS
Best Practices from AirBnB, Amazon, Google & TripAdvisor
REASONS FOR BOOKING ON AIRBNB

1) Price
2) Authenticity
BE AUTHENTIC
FOOD FOR THOUGHT
Do hotel employees not have a better knowledge about the city life?

Talk about the team. Who is who?
Who likes what?

Personalize digital communication.
moritz@, instead of info@.
“The best customer service is if the customer doesn't need to call you, doesn't need to talk to you. It just works.” – Jeff Bezos
PUSH INFORMATION

Zugestellt: Mittwoch
Die Sendung wurde einem Hausbewohner übergeben.

• 20. Juni Versandt

20. Juni

Bleiben Sie auf dem Laufenden
Versandbenachrichtigungen erhalten

Zugestellt an
Moritz Klussmann, Ca Customer Alliance G...
INFORMATION - FAQ

Beliebte Lösungen

- Rücksendungen und Erstattungen
  Artikel zurückgeben oder ersetzen
- Kontoeinstellungen
  Namen, E-Mail-Adresse oder Passwort ändern
- Prime
  Prime-Mitgliedschaft verwalten
  Beenden oder mehr über Vorteile erfahren
- Zahlungsarten
  Zahlungsarten hinzufügen oder ändern
- Alle Hilfe-Themen anzeigen

Benötigen Sie weitere Hilfe?

- Kontaktieren Sie uns

Rückgabe & Erstattung

Sie möchten einen Artikel zurückgeben oder reklamieren? Besuchen Sie

Meine Bestellungen

Rückgabe & Reklamation

- Über unsere Rückgabebedingungen
- Einen von Ihnen bestellten Artikel zurückgeben
- Ein Geschenk zurückgeben
- Über Erstattungen
- Einen Marketplace-Artikel zurückgeben
- Einen mangelhaften, defekten oder beschädigten Artikel reklamieren
- Amazon.de Reparatur-Services

Geben Sie Ihre Telefonnummer ein und klicken Sie auf "Jetzt anrufen".

Anfrage zu
Bundesliga auf dem Eurosport Player

Land
Deutschland

Ihre Telefonnummer
+49

Jetzt anrufen

Klicken Sie auf die Schaltfläche "Jetzt anrufen", um mit einem Spezialisten zu sprechen. Wir rufen Sie sofort an.

Oder rufen Sie unsere allgemeine Nummer an
INFORMATION - UGC

Kundenfragen

Haben Sie eine Frage? Antworten finden Sie in Produktinformationen, Fragen und Antworten und Rezensionen.

Info zu diesem Artikel

**Beschreibung**

Magnetischer Wischer für Trockenreinigung von Whiteboardtafeln

**Merkmale & Details**

- Reiniger für viele glatte Untergründe wie Whiteboards, Magnettafeln, Glas, Folien und Flipcharts
- Löscht alle Arten von Boardmarkern, die trocken abwischbar sind - ohne Rückstände und verschmiert, auch bei lange eingetrockneter Schrift
- Rutschfreier Halt auf dem Board, dank zwei im Tafelschwamm eingearbeiteter Magneten

Kunden, die diesen Artikel gekauft haben

Haben Sie eine Frage?

Alle Ergebnisse Produktinformation

Alle 1 passenden Treffer in "Produktinformationen" ansehen

Kundenfragen und -antworten

F: Sind die Magneten stark bei dem set wo man die blauen Magneten auch dazu bekommt??
A: Wir haben den Schwamm einzeln gekauft. Sowohl der blaue als auch der rote Schwamm haften an dem Whiteboard.

Alle 4 passenden Kundenfragen anzeigen

Kundenrezensionen

🌟🌟🌟🌟 Gutes Produkt
...Er entfernt Geschriebenes rückstandslos und haftet magnetisch auf dem Whiteboard... Weitere Informationen

Alle 20 passenden Kundenrezensionen anzeigen
TALK TO YOUR GUESTS

FOOD FOR THOUGHT
Use UGC and staff to find out most frequently asked questions. Proactively push information.

Personalized welcome email with relevant information. Wifi code via SMS.
Enable online check in. Digital guest requests.
# Portal Relevance

<table>
<thead>
<tr>
<th>Portal</th>
<th>New Reviews in Q4 2016</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1 Booking.com</td>
<td>62.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>2 TripAdvisor</td>
<td>15.9%</td>
</tr>
<tr>
<td>3 Google</td>
<td>9.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>4 Hotels.com</td>
<td>3.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>5 HolidayCheck</td>
<td>3.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>6 Facebook</td>
<td>2.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>7 HRS</td>
<td>2.5%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
# Portal Relevance

<table>
<thead>
<tr>
<th>Portal</th>
<th>New Reviews in Q4 2016</th>
<th>Portal</th>
<th>New Reviews in Q2 2017</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Booking.com</td>
<td>62.7%</td>
<td>Booking</td>
<td>53.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>TripAdvisor</td>
<td>15.9%</td>
<td>Google</td>
<td>21.8%</td>
</tr>
<tr>
<td>Google</td>
<td>9.0%</td>
<td>TripAdvisor</td>
<td>12.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hotels.com</td>
<td>3.5%</td>
<td>Facebook</td>
<td>3.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>HolidayCheck</td>
<td>3.1%</td>
<td>hotels.com</td>
<td>2.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Facebook</td>
<td>2.5%</td>
<td>HolidayCheck</td>
<td>2.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>HRS</td>
<td>2.5%</td>
<td>Expedia</td>
<td>1.5%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
## Portal Relevance

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Booking.com</td>
<td>62.7%</td>
<td>Booking</td>
<td>53.3%</td>
<td>Booking</td>
<td>51.9%</td>
</tr>
<tr>
<td>TripAdvisor</td>
<td>15.9%</td>
<td>Google</td>
<td>21.8%</td>
<td>Google</td>
<td>28.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Google</td>
<td>9.0%</td>
<td>TripAdvisor</td>
<td>12.4%</td>
<td>TripAdvisor</td>
<td>8.9%</td>
</tr>
<tr>
<td>Hotels.com</td>
<td>3.5%</td>
<td>Facebook</td>
<td>3.6%</td>
<td>Facebook</td>
<td>2.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>HolidayCheck</td>
<td>3.1%</td>
<td>hotels.com</td>
<td>2.5%</td>
<td>hotels.com</td>
<td>2.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Facebook</td>
<td>2.5%</td>
<td>HolidayCheck</td>
<td>2.4%</td>
<td>Expedia</td>
<td>2.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>HRS</td>
<td>2.5%</td>
<td>Expedia</td>
<td>1.5%</td>
<td>HolidayCheck</td>
<td>1.9%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
GOOGLE - UGC COLLECTION
Vorschläge für Orte erhalten, die du rezensieren kannst

Wenn du den Standortverlauf aktivierst, wird eine private Karte von Orten erstellt, die du mit Geräten besuchst, die in deinem Google-Konto angemeldet sind. Weitere Informationen

STANDORTVERLAUF AKTIVIEREN
GOOGLE - UGC COLLECTION
Google - UGC Collection

Full article can be found on Telepost
WEITERE INFORMATIONEN ZU PUNKTEN

Wenn du anderen Nutzern hilfst, erhältst du für jeden Beitrag Punkte und kommst so dem nächsten Level näher.

- Rezensionen: 15
- Fotos: 2
- Antworten: 31
- Videos: 0
- Bewertungen: 2
- Bearbeitungen: 0
- Hinzugefügte Orte: 0
- Überprüfte Informationen: 0
- F & A: 0
DON'T BE SHY - ASK FOR FEEDBACK

FOOD FOR THOUGHT
Systematically ask for feedback & reviews. **Activate** the silent mass.

Enable digital guest requests and during-stay feedback.

Use welcome email to collect direct guest contact details.
TOP 20 TripAdvisor - BERLIN

BERLIN IN 2016
Number of Reviews: **109**
Average Score: **78.61%**

TOP 20 IN 2016
Number of Reviews: **454**
Average Score: **92%**
## TripAdvisor City Rank Berlin

<table>
<thead>
<tr>
<th>City Rank Berlin</th>
<th>Total Number of Reviews</th>
<th>Number of Reviews last 3 months</th>
<th>Total Average Rating</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1-50</td>
<td>1,869.5</td>
<td>107.2</td>
<td>4.5</td>
</tr>
<tr>
<td>51-100</td>
<td>1,096.0</td>
<td>63.1</td>
<td>4.3</td>
</tr>
<tr>
<td>101-150</td>
<td>1,014.2</td>
<td>55.4</td>
<td>4.1</td>
</tr>
<tr>
<td>151-200</td>
<td>652.4</td>
<td>32.3</td>
<td>4.1</td>
</tr>
<tr>
<td>201-250</td>
<td>581.6</td>
<td>26.2</td>
<td>3.9</td>
</tr>
<tr>
<td>251-300</td>
<td>296.7</td>
<td>17.3</td>
<td>3.9</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Travel Map - “Cities I’ve visited”
DATA COLLECTION

Social Proof - Show friend’s reviews first.

Inspiration - Show where my friends have been.

Use data to ask for more reviews / UGC.
## Travel Map - “Cities I’ve visited”

<table>
<thead>
<tr>
<th>Location</th>
<th>Attractions</th>
<th>Rate</th>
<th>See all attractions</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Agadir, Morocco</strong></td>
<td><strong>Agadir Beach</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Seafront promenade</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Agadir Kasbah</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>See all attractions</strong></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Bangkok, Thailand</strong></td>
<td><strong>Temple of the Reclining Buddha (W...</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>The Grand Palace</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Amsterdam, The Netherlands</strong></td>
<td><strong>Red Light District</strong></td>
<td>4</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Van Gogh Museum</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Anne Frank House</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>See all attractions</strong></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Barcelona, Spain</strong></td>
<td><strong>Basilica of the Sagrada Familia</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Las Ramblas</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Belgrade, Serbia</strong></td>
<td><strong>The Belgrade Fortress</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Skadarlija</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Athens, Greece**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Location</th>
<th>Attractions</th>
<th>Rate</th>
<th>See all attractions</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Acropolis</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Parthenon</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Acropolis Museum</strong></td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>See all attractions</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
KNOW YOUR USE-CASE
USE YOUR DATA
(IF IT MAKES SENSE)

FOOD FOR THOUGHT
Collect data from your guests.

Data overhyped? A few data points are enough.
4 LESSONS LEARNT
Be authentic. Personalized & **authentic communication** can be done.

Don’t be shy - ask for feedback. **Systematically ask** for reviews, feedback & other UGC.

Talk to your guests. **Push information** to enhance guest experience & save time.

Use your data - if it makes sense. **A few data points** are enough.
Start your free trial on www.customer-alliance.com