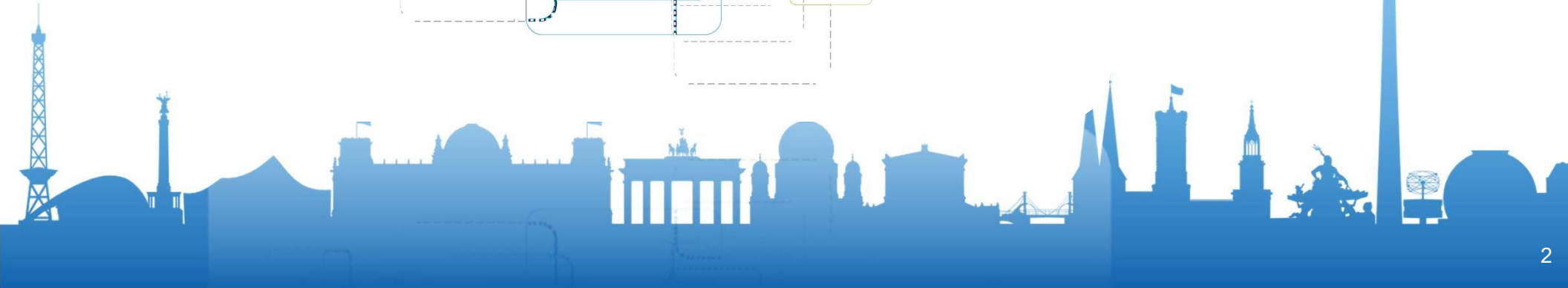
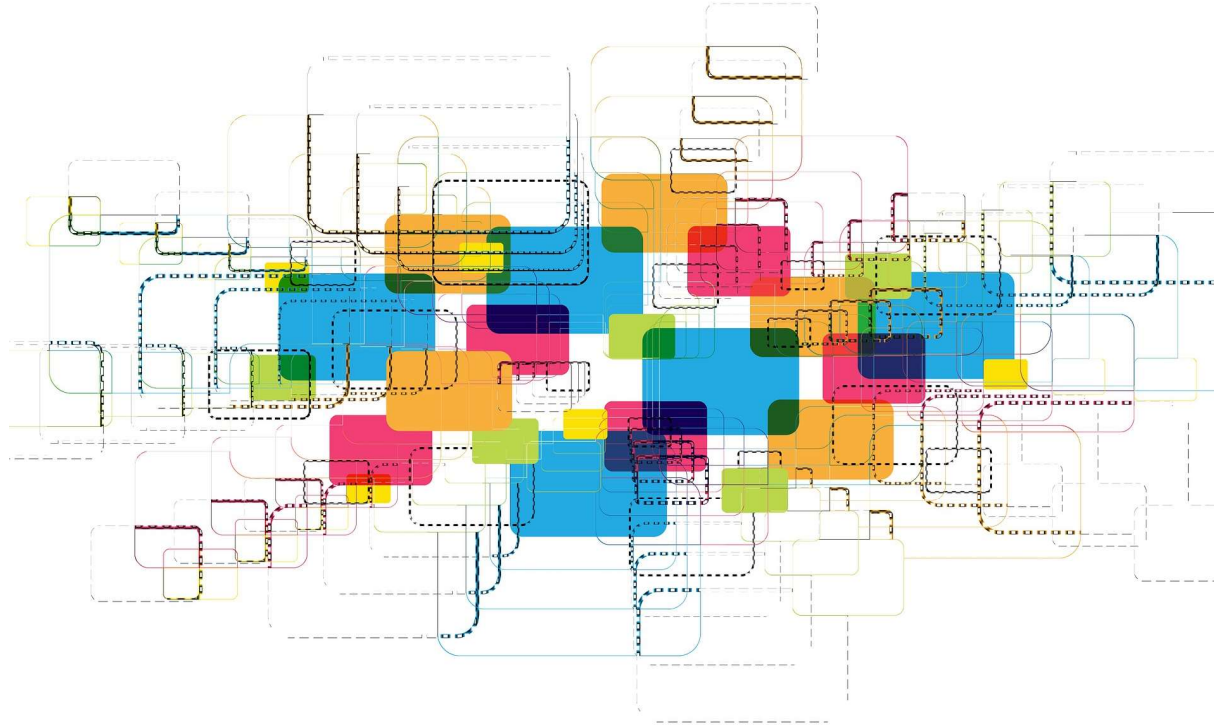


G|I|A|T|A

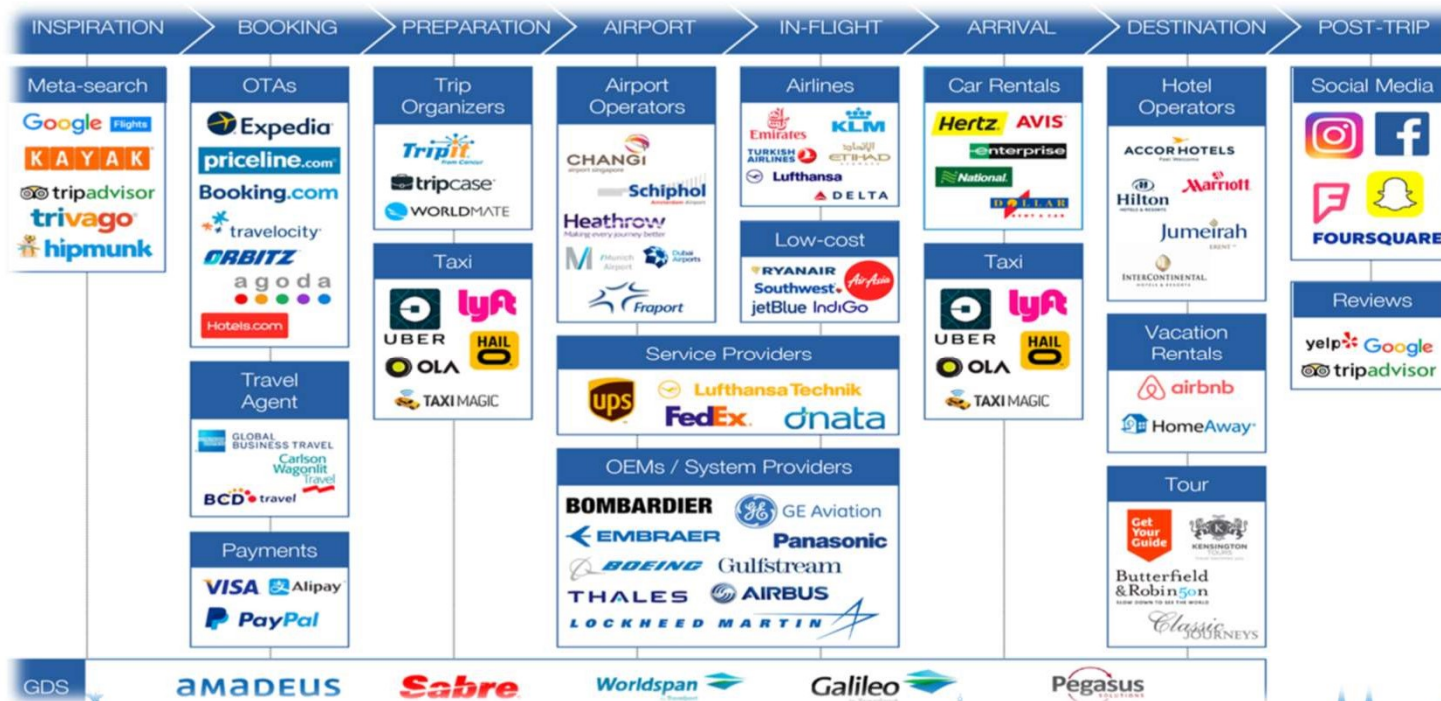
your global partner for content



Wie fließt statischer Content heute?

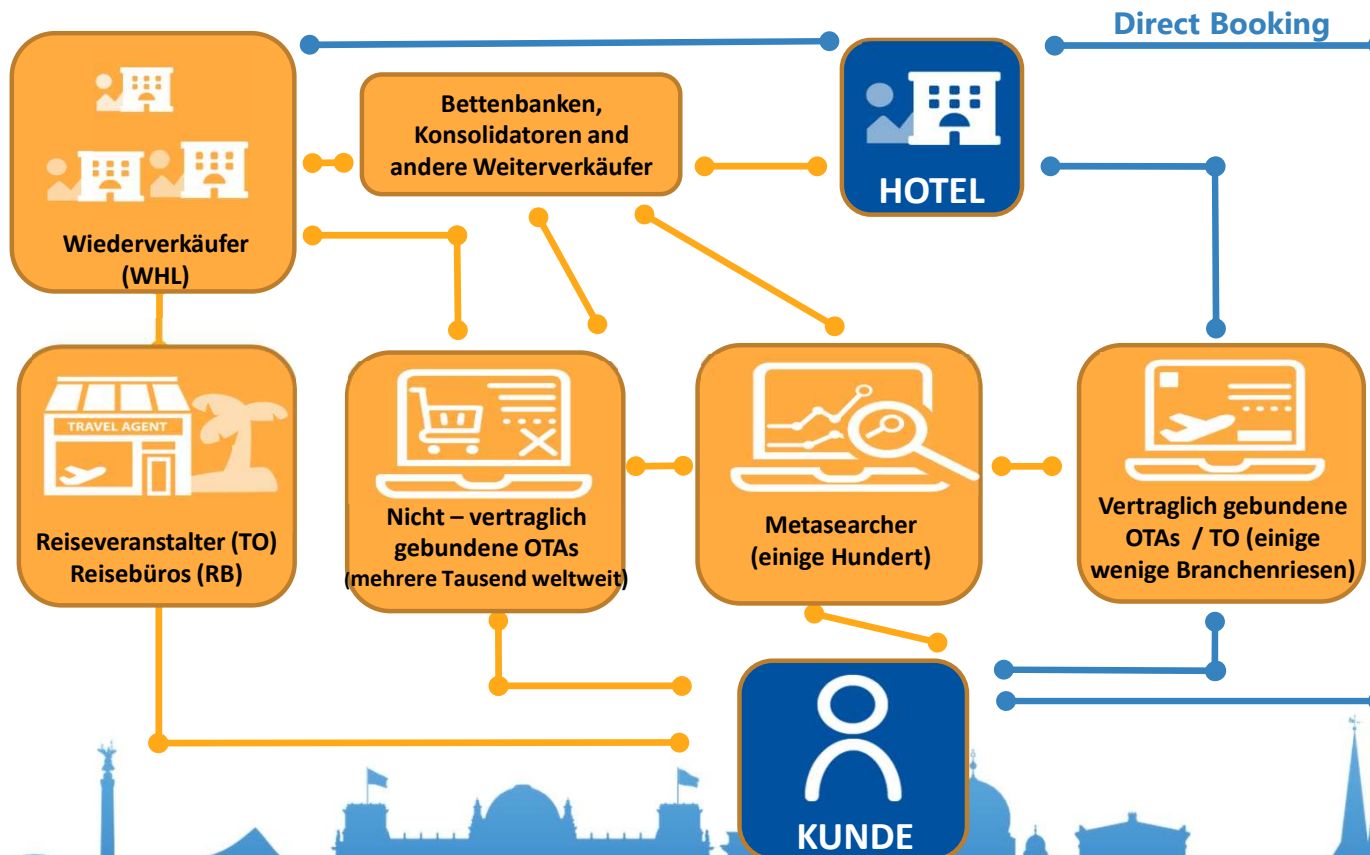


Wer benutzt statischen Content?



Wo hat ein Hotel die Kontrolle der Daten?

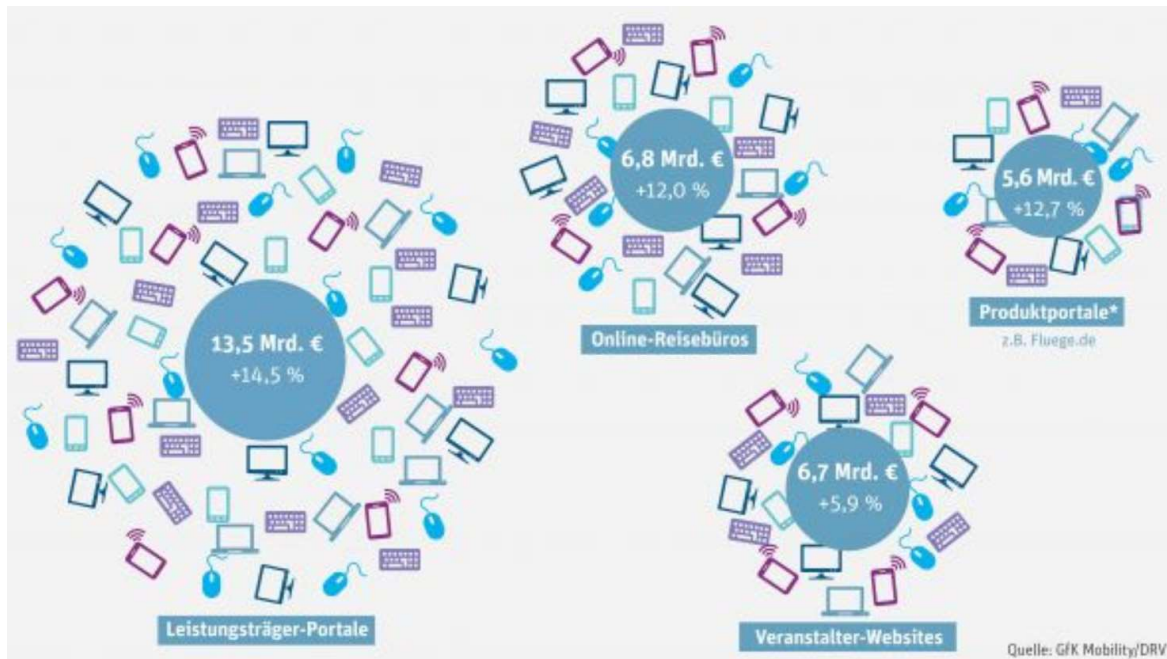
G|I|A|T|A



Content Kontrolle durch den Hotelier

Fehlende Kontrolle für den Hotelier

Umsatzströme im Tourismus – wohin gehen Daten?



Wo hilft Content Managment?

G|I|A|T|A



Globale Präsenz

Guter Content erreicht ein umfangreiches Netzwerk, das für die Ziele Ihrer Hotels entscheidend sein kann



Zeitersparnis

Automatisierte Prozesse sparen Zeit und vermeiden sich wiederholende Aufgaben



Direktverkäufe steigern

Laut Billboard Effekt (*Anderson, C. K., & Han, S. - 2017 Cornell Hospitality Report) steigert die Präsenz bei verschiedenen Anbietern auch den Direktverkauf und erhöht die Markenbekanntheit



Multilingual

Mit mehrsprachigen Informationen werden neue Märkte / Anbieter / Kunden erschlossen



Standardisierung

Vertriebspartner erwarten oft standardisierte Fakten und strukturierte Hotelinhalte so, dass alle Reisepartner die Daten automatisch nutzen können



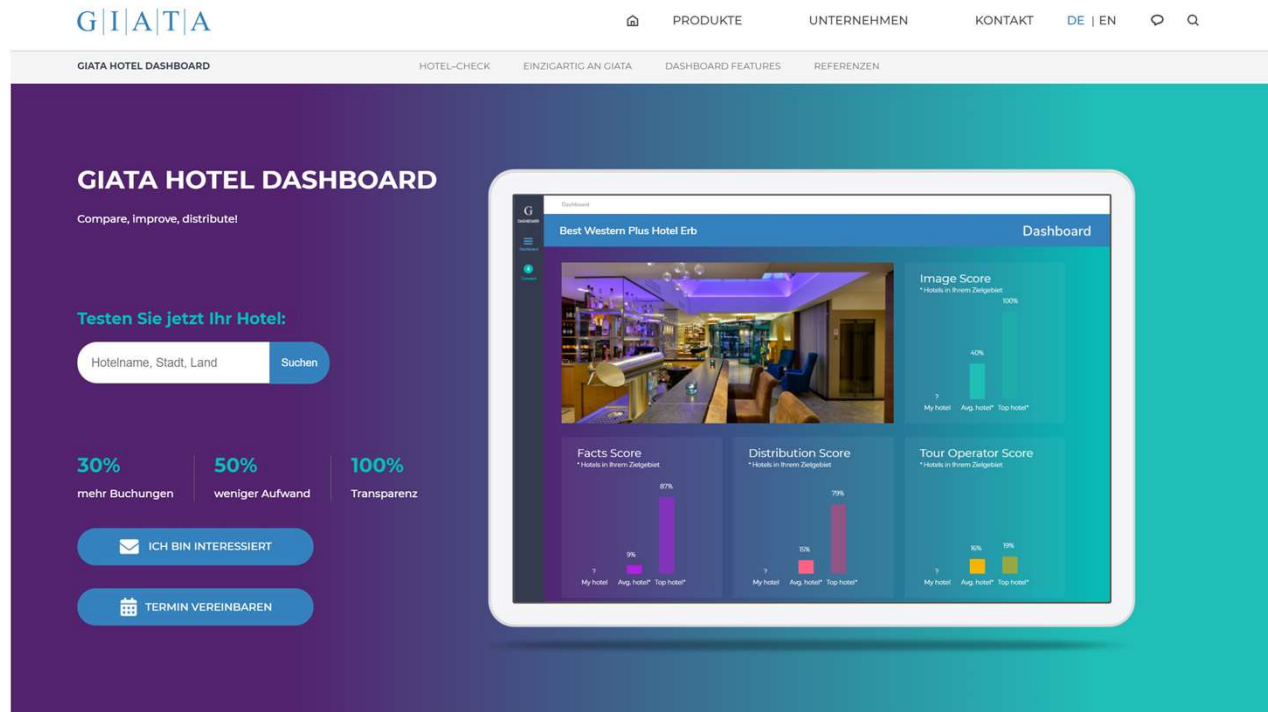
Kosten senken

Gutes Content Management hilft Kosten sparen



GIATA Dashboard - 2020

GIATA



GIATA Hotel Dashboard Features



1 Zentrale Anlaufstelle

Verwalten und Verteilen aller eigenen Bild- und Textinhalte an einer zentralen Stelle – einfach, selbsterklärend und intuitiv in 24 Sprachen



3 Mitbewerberanalyse

Optimierung der Marktposition durch Wettbewerbsvergleich und Zurückgewinnung der Hoheit über den Vertrieb



5 Standardisierung

Einheitliche und standardisierte Texte und Fakten für alle Kanäle – ein sauberer Marktauftritt für Hotels



7 Transparenz

Widget-basiertes Cockpit zum Bearbeiten, Steuern, Auswerten und Distribuieren aller Informationen und vertriebsrelevanten Inhalte



2 Kostenminderung & Umsatzsteigerung

Kosten minimieren durch Reduzierung des manuellen Aufwands für die Bild- und Textverwaltung, die Vertriebssteuerung und durch Zeitersparnis bei der Vertriebsanalyse



4 Markterweiterung

Steigerung der Klickraten und Buchungszahlen sowie Erhöhung meines Bekanntheitsgrades



6 Mehrsprachigkeit

Gäste weltweit erreichen mit Texten und Fakten in derzeit 24 wählbaren Sprachen



8 Internationalität

Verwendung der GIATA-ID als eindeutige Hotel-ID für die Kommunikation in weltweit über 21.500 Distributionskanälen

GIATA Content Hygiene & Standards

G|I|A|T|A

Besondere Hygienemaßnahmen

Allgemein

- ✓ Hygiene-Schutzwände
- ✓ Maskenpflicht
- ✓ Abstandsregeln
- ✓ Verstärkte Reinigungsmaßnahmen
- ✓ Hygiene-Training für Personal
- ✓ Desinfektionsspender

Services

- ✓ Kontaktloses Bezahlen
- ✓ Kontaktloser Check-In/-Out

Zimmer

- ✓ Kontaktloser Zimmerservice

Standards

- ✓ staysafe® Hygiene-Label
(cooperation partner of TÜV SÜD)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Jana K. Friedel
Business Development Hotel Products

GIATA GmbH
Schlesische Str. 26
10997 Berlin
Büro: +49 304 2026533
Tel.: +49 152 54697913
E-Mail: jana.friedel@giata.com





Bilder & Beschreibungen

HSMA eDAY 2020

Statischer Hotel Content: Wichtiger denn je.

Vorgestellt von h2c und GIATA auf dem HSMA e-Day 2020

17. September 2020

Die Herausforderung unserer Branche

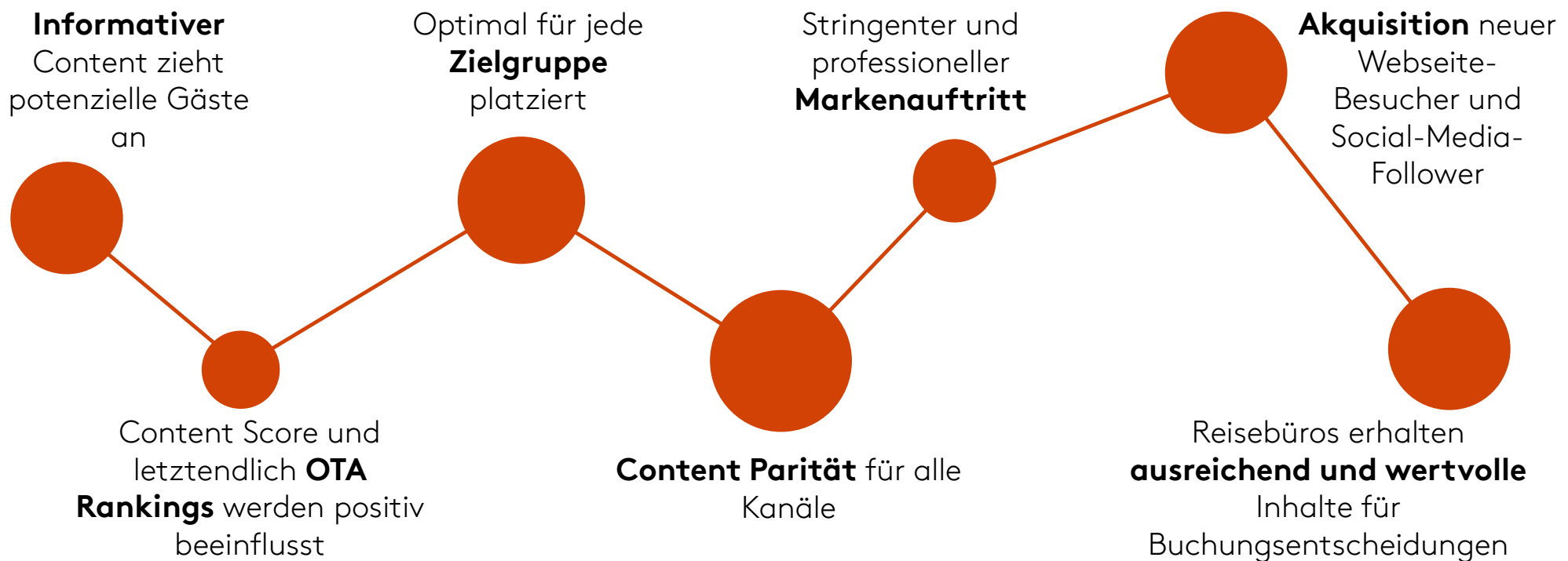
h2c.

Content Management ist **zeitaufwändig und wird immer komplexer**. Die Aktualisierung erfordert **sofortiges Handeln** bei jedem neuen Kriterienupdate. Obwohl der **Content die Conversion vorantreibt, bleibt er weitestgehend unterschätzt!**

Content Segmentation

Content Arten	Dynamischer Content	Statischer Content	Visueller Content
	○ Raten ○ Verfügbarkeiten	○ Beschreibungen ○ Ausstattungs- merkmale	○ Bilder ○ Videos
System	○ PMS/CRS ○ Channel Manager ○ IBE ○ OTA Extranet	○ GDS CMS ○ Webseite CMS ○ IBE CMS ○ OTA Extranet ○ Metasearch Extranet	○ Leonardo/ICE Portal ○ Webseite CMS ○ IBE CMS ○ OTA Extranet ○ Metasearch Extranet

Content beeinflusst den Umsatz



Wie viele Kriterien werden von den OTAs verlangt?

Dieses Beispiel basiert auf zwei Zimmertypen.

Nr.	Kanal	Anzahl der Kriterien				
		Anzahl der Kanäle	21	20	15	10
1	Booking.com		1747	1747	1747	1747
2	Expedia		2489	2489	2489	2489
3	Agoda		811	811	811	811
4	HotelsCombined		2369	2369	2369	2369
5	Hotelbeds		690	690	690	690
6	Trivago		129	129	129	129
7	TripAdvisor		402	402	402	402
8	HRS		874	874	874	874
9	Lastminute		448	448	448	448
10	Trip.com (Ctrip)		873	873	873	873
11	Kayak		115	115	115	
12	Tablethotels		374	374	374	
13	Wego		76	76	76	
14	Mr & Mrs Smith		249	249	249	
15	HotelTonight		124	124	124	
16	Google MyBusiness		147	147		
17	SunHotels		32	32		
18	HolidayCheck		470	470		
19	ODIGEO Connect		488	488		
20	Prestigia		678	678		
21	Airbnb		439			
Gesamtanzahl manuelle Kriterien			14.024	13.585	11.770	10.832
						8.106

Regelmäßig werden **neue Kriterien** auf den OTAs hinzugefügt

h2c.

Do you provide masks or gloves to guests?

☒ Yes ☐ No

☒ Masks

☒ Gloves

Do you provide hand sanitizer to guests?

☒ Yes ☐ No

Do you keep each guestroom vacant for an extended amount of time between guests?

☒ Yes ☐ No

How long?

2 days (48 hours) ▼

Do you have social distancing measures in place?

☒ Yes ☐ No

Are individually wrapped food options available?

☒ Yes ☐ No

Expedia

☒	☐	staff trained in safety protocol
☒	☐	sterilizing equipment
☒	☒	taxi service
☒	☐	temperature check for guests and staff

Agoda

Cleaning

Use of cleaning chemicals that are effective against Coronavirus

☒ Yes ☐ No

Linens, towels and laundry washed in accordance with local authority guidelines

☒ Yes ☐ No

Guest accommodation is disinfected between stays

☒ Yes ☐ No

Guest accommodation sealed after cleaning ☐ Yes ☒ No

Property is cleaned by professional cleaning companies ☐ Yes ☒ No

Guests can opt-out of accommodation cleaning service ☐ Yes ☒ No

Booking.com

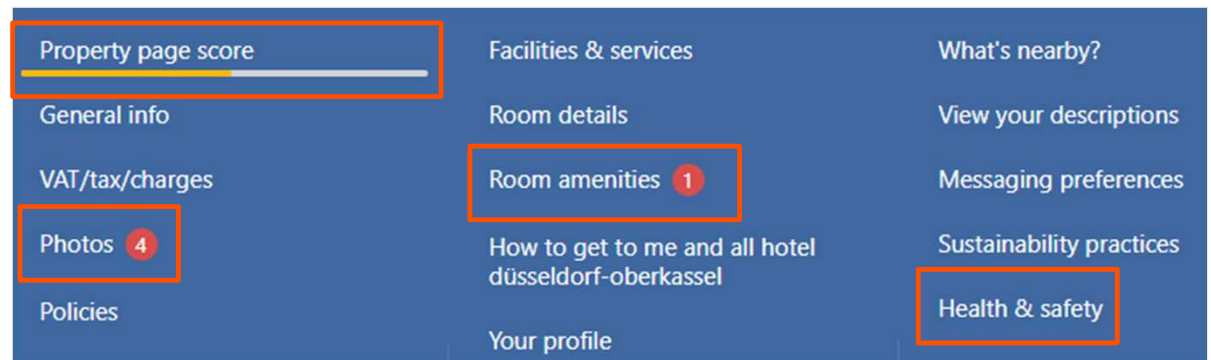
Statischer Inhalt ist SEHR DYNAMISCH

- Attraktiver Content zieht Kunden an und fördert damit **Buchungen**
- **Unterschiedliche Kanäle erfordern unterschiedliche Inhalte**, nutzen Sie die Vorteile der Ausrichtung auf **bestimmte Gästegruppen**
- Content **beeinflusst** Rankings
- Bleiben Sie mit Ihren Gästen in Verbindung und vermitteln Sie Ihre **Markenbotschaft** so gut wie möglich mit **qualitativ hochwertigen Inhalten**
- **CONTtest**, unsere zentrale statische Inhaltsdatenbank, sorgt für Zeitersparnis sowie für die **Richtigkeit und Aktualität der Daten** - messbar für alle Benutzer

Best Practices

zur
Aktualisierung
von Content

- Setzen Sie sich **Erinnerungen** für Content der ein Ablaufdatum hat (z.B. Renovierungen, neue Hygienevorschriften) – nicht bei allen OTAs kann ein Ablaufdatum hinterlegt werden
- Loggen Sie sich **mindestens einmal im Monat** in die großen OTAs ein um Ihre Content Scores zu überprüfen und nach neuen Kriterien zu schauen



Best Practices

zur
Aktualisierung
von Content

- Überprüfen Sie die Änderungen auf **verschiedenen Länderseiten/Sprachen** und auf weiteren dazugehörigen Portalen (z.B. Hotels.com zieht Informationen aus Expedia).
- Nutzen Sie **Bildsprache** um wichtige Informationen zu teilen



Vorteile von h2c's CONTtest: Unser zentrales Content Management System



We definitely benefit from a single-point-of-entry system. When working with CONTtest, **short communication lines** between our head office and h2c make it easy for us to adjust our content rapidly. Especially when OTAs request additional hotel information via their extranets, we receive h2c notifications, enabling us to **immediately update our content without any time lags**. H2c is always a great help in **assuring content parity**, which allows us to set a clear focus on marketing.

Oliver Stotz,
Corporate Director Marketing & Distribution

Content Paritäts-Ergebnisse

	Ohne CONTtest	Mit CONTtest
Booking.com	80%	100%
Expedia	87%	100%
HRS	73%	100%
Holidaycheck	82%	100%
Trivago	85%	100%
Tripadvisor	81%	100%

Zeitersparnis durch CONTtest setzt wertvolle Ressourcen frei

	ANWENDUNGSFALL 1	ANWENDUNGSFALL 2	ANWENDUNGSFALL 3
CONTENT MANAGEMENT AUFGABEN	Ein Hotel muss eine Anmerkung zu einer Renovierung auf 10 OTA Kanälen hinzufügen	Ein Hotel muss die Parkgebühren auf 10 OTA Kanälen aktualisieren	Erstes Laden von OTA-Inhalten eines neuen Hotels einer Hotelkette
HÄUFIGKEIT	Regelmäßiges Update	Regelmäßiges Update	Einmalige Implementierung
IMPLEMENTIERUNGSZEIT DURCH DAS HOTEL	90 Minuten für alle 10 OTA Extranets	60 Minuten für alle 10 OTA Extranets	27 Stunden für alle 10 OTA Extranets
IMPLEMENTIERUNGSZEIT DURCH CONTtest	3 Minuten	1 Minute	4 Stunden
ZEITERSPARNIS MIT CONTtest	97% gegenüber dem manuellen Prozess	98% gegenüber dem manuellen Prozess	85% gegenüber dem manuellen Prozess



97% freie Ressourcen

Nur 3% erforderlich für Content-Management



85% freie Ressourcen

Nur 15% erforderlich für Content-Management

CONTtest

h2c.

Anzahl der vom Hotel zu
überprüfenden Kriterien

The screenshot shows the h2c CONTtest interface. The top navigation bar includes tabs for 'Hotel Criteria' (94%), 'Room Criteria' (84%), 'Changelogs', and 'Logout'. A dropdown menu shows '2 Hotel Test' with a 90% progress bar. The left sidebar lists various hotel setup categories with associated counts. The main content area is titled 'Criteria - Hotel Profile' and contains a form for 'Hotel Information'.

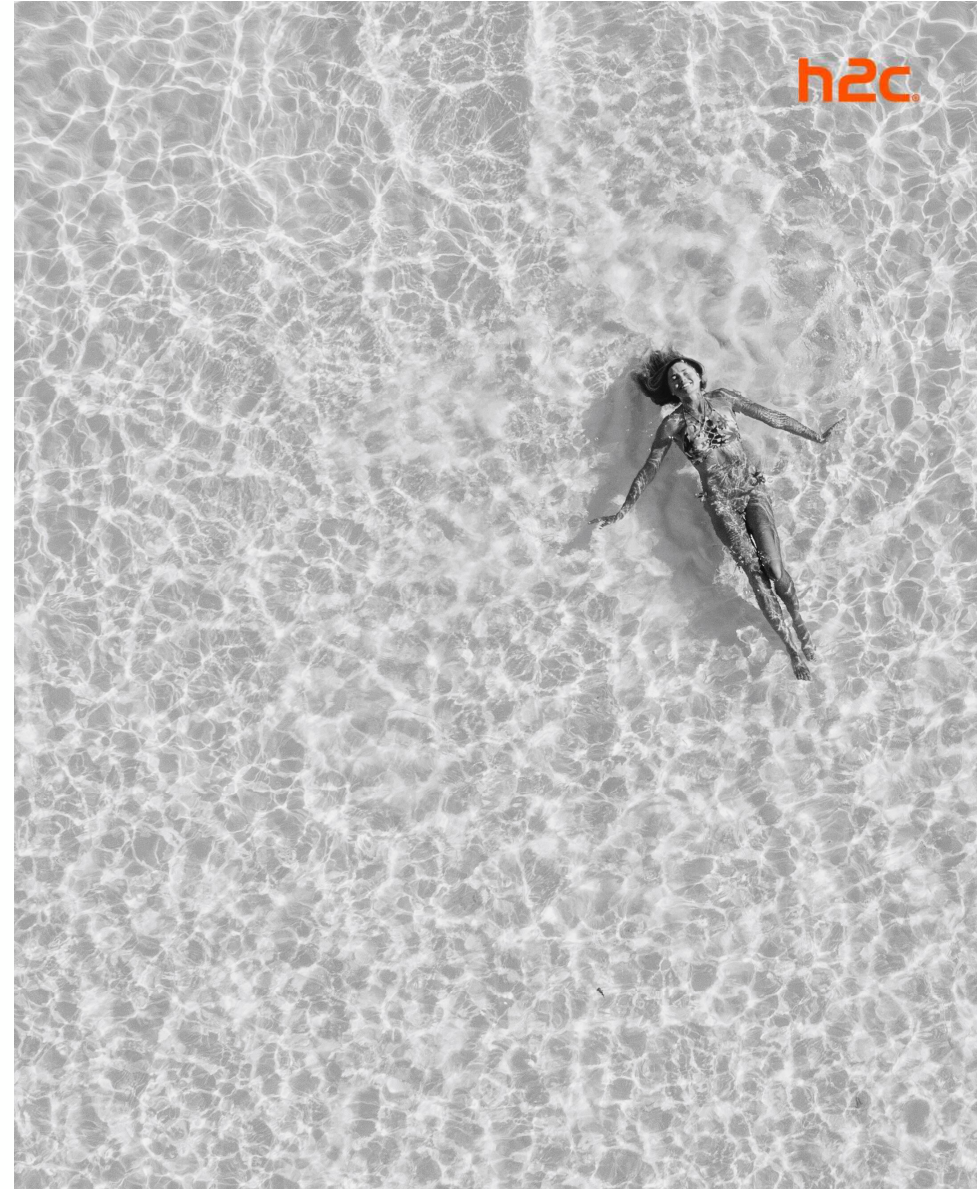
Criteria - Hotel Profile	Hotel Information
1 Hotel Name	2 Hotel Test
1 Hotel Chain	No
GDS Chain Code	
1 Hotel Address	Available
1 Road Type to Property	-
Hotel Currency	EUR
1 Contact Information	Available
Hotel Website Link	www.test.com
1 Star Rating	Available
1 Hotel Category	Not Available
1 Room Information	Not Available
Number of Floors (Main Building, incl. Ground Floor/ excl. Underground Floors)	21
1 Annexe(s)	Not Available
1 Building Features	Not Available
1 Property Design	Not Available
1 Hotel Style	-

Benötigen Sie Hilfe bei Aktualisierungen der OTA- und Metasuche-Kanäle?

Nutzen Sie CONTtest als Ihre einzige Quelle für die Verwaltung von Third-Party Content.

Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen oder besuchen Sie unsere Webseite (www.h2c.de).

Q & A



Danke!

Kontakt

Friederike Winkowski | winkowski@h2c.de

