WELLNESS FINDER®
powered by TOP INTERNATIONAL
HOTELS & CORPORATE PARTNERS

WELLNESSFINDER – ZIELE – MASSNAHMEN

Einzelhotelzugriffszahlen	31. Januar 2012	
Enormen Suchmaschinen Traffic (Platz 2 google.de) zielgerichteter auf individuelle Hotelangebote aufmerksam machen.		• Re-Design der Wellnessfinder Startseite • Rollierende Banner, um mehr als ein Angebot darzustellen • Steigerung der Attraktivität für B2B Partner
Umsatzmaximierung	1. Quartal 2012	
Buchungsmessbarkeit erstellen (Pro Haus den 10fachen Umsatz in Vergleich zur Jahreslistungsgebühr erzielen)		• Implementierung eines online Reservierungssystems • keine zusätzliche Kosten für die WF-Partnerhotels • dynamisches Schnüren von Angeboten • Kalenderfunktion • vereinfachte Anfragemöglichkeit direkt beim Hotel
Kundenorientierung	1. Quartal 2012	
Die Nutzer leichter zu den einzelnen Hotelauftritten führen		• Suchfunktion „Mit 3 Klicks zum Hotel“ • interaktive Karte und Filterselektion • kundenorientierte, wellnessbasierende Auswahlkriterien
Marktdurchdringung	1. Quartal 2012	
Alle 2 Stunden wird die WF Iphone App heruntergeladen, dieses Potenzial soll auf andere Betriebssysteme erweitert werden.		• Erstellung mobile Website für u.a. Android Betriebssysteme
Potenzial	1. Quartal 2012	
Produktausweitung auf weitere finder.com Domains, um zusätzliche Zielmärkte zu erschließen.		• Übernahme conferencefinder.com • keine zusätzliche Listungsgebühr für WF-Partnerhotels, lediglich einmalige Set-up Gebühr EUR 300,00
Gedankenaustausch	07.-11. März 2012	
Intensive Kommunikation mit den Partnerbetrieben, um Verbesserungsvorschläge zu erörtern.		• kostenfreie Eintrittskarten zur ITB 2012 • Treffen am Stand der TOP INTERNATIONAL Hotels & Corporate Partners (Halle 9/Stand 110) möglich.