

TRADELOBBY.CH

«Eine echte Hilfe für Agenten»

Das am TTW von Umbrella und «Schweizer Touristik» lancierte Online-Tool für Reisebüros stösst auf grosses Interesse. «tradelobby.ch» ermöglicht es den Reisebüros, Kommentare zu Hotels abzugeben und gleichzeitig Bewertungen anderer Agenten zu lesen und zu nutzen. Ziel ist es, die Beratungskompetenz der Reisebüros durch einen attraktiven Know-how-Pool zu stärken.

— VON OLIVER FISCHER UND FRANZ-XAVER RISI —

Das Interesse war beeindruckend», freut sich Cornelia Grob, beim Wetziker Branchensoftware-Spezialisten Umbrella verantwortliche Projektkoordinatorin für «tradelobby.ch». «Viele Agentinnen und Agenten haben unseren Stand am TTW besucht und sich selber ein Bild von tradelobby.ch gemacht.» Die Idee, mit den Bewertungen möglichst vieler Reisebüromitarbeitender einen qualitativ anspruchsvollen Know-how-Pool für Hotels aufzubauen, habe grossen Anklang gefunden. Damit, so hätten viele der Interessierten realisiert, entstehe eine Datenbank mit Bewertungen, auf die man sich verlassen könne.

«Der Vorteil von tradelobby.ch ist, dass nicht einfach jedermann einen mehr oder weniger qualifizierten Kommentar zu einem Hotel abgibt, sondern dass ausschliesslich Branchenprofis mitmachen dürfen», betont Grob. Damit könne «tradelobby.ch» für die Agenten im täglichen Einsatz zu einer wertvollen und unverzichtbaren Hilfe werden.

Einfach und kostenlos

Hinter dem Namen «tradelobby.ch» verbirgt sich nicht eine teure Software, sondern eine kostenlose Online-Plattform, erläutert Cornelia Grob. «Das Tool ist technisch einfach und für die Nutzer kostenlos.» Konkret handelt es sich bei «tradelobby.ch» eine Informationsplattform, auf der registrierte Nutzer Hotels und Destinationen abrufen können. Neu und originell daran ist, dass jeder Nutzer Hotels selber bewerten oder ein neues Hotel eigenhändig erfassen kann. Damit wird unter den Nutzern ein aktiver Austausch von Informationen über die Hotels ermöglicht. Und eben: Die Bewertungen stammen von Profis und haben damit Qualität.

Das Tool basiert auf einer weltweiten Hoteldatenbank, auf der Reiseveranstalter sämtliche Hotels, die in ihren Katalogen verkauft werden, erfasst haben. «Bis jetzt haben



wir noch nie ein Hotel nicht gefunden», betont Grob. Aber da weltweit täglich neue Hotels ihre Tore öffnen, wird sich für die Nutzer durchaus die Möglichkeit ergeben, selber Hotels zu erfassen.

«tradelobby.ch» ist auch eine Community

«tradelobby.ch» beinhaltet zusätzlich zur Informationsplattform noch einen zweiten Aspekt: Der Nutzer kann im Stil einer Community mit anderen Anwendern in Kontakt treten,

wie das von Community-Seiten wie Facebook oder Xing her bekannt ist.

Ein Kriterium, jemanden in «tradelobby.ch» als Freund hinzuzufügen, kann sein, dass man den- oder diejenige kennt. Wenn sich jemand durch treffende und objektive Bewertungen auszeichnet, lohnt es sich, diesen User in seine Freundesliste aufzunehmen. Denn bei jedem Hotel, das man aufruft, werden zuerst die Bewertungen der eigenen Freunde aufgeführt. Ausserdem sieht man auf seiner Hauptseite immer, wenn ein Freund

eine neue Bewertung abgegeben hat. Zusätzlich zu einfachen Hotelbewertungen können ebenfalls Fotos eines Hotels auf die Seite geladen oder Tips zu Ausflügen, Restaurants in der Umgebung oder Einkaufsmöglichkeiten hinzugefügt werden.

Die Anwendung «tradelobby.ch» kann als Applikation für Nutzer von «Umbrella.net» hinzugefügt, aber auch losgelöst davon genutzt werden. Vorläufig funktioniert das Tool mit dem Internet-Explorer. Nutzer von Mozilla und Safari müssen sich noch etwas gedulden. ◆

BEI DEN MACHERN VON «TRADELOBBY.CH» NACHGEFRAGT

«Tradelobby.ch ist von Profis für Profis gemacht»

Welche Überlegungen stehen hinter «tradelobby»? Wie einfach ist es im Alltag für Reisebüroarbeitende nutzbar? Konkrete Fragen, welche die Macher von «tradelobby», Martin Bachmann und Cornelia Grob von Umbrella, im ST-Gespräch erläutern.



Cornelia Grob und Martin Bachmann: «Unser Antrieb für tradelobby.ch war, die Reisebüros in ihrer täglichen Arbeit noch besser unterstützen zu können.»

Die Idee für «tradelobby.ch» stammt von Ihnen. Was hat Sie bewogen, dieses Projekt zu lancieren? Martin Bachmann: Letztlich war es purer Eigennutz. Wir haben unsere Standardsoftware immer konsequent auf die klassischen Retailer, den stationären Vertrieb, ausgerichtet. Der Erfolg unserer Kunden ist uns naturgemäss sehr wichtig. Also haben wir uns über-

legt, wie wir die Reisebüros in ihrer täglichen Arbeit noch besser unterstützen können.

Weshalb diese Konzentration auf nur einen Teil der Tourismusindustrie? Wieso bieten Sie zum Beispiel kein Softwarepaket für Tour Operators an? Wir konzentrieren uns mit unserer Standardsoftware auf den stationären Vertrieb,

weil Software für TO's aus unserer Sicht meistens Individual-Software ist. Das zeigt sich daran, dass nach dem Kauf von TO-Software viel Aufwand entsteht respektive Kosten für Zusatz- oder Weiterentwicklungen anfallen. Da ist es aus unserer Sicht korrekt, nicht von Standardsoftware zu reden, sondern von Anfang an die Bedürfnisse des Kunden aufzunehmen und diese danach individuell umzusetzen. So entsteht – ohne den Ballast von Komponenten, welche letztlich nicht immer, aber oft das Resultat einer vorhergehenden Entwicklung für einen anderen Kunden mit anderen Anforderungen waren – wirkliche Automatisierung mit entscheidender Effizienzsteigerung. Und darum geht es letztlich doch: Im Bereich der Automatisierung mittels Individual-Software-Entwicklung sind wir aber durchaus ebenfalls ausserhalb des reinen stationären Vertriebes tätig und setzen Lösungen individuell um.

Weshalb nun gerade «tradelobby.ch»? Menschen machen den Unterschied. Durch die Beratung kann sich der stationäre Vertrieb profilieren – die Beratung ist letztlich existenzsichernd und existenzberechtigend. Das war schon immer so, auch wenn in den letzten Wochen und Monaten darüber viel diskutiert und geschrieben wurde. Die Branche scheint sich einig zu sein, dass sich der stationäre Vertrieb auf seine Stärken konzentrieren muss und diese konsequent zu fördern hat. «tradelobby.ch» ist einer unserer Versuche, aktiv dazu beizutragen.

Wie funktioniert «tradelobby.ch»? Cornelia Grob: «tradelobby.ch» ist ein B2B-Beratungstool. In der ersten Version können Reiseberater Hotels bewerten. Wichtig dabei ist, dass die Agenten mit ihrem Namen für die Bewertung quasi geradestehen. Es hat im Internet einige toll ge-

machte Hotelbewertungssites, zum Beispiel «www.hotelcheck.de». Auf diesen können Bewertungen gemacht werden, in denen Gäste ihrem Ärger Ausdruck geben. Oder andere User, die vielleicht mit dem Hotelier bekannt geworden sind, nutzen ihre Kommentare für Lobeshymnen. Ausgewogene Kommentare sind heute eher die Ausnahme. Ausserdem basieren die Bewertungen nie auf einem nachvollziehbaren Benchmark. Eine solche Site taugt aus unserer Sicht nicht für die Beratung im Reisebüro. Für eine Beratung, wie sie für nachhaltige Kundenbindung notwendig ist, helfen auch die Texte in den Katalogen der Veranstalter meist nur wenig. «tradelobby.ch» nutzt das Know-how der Agenten. Es ist von Beratern für Berater, also von Profis für Profis, gemacht. Eine gemeinsame Basis, ein ähnliches Umfeld, gleiche Anforderungen im Berufsleben und die persönliche Identifikation mit dem Beruf bilden den gemeinsamen Nenner für qualitativ gute Bewertungen. Damit ist es möglich, den Bewertungen anderer Teilnehmer zu vertrauen.

«tradelobby unterstützt Agenten bei der täglichen Arbeit wirkungsvoll.»

Was hat es denn mit der «Freunde»-Funktion bei «tradelobby.ch» auf sich? Beratung hat viel mit Erfahrung, aber auch mit Empathie und Bauchgefühl zu tun. Wenn ein anderer Berater ähnlich «tickt», wenn die Bewertungen und Empfehlungen eines anderen Beraters den eigenen gleichen, so kann der andere Berater als Freund gekennzeichnet werden. Die Bewertungen der Freunde werden so speziell ersichtlich. Ein Berater kann die Bewertungen eines anderen lesen, um so von der Erfahrung des anderen zu profitieren.

Sie sprechen die Erfahrung als Erfolgsfaktor an. Viele junge Reiseberater können die ja noch gar nicht mitbringen... Martin Bachmann: Tut mir leid, wenn ich ihnen ins Wort falle. Sie sprechen damit ein Thema an, das mich schon immer beschäftigt hat. Viele junge Reiseberater beherrschen vor allem eines ganz toll: Vor dem Kunden liegende Kataloge umgekehrt lesen. Sie haben ja nichts anders, worauf sie bauen

könnten. Die eine Studienreise und die paar Workshops, die sie schon besucht haben, reichen nicht. Und wenn der Kunde am Ende des Gespräches Sicherheit für seine Entscheidung sucht und fragt: «Und Sie, waren Sie auch schon da?», kann sich der Agent dank «tradelobby» retten und unter Umständen das Geschäft behalten. «tradelobby.ch» ist eine echte Hilfe im Alltag. Die Antwort lautet dann: «Nein, leider nicht. Aber der Bericht eines Freundes lässt mich nicht daran zweifeln, dass dieses Hotel genau das Richtige für Sie ist. Er schreibt da ...». Wir sind überzeugt, dass die Sicherheit im Auftritt des Beraters für den Verkauf von hoher Wichtigkeit ist. Und mit dem über «tradelobby.ch» geteilten Know-how können auch unerfahrene Mitarbeiter besser beraten.

Sie haben erwähnt, «tradelobby.ch» sei nur einer Ihrer Versuche, den stationären Vertrieb zu stärken. Unsere Überlegungen gehen da in eine ähnliche Richtung wie die mit der Erfahrung. Aus Mangel an Know-how verbringen Reiseberater teilweise Stunden, um Offerten für Kunden auszuarbeiten. Die werden dann noch wunderschön gestaltet und sogar mit Fotos versehen. Uns scheint, viele Reiseberater versuchen damit, kreativ den Mangel an Know-how wettzumachen. Glänzende Augen sind das viel bessere Verkaufsargument – und auch viel effizienter. Das Glänzen kommt von Selbstsicherheit, basierend auf Know-how und aus Freude an der Arbeit. Und bestimmt nicht vom Grauen vor einer weiteren komplizierten und mühsamen Auftragerfassung. Wir haben unsere Mid-/Backoffice-Lösung «Umbrella NT» entscheidend vereinfacht und sind mit «Umbrella.net» nochmals einen Schritt weitergegangen. Das System erlaubt, die Aufträge mit minimalstem Aufwand abzuwickeln. Dies gilt nicht nur für die tägliche Arbeit, minimal ist auch die Einarbeitungszeit. Nebenbei fällt im Reisebüro kein Aufwand für Datensicherung an. Kosten für Server und zusätzliche Hardware sind auch Geschichte. Damit können Systemkenntnisse wirklich in den Hintergrund treten und die primären Aufgaben ins Zentrum gestellt werden: Nach seriöser Beratung erfolgreich verkaufen.

Wie gross ist der Zeitaufwand für einen Reisebüromitarbeitenden, um mit «tradelobby.ch» zu arbeiten? Cornelia Grob: Die Recherche kann mit einer einzigen Eingabe ausgelöst werden, ist

also eine Sache von Sekunden. Beim Erfassen von Bewertungen kann wenig oder mehr Aufwand getrieben werden. Minimal zwei Minuten pro Bewertung sind allerdings schon aufzuwenden. Die Qualität einer Bewertung hängt jedoch auch mit dem erfassten Text zusammen. Da hilft es, wenn etwas mehr Zeit investiert wird.

«tradelobby.ch ist für alle Reisebüromitarbeitenden offen und kostenlos.»

Muss ich Umbrella-Benutzer sein, um bei «tradelobby.ch» mitmachen zu können? Martin Bachmann: Nein, das System ist für jeden Reisebüromitarbeitenden offen und kostenlos. Mehr als einen Internet-Explorer braucht es nicht. Natürlich ist «tradelobby.ch» in unsere eigenen Applikationen direkt integriert, und damit profitiert der Umbrella-Nutzer von einem schnelleren Zugriff. Die Funktionen stehen jedoch allen im selben Umfang zur Verfügung.

Wie geht es mit «tradelobby.ch» weiter? Wir wollen nun einmal bis Ende Jahr beobachten, wie intensiv «tradelobby.ch» genutzt wird. Ausbau-Ideen haben wir jetzt schon ganz viele. Die gehen einerseits in Richtung Erweiterung des Community-Teils, andererseits betreffen sie ebenfalls funktionale Ergänzungen, so beispielsweise die Empfehlung von Lokalen, Bars und Discos, die von einem Hotel aus sinnvoll erreichbar sind.

BERATUNG VERBESSERN

Die Beratung in Schweizer Reisebüros soll besser werden. Die «Schweizer Touristik» und der Branchensoftware-Spezialist Umbrella haben deshalb die Initiative ergriffen und eine Internet-Plattform entwickelt. «tradelobby.ch» bietet Reisebüromitarbeitenden die Möglichkeit, Informationen zu finden, Wissen auszutauschen und Freundschaften zu pflegen – und dies alles gratis und franko.

Detaillierte Informationen sind auf der eigens eingerichteten Homepage «tradelobby.ch» zu finden.