

Berlin, 19. März 2019

a&o und Konversionskraft starten Zusammenarbeit

Berliner Budget-Gruppe optimiert Booking-Funnel mit Hilfe der Conversion-Experten aus Hessen.

Berlin – „Unser Ziel ist eine reibungsfreie Nutzererfahrung“, erklärt Thomas Hertkorn, Online Marketing-Chef a&o, „wir haben bereits eine gute Konversionsrate, aber da ist noch Luft, und die wollen wir nutzen und unsere Buchungsraten weiter steigern.“ Dafür haben sich die Berliner jetzt renommierte Unterstützung an Bord geholt: Konversionskraft (WebArts) zählt in Europa zu den führenden Experten für digitales Business. Gabriel Beck, Mitglied der Geschäftsleitung, freut sich auf die Zusammenarbeit in einem „hart umkämpften Markt“: „Gemeinsam mit a&o wollen wir nutzerzentriert, agil und datengetrieben für mehr Wachstum sorgen.“

Die Kooperation im Bereich Conversion Rate Optimierung ist das Ergebnis intensiver Vorarbeit und –gespräche. a&o ist bekannt für seine Philosophie der „höchstmöglichen inhouse-Expertise“, um, so Hertkorn, „unabhängig und agil“ entscheiden und handeln zu können; in der Zusammenarbeit mit Konversionskraft sieht der 34-jährige Online-Spezialist „sehr große Chancen und einen erheblichen Gewinn“, nicht zuletzt ein Signal in den Markt: „Allianzen in diesem Segment auf einem solchen Niveau sprechen für sich.“

Im Optimierungssprint zur Kaufentscheidung

Der Weg vom Interessenten zum Kunden ist voller Hürden und Hindernisse. Um „so nah wie möglich an die Zielgruppe heranzukommen“, so Gabriel Beck, „reicht es nicht aus, die Erwartung zu erfüllen, man muss sie übertreffen.“ In der Branche seien vor allem die großen OTAs für Einblendungen auf der Webseite bekannt, die die Zielgruppe zu Buchungen führen sollen. „Hier steht ein Team dahinter, das agile Optimierungssprints durchführt und den Fokus auf Konsumpsychologie legt“, so Beck und betont: „Aber ein plumpes Kopieren dieser konsumpsychologischen Prinzipien birgt große Gefahren, denn nicht jeder lässt sich so von einer Buchung überzeugen. Wir entwickeln ein maßgeschneidertes Konzept, das die a&o-Zielgruppe in den Mittelpunkt stellt und die Wirkung der Maßnahmen mit Daten belegt. Unser gemeinsames Ziel sind höchstmögliche Uplifts für mehr Wachstum.“

Über a&o Hostels

Seit 2000 betreibt a&o in 21 Städten und sechs Ländern (Deutschland, Österreich, Niederlande, Tschechien, Dänemark und Italien) aktuell 35 Häuser; Neueröffnungen in Budapest, Warschau und Kopenhagen stehen für 2019/2020 auf dem Programm. Als größter Hostelanbieter Europas wächst die Kette mit über 15 Prozent pro Jahr. Mit rund 26.000 Betten und rund fünf Millionen Übernachtungen im Jahr 2018 verzeichnete a&o einen Umsatz von rund 152 Millionen Euro.

Über Konversionskraft:

konversionsKRAFT (Web Arts AG) mit Sitz in Bad Homburg v.d. Höhe und Niederlassungen in Berlin, Hamburg und München ist im deutschsprachigen Raum führendes Beratungshaus und Full-Service-Anbieter für die Optimierung digitaler Wertschöpfung. 1996 von André Morys und Thorsten Barth gegründet, betreuen über 80 Mitarbeiter heute mit über 12 Milliarden Euro Retail- / Lead-Volumen namhafte Kunden im In- und Ausland. Mit einer Kombination aus konsumpsychologischen Ansätzen, nutzerzentrierter Methodik und datengetriebenen Prozessen erzielt das Unternehmen zwei- bis dreistellige Wachstumsraten bei Konzernen und mittelständischen Unternehmen. Internationale Kunden profitieren von der Global Optimization Group, einem von

konversionsKRAFT gegründeten Netzwerk mit Partnern in Nordamerika, UK, Schweden, Frankreich und den Niederlanden. Mehr Informationen: <https://www.konversionskraft.de/>

Kontakt:

Dr. Petra Zahrt

Tel. +49 (0) 221 3018 2363

Mobile +49 (0) 172 94 54 753

Mail petra.zahrt@aohostels.com