

- Yahoo Travel -

Yahoo Miriam Meyer-Dehn

- Y → Yet
- A → Another
- H → Hierarchical
- O → Officious
- O → Oracle

Yahoo! wurde von 2 Studenten, David Filo und Jerry Yang im Jahr 1994 an der Stanford Universität gegründet. Was als Hobby begonnen hat, ist heute einer der weltweit größten globalen online Netzwerke mit mehr als 500 Mio. Usern und 12.000 Mitarbeitern weltweit.

Der Firmensitz ist Sunnyvale, Californien, mit einer Präsenz in über 20 Märkten und Regionen weltweit.

Yahoo Travel ist eine der weltweit größten Internetportale bzw. Kommunikationsplattform und im Vergleich zu Google keine Suchmaschine. Yahoo Travel ist kein Online Reisebüro, sondern vermittelt den User zu den gewünschten Seiten und kanalisiert somit den Traffic. Es dient als Hilfestellung für Reiseanregungen, Ideensammlung und Bewertungsportal.

Um eine Buchung vornehmen zu können, verlässt man automatisch das Yahoo Travel Portal und gelangt auf die Buchungsplattform des jeweiligen Partners. Jede Abfrage wird in Echtzeit vorgenommen.

Yahoo Travel präsentiert sich nur in ausgewählten Ländern wie beispielsweise in Europa: Deutschland, Österreich, Spanien, Frankreich, England, Niederlande und Skandinavien.

Reise Produkt Strategie:

- Research
- Search
- Book

- Yahoo Travel -

Relaunch in Europa 2005

In 2005 wurde Yahoo Travel zu einer zentralen Datenblattform entwickelt. Die Seiten der Plattform sind identisch aufgebaut, Werbepartner wie Air Berlin, Accorhotels, Sheraton, Hilton, Euro Car uvm. agieren europaweit.

Yahoo Travel gehört zu den 5 reichweiten stärksten Multicategory Reiseseite in Europa („NNR August 2006“).

Vision für Yahoo Reisen

„Ziel ist es das Leben der Menschen zu bereichern – nicht nur online sondern offline.“

UGC (user generated content) und Social networks (communities und groups, Mail, Messenger, Clever,...) verschwimmen miteinander. Erzeugung von Vertrauen und Relevanz.

Technologien wie AJAX (ist ein vorgelagertes Fenster, welches in Form einer Suchmaschine in Echtzeit Informationen sucht), 2nd F, Kelkoo, UX und Travel UX

Business Modell

Ad Network

Y! Media

Y! SM

Kelkoo

F ind

U se

S hare

E xpand

Find → Usern ermöglichen zu finden, was sie suchen. Die vertikale Suche

Use → Suchergebnisse sollen von Nutzen sein. Reiseführer werden auch als Community genutzt, in dem man die eigene Meinung online stellt.

Share → Wissen soll geteilt werden. Online / Offline.

- Yahoo Travel -

Zum Beispiel: Yahoo! Clever human Knowledge
Reiseplaner (Web 2.0 Tool)
UGs, Maps, Flickr (ermöglicht das Hochladen von Fotos),
Community

Werbepartner

Möglichkeiten für Y! Werbepartner:

- SUMA wichtigste Traffic Quelle für Online Touristik
- Community Seiten sind auch ein sehr wichtiger Traffic Lieferant:
Zielgruppen genau abgestimmt.