

PROOMS „Schlafraum statt Strafraum“

Christian Hofstötter + ovos media consulting GmbH
Waaggasse 2a/EG
1040 Wien
ch@prooms.com
www.prooms.com

Facts:

- online seit Februar 2008 – der Markteintritt war zeitlich zur Fußball EM geplant
- prooms.com basiert auf einem Provisionsmodell – 10% Provision bei Buchung
- dynamische Plattform für vorwiegend kurzfristige Vermietungen (keine Immobilien), Konzentration auf Kurzaufenthalte, die aber in keiner Konkurrenz zu Hotels gesehen werden; es werden aber auch Ferienwohnungen angeboten, angezeigt werden nur verfügbare Unterkünfte
- kommerzielle Variante von Couch-Surfing
- zu EM-Zeiten waren rund 2000 Vermieter auf prooms.com angemeldet
- außerhalb der Fußball EM erfolgen ca. 20 Buchungen/Tag
- prooms.com wird sich in ca. 3 Jahren über Eigeneinnahmen finanzieren

Prooms – Das Produkt:

- Online-Marktplatz für Privatunterkünfte
- Kostenloses Suchen und Anbieten
- Von Couches, Zimmern und Wohnungen
- Ab Euro 5,-
- Zielgruppe: „jung“, webaffin, erlebnisorientiert
- User generated content (bezieht sich nur auf Rahmenbedingungen)
- Mash up mit google maps und plazes.com
- Deutsch/englisch

Marketing:

- Logo
- Brand: PRivate rOOMS
- Key Visual: basierend auf Fußball EM 2008 um die Medientauglichkeit zu steigern
- Give Aways: Zotter Schokolade
- Online Marketing:
 - Google adwords & adsense:
Hauptaugenmerk auf diese Aktivitäten, da geringes Budget (z.B. auf Homepage des Oktoberfestes – Unterkunft im Raum München/Südbayern)
 - Suchmaschinen-Marketing (seo): page rank 5
 - Banner, content.ads (coke.at, ana), gratis Linktausch-Programme
 - Affiliate Programs in Österreich, Spanien und Deutschland (news.at)
 - Blogs (productblog, euro 2008)
 - Online Gewinnspiele (Stiegl, Red Bull), Gewinnspiele, Partys + Sampling Girls
 - Social Media Marketing: Facebook, Xing
durch Implementierung der Gadgets wird der Zugriff zu einer großen Community ermöglicht
 - Viral Seeding: youtube.com
 - Reputation Management: Wettbewerbe

Kampagne mit Stermann & Griessemann:

Provozierendes Video mit viralem Effekt – keine klassische Werbung!
Das Key Visual kommt gut an und erregt die Aufmerksamkeit der Presse

Relaunch Anfang 2009:

Für das neue Portal laufen momentan Usability Tests, u.a. Eye Tracking in
Zusammenarbeit mit der FH Salzburg sowie Support & Logfile Analyse des Kunden-
und Buchungsverhaltens

Ziele des Relaunchs:

- Erweiterung im deutschsprachigen Raum – vor allem München & sein nördlicher Bereich
- Internationale Kampagne
- Facebook Applikationen
- Neue Blogs: triptipps.com, proomservice.com
- Prooms Ambassadors