



## Nur einen Klick entfernt

ONLINEBUCHUNGEN BOOMEN – GUTE GRÜNDE, INS ONLINEMARKETING ZU INVESTIEREN

**Im Onlinebereich liegen riesige Potenziale für Gastgeber – das ist kein Geheimnis. Kaum ein Hotelier verzichtet heute auf die eigene Homepage, über die selbstverständlich auch schnell und einfach angefragt und gebucht werden kann. Wenn die Sprache auf die großen Buchungsportale kommt, gehen die Meinungen auseinander. Vielfach werden sie als aufwändig und zu teuer beschrieben, aber stimmt das?**

Sicher lässt sich sagen: Onlinemarketing ist auch oder gerade für Hoteliers ein unverzichtbarer Bestandteil in der Kommunikation mit potenziellen Gästen. Denn die Suche nach einer passenden Unterkunft läuft heute digital – und verstärkt über Buchungsportale, die einen guten Vergleich von Angeboten und Preisen für das gewünschte Reiseziel ermöglichen. Die Wahrscheinlichkeit, sich aufgrund dessen zu entscheiden und mit wenigen Klicks direkt zu buchen, ist um ein Vielfaches höher als dass der Interessent die Hotelwebsite direkt aufruft, was allenfalls für einen letzten Preisvergleich geschieht. Vorteil ist also: In den Onlineportalen

findet man einen Vertriebspartner, der für mehr Buchungen sorgt. Die Kommission, die dafür anfällt, scheint dafür ein akzeptabler Aufwand, den man sonst für anderweitige Marketingausgaben tätigen müsste. Eine sinnvolle, dynamische Preisstruktur kann zudem dazu dienen, mehr Umsatz und Auslastung zu generieren. Die technische Umsetzung ist kein Hexenwerk. Hotelsoftware in Verbindung mit einem professionellen Channelmanager erleichtert dabei die Administration.

Onlinemarketing beinhaltet aber noch weit mehr als die Portale. Es beginnt bei einer suchmaschinen-optimierten Präsenz der eigenen Homepage, die bei einer Ergebnisliste ganz vorne gelistet wird. Das geht weiter mit Google Ads und gezielt auf spezifische Zielgruppen ausgerichteten Social Media-Kampagnen, die vergleichsweise wenig Kosten und viele ernsthafte Interessenten generieren, die dann direkt auf die eigene Website geleitet werden. Fakt ist, dass Online-Marketing interessante Zielgruppen und neue Marktsegmente erschließt, die als privat geführtes, unabhängiges Hotel nie erreichbar wären. Auf diese Vorteile sollte man auf keinen Fall verzichten und die Potenziale kennen. &

*Autoren: Martin Gahn und Monika Herrmann-Tross*

## NETZ-WERK

SICH ALS UNTERNEHMEN AUF SOCIAL MEDIA ZU PRÄSENTIEREN, BIRGT RIESIGE CHANCEN

**Wirft man einen Blick auf die Werbemaßnahmen und Kommunikationsmittel von Unternehmen in den letzten Jahrzehnten, wird eines sofort deutlich: Nichts ist mehr, wie es einmal war. Facebook, Instagram oder LinkedIn haben analoge Anzeigenblätter oder Plakatwerbung fast vollständig abgelöst.**

Über keinen anderen Weg lassen sich heutzutage in kürzester Zeit so viele potentielle Kunden oder neue Mitarbeiter erreichen. Zu dem bieten soziale Netzwerke die Möglichkeit, die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen exakt der ausgewählten Zielgruppe auszuspielen. Bei Social Media Werbeanzeigen lässt sich genau definieren, welche Interessen, welches Alter, welchen Wohnort und welche vielen anderen Merkmale die gewünschte Zielgruppe haben soll. Sind Sie beispielsweise auf der Suche nach neuen Mitarbeitern für das Küchenteam, können gelernte Köche in der näheren Umgebung zu Ihrem Restaurant gezielt mit der Stellenausschreibung gefunden werden.

Doch wer denkt, es reicht, schnell mal ein paar Postings auf Facebook zu machen, irrt sich gewaltig. Mittlerweile erwarten Ihre Kunden einen professionellen Auftritt auf allen für Sie relevanten Social Media Plattformen. Um alle komplexen Möglichkeiten zu nutzen, welche Ihnen auf den Social Media Kanälen zur Verfügung stehen, empfiehlt es sich, gezielt einzelne unternehmensrelevante Bereiche genauer anzusehen. Diese können Sie dann in Schulungen vertiefen und so alle Potenziale für ihre Firma voll ausschöpfen. &

*Autor: Maximilian Eder*