

Bleiben Sie am Ball

In den vergangenen sechs Monaten haben wir Sie in der kleinen Artikelserie mit einigen Grundsätzen zum Online-Marketing vertraut gemacht. Wenn Sie unsere Tipps beherzigen, sind Sie – was Ihr Social-Media-Engagement betrifft – schon einen großen Schritt weiter.

Text: Thomas Hendele



FOTO: FOTOLIA.DE/MIHA SIMONIK

Über den Autor

Thomas Hendele, gelernter Hotelfachmann und Tourismusfachwirt (IHK), blickt auf 15 Jahre Branchenerfahrung, davon mehr als acht Jahre im Bereich Online-Marketing, zurück. 2006 war er maßgeblich an der Gründung eines Online-Portals im B2B-Bereich für Dienstleister der Hospitality-Branche beteiligt. 2009 startete er mit dem Hotel Newsroom den deutschsprachigen Social-Media-Blog für die Hotellerie. 2010 gründete er some communication. Thomas Hendele berät und unterstützt Unternehmen vorrangig aus Hotellerie, Gastronomie & Tourismus auf ihrem Weg ins Social Web, gibt Workshops zum Thema, hält Vorträge an Fachschulen und ist Dozent an diversen Volkshochschulen.

Zusammenfassend möchte Ihnen der Autor noch einige Empfehlungen für die Zukunft mit auf den Weg geben.

Halten Sie Ihre Website aktuell! Das A und O Ihrer Online-Aktivitäten bleibt die eigene Website. Schließlich verkaufen Sie hier Ihre Dienstleistungen. Sehen Sie sie als Ihr Ladengeschäft, das optimal ausgerüstet und eingerichtet sein muss, um etwas zu verkaufen. Oder würden Sie in einem alten Tante-Emma-Laden shoppen, indem Sie ewig suchen müssen, um das zu finden, das Sie suchen?

Werden Sie mobil! Wissen Sie, wie viele Ihrer Website-Besucher bereits über ein mobiles

Endgerät auf Ihre Internetseite zugreifen? Haben Sie Ihre Website schon einmal auf einem Smartphone betrachtet? Beantworten Sie sich die Fragen und gehen Sie das Thema an.

Empfehlungen, Empfehlungen, Empfehlungen! Die Hotellerie lebt schon immer von Empfehlungen. Schon die ersten Gasthöfe wurden von Reisendem zu Reisendem empfohlen. Heute ist das nicht anders, allerdings läuft es über das Web 2.0. Hören Sie zu, was Ihre Gäste Ihnen online zu sagen haben. Reagieren Sie auf Bewertungen. Fordern Sie Ihre Gäste aktiv dazu auf, Ihr Hotel oder Restaurant online zu bewerten.

Wer nicht in Google ist, ist nicht! Die schönste Website ist nichts, wenn sie nicht gefunden wird. Investieren Sie deshalb in Suchmaschinen-Optimierung (SEO). Hier ist vor allem auch der Bereich »Local SEO« nicht zu unterschätzen, schließlich sind Sie ein lokales Unternehmen. Denken Sie bei SEO auch immer daran, wie wichtig soziale Signale mittlerweile sind (siehe Google+, Heft 10/2012).

Starten Sie den Dialog! Ob Blog, Facebook, Google+ oder welches Web-2.0-Tool auch

immer zu Ihnen und Ihren Zielen passt – Sie sollten sich für die Nutzung entscheiden! Verstehen Sie es als Kommunikationsmittel und starten Sie den Dialog. Suchen Sie die Kommunikation mit Gästen und Interessierten und läuten Sie nicht unentwegt mit der »Vertriebsglocke«.

Gleich, welchen Weg Sie auch immer gehen, seien Sie sich darüber im Klaren, dass Social Media kein Trend (mehr) ist. Social Media ist Alltag und geht nicht mehr weg. Nun ist es an Ihnen, wie Sie diesen Alltag meistern. Ich wünsche dabei viel Erfolg!

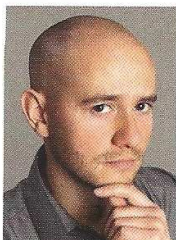


FOTO: PRIVAT

Autor
Thomas Hendele.