

Google für Hotels

In der letzten Ausgabe ging es um Google+ und die Relevanz für Unternehmen aus der Hotellerie und Gastronomie. Heute dreht es sich um Google allgemein und seine Vielzahl an Tools.

Text: Thomas Hendele



Spricht man von Google, meint man in aller Regel die Suchmaschine. Mir ist bislang auch noch niemand begegnet, der die Google-Suche nicht kennt. Doch bei der Frage nach weiteren Tools, muss so manch einer die Flügel strecken.

Relevante Google Tools

Google Maps ist noch bekannt, Google+ kennen ebenfalls viele und auch Gmail ist durchaus ein Begriff. Doch Google bietet eine Fülle an interessanten Tools für Unternehmen. Die wichtigsten für Betriebe aus Gastronomie und Hotellerie sollen hier kurz erläutert werden.

Google-Suche

Neben der klassischen Google-Suche sind die spezielle Bilder- und Videosuche sowie das entsprechende Optimieren interessant. Wer (viel) Geld in die Erstellung hochwertiger Fo-

tos und Videos steckt, der sollte auch die Suchmaschinen-Optimierung dieser Inhalte einkalkulieren.

Ebenso ist Gastronomen und Hoteliers zu empfehlen, ab und zu einen Blick in die Blogsuche zu werfen. Sie gehört in jedes effektive Monitoring-Konzept.

Google Maps. Dieser Tool darf nicht vergessen werden. Gerade für lokal agierende Unternehmen ist Maps und somit ein Eintrag in Google+ Local (ehemals Google Places) unerlässlich und gehört zu den absoluten Basics.

Bilder bei Google

Rund um Fotos und Bilder werden es bei Google eher weniger Tools. Hier sollten Unternehmen den Fokus auf Google+ legen (Panoramio und Picasa(web) werden sukzessive in Google+ integriert). Des Weiteren ist das relativ neue »Google Maps Business Photos«-Programm interessant – hier haben Restaurants und Hotels die Möglichkeit, innerhalb Maps eine virtuelle 360-Grad-Tour zu veröffentlichen.

Kommunikation

Ob interne oder externe Kommunikation – Google unterstützt Unternehmen hierbei ebenfalls. Vordergründig sollten diese bei der externen Kommunikation auf Google+ setzen und sich mittelfristig mit dem Thema »Hangouts« beschäftigen. Damit lassen sich Video-

chats organisieren – auch ad hoc, was zukünftig den Support »beflügel« könnte.

Datenorganisation

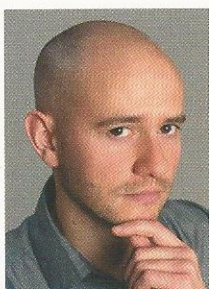
Ob der eigene Blog bei Blogger oder Videos auf YouTube, ob Team-übergreifende Kalender oder Kollaboration mittels Google Drive ... bei der Datenorganisation kann Google Unternehmen ebenfalls unterstützen.

Achtung: Für sensible Daten oder Informationen sollten Sie über eigene Systeme nachdenken!

Weitere Angebote

Zu guter Letzt hätten wir dann noch Tools wie AdWords (Google Anzeigen), Analytics (Auswertung der Website Performance), Android (sollten Sie über eine App nachdenken, programmieren Sie in erster Linie für Android, danach für iOS) oder für alle, die es ganz genau wissen möchten Insights for Search.

Fazit: Google bietet weit mehr als nur »Suchen und Finden«. Unternehmen aus der Gastronomie und Hotellerie tun gut daran, sich mit den für ihre Branche relevanten Tools auseinander zu setzen und diese gezielt zu nutzen – in erster Linie im Marketing aber auch in der internen Kommunikation und Organisation.



Autor
Thomas Hendele.