Hallo!

Dürfen wir uns zunächst vorstellen?

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Young, urban & innovative

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

PREFERRED IHA PARTNER

Auszug von über 130 Hotels in 8 Ländern

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

IMPULSVORTRAG ZUM THEMA

„All you need is…

Verständnis der

CUSTOMER JOURNEY

für Hotelgäste “

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Online Marketing in der Hotellerie

PREFERRED IHA PARTNER

3 Möglichkeiten, Direktumsätze zu maximieren

1. Bedienen einer bestehenden Nachfrage

3 Möglichkeiten, Direktumsätze zu maximieren

2. Neue Nachfrage schaffen und die Marke stärken

3. Kundenbindungsmanagement und Stärken der Marke

Digital Marketing Funnel

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Nachfrage abholen	Nachfrage generieren u. Brand stärken	Stammgäste binden u. Brand stärken

SEA
SEO
Retargeting
META
Display
Social Media Ad's
Social Media
E-Mail & Content
App

Website

+ Data Analysis
+ Online Magazin
+ Onsite-Overlays zur Stärkung der Direktbuchungen

Buchung / Kontaktaufnahme

Die Customer Journey...

- ...und deren drei (3) Möglichkeiten, Direktumsätze zu generieren

1. Bedienen einer bestehenden Nachfrage

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

Der Gast beginnt seine Suche, wie **über 80%** aller in seiner **Altersgruppe,** auf **Google:**

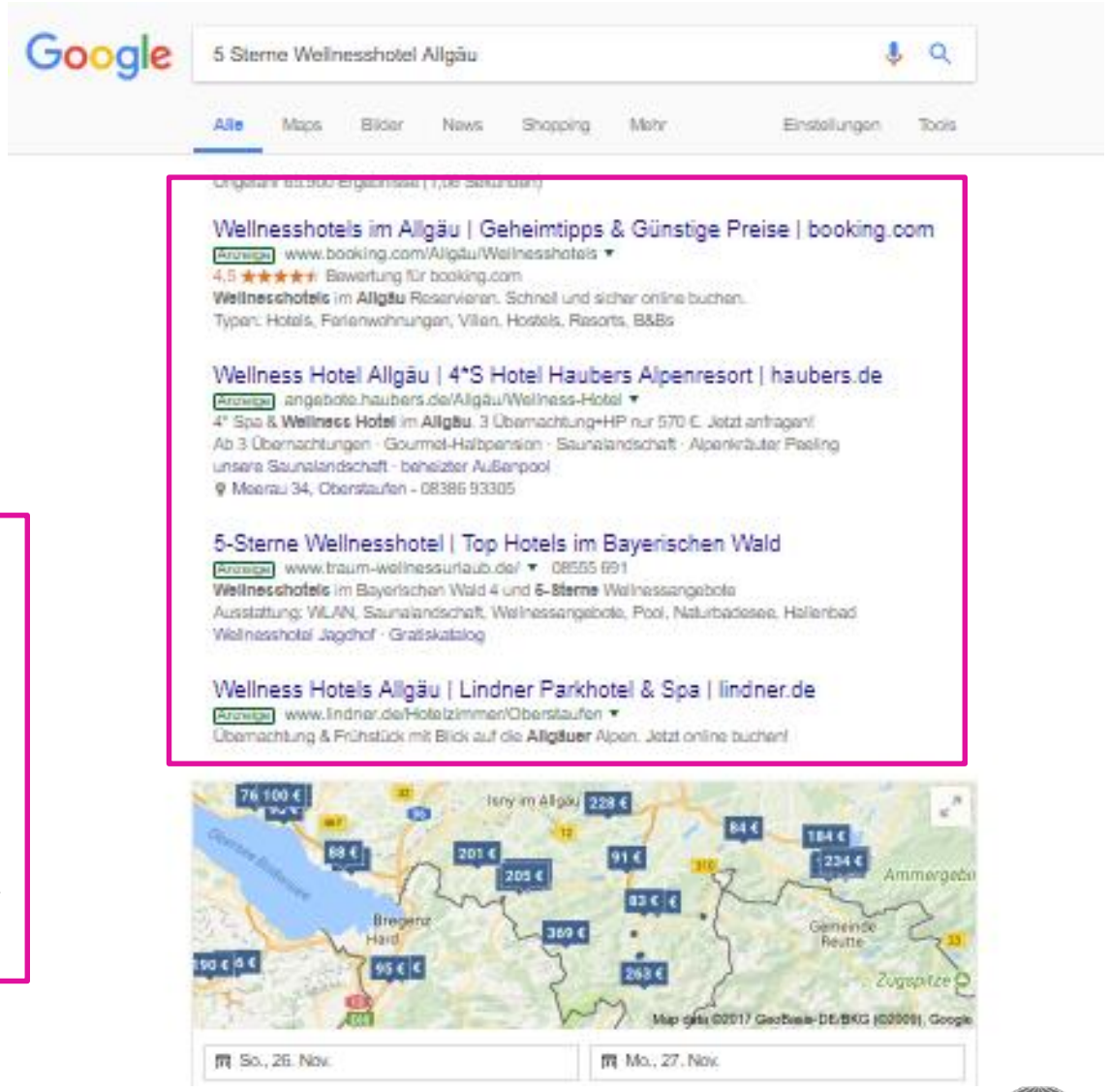
Erste Sucheingabe:

„5 Sterne Wellnesshotel Allgäu“

Chancen:

Suchmaschinenmarketing (SEM) mit den relevanten Bereichen:

1. **Suchmaschinenwerbung** (Google AdWords, SEA)



Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Der Gast beginnt seine Suche, wie **über 80%** aller in seiner **Altersgruppe,** auf **Google:**

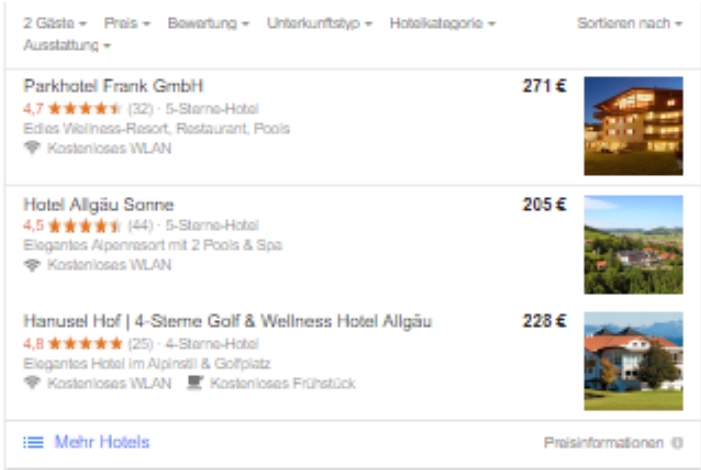
Erste Sucheingabe:

„5 Sterne Wellnesshotel Allgäu“

Chancen:

Suchmaschinenmarketing (SEM) mit den relevanten Bereichen:

2. Suchmaschinenoptimierung (SEO)



Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

- ...und deren drei (3) Möglichkeiten, Direktumsätze zu generieren

2. Neue Nachfrage schaffen und die Marke stärken

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

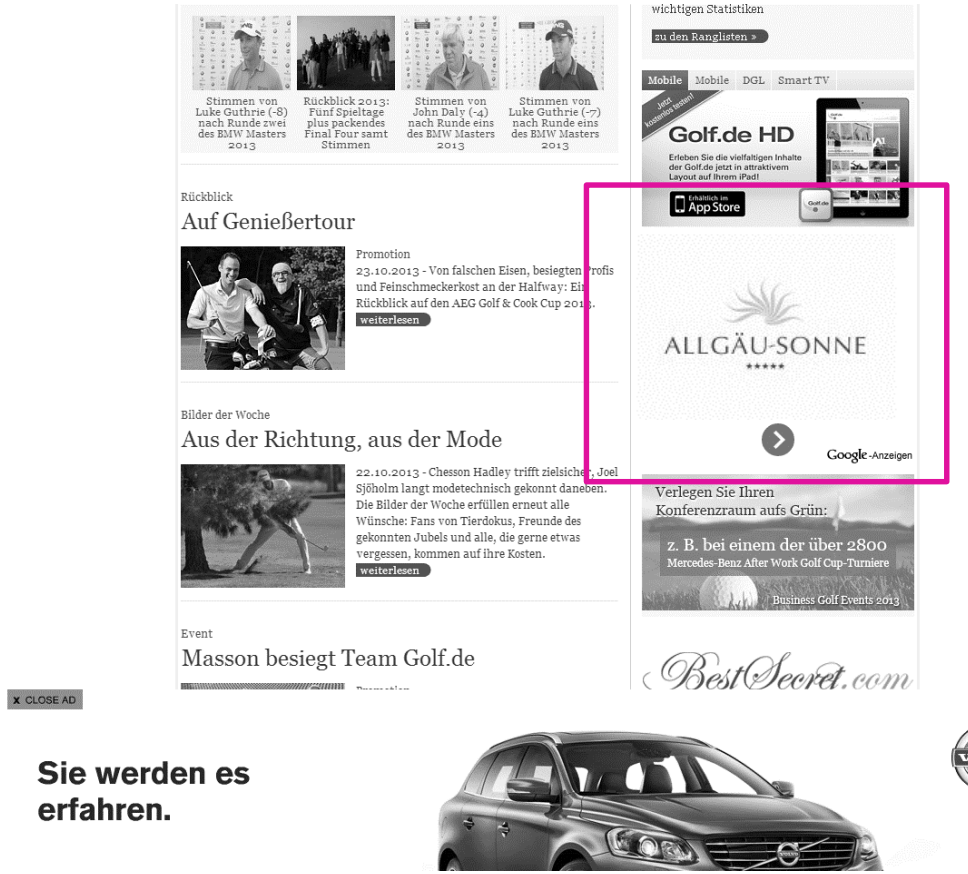
Der Gast besucht nun die Webseite des **Hotels Allgäu Sonne:**

Verweildauer:

3 Minuten auf der Seite, dann bricht er ab ohne zu buchen, besucht aber im Anschluss seine Lieblings Golfseite: www.golf.de

Chancen:

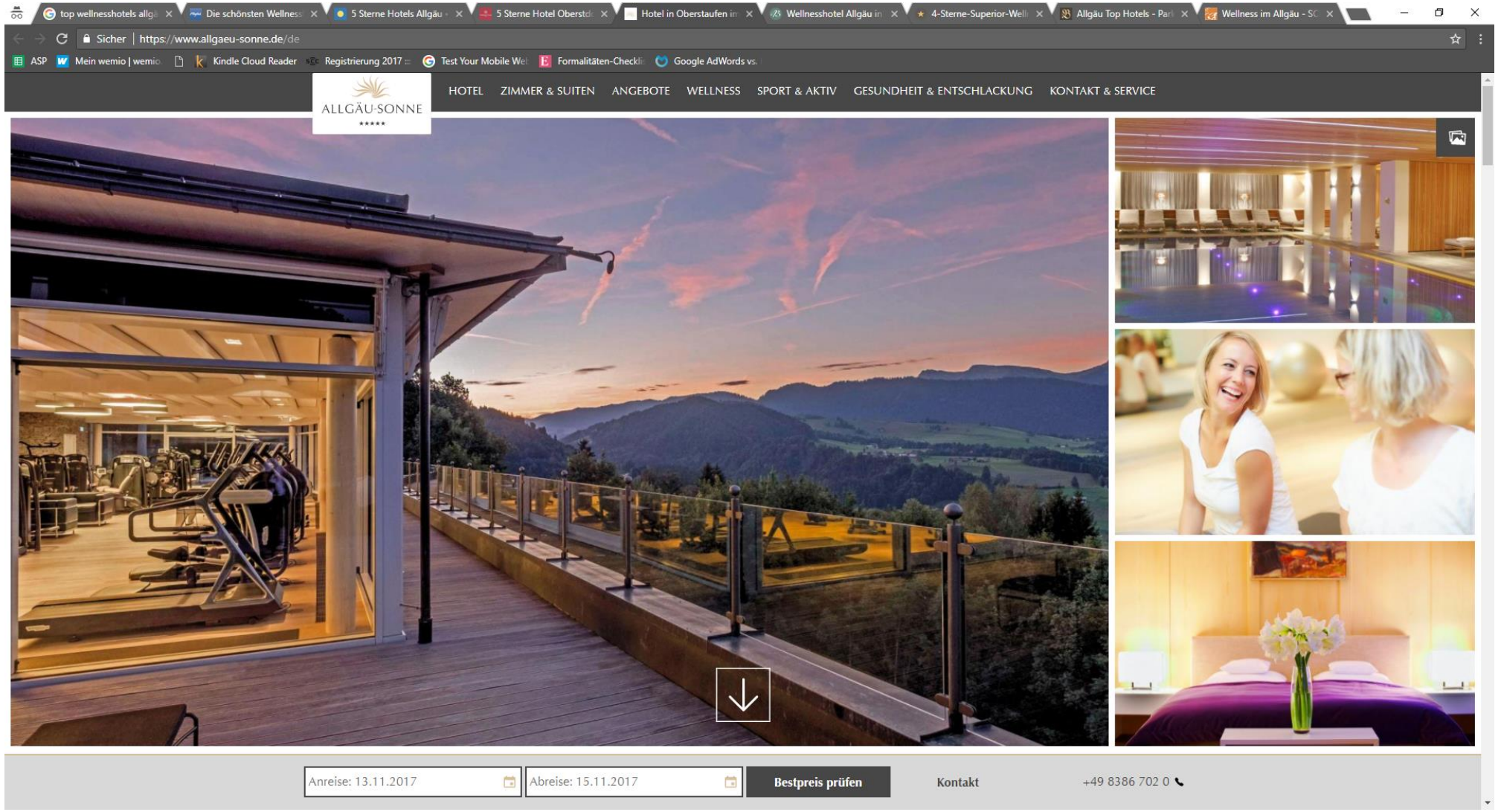
Display Retargeting mit dem Ziel, Direktbuchungen zu generieren und „Abbrecher" zurück auf die Seite zu führen



GRÜNDE FÜR EIN VERLASSEN DER WEBSITE

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS



Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

MUST HAVES

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top

1

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top

2

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top 3

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top

4

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top 5

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top

6

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top

7

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Perfekte Website?

Top 8

Die Customer Journey ...

- ...und deren drei (3) Möglichkeiten, Direktumsätze zu generieren

2. Neue Nachfrage schaffen und die Marke stärken

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

Die Customer Journey ...

- ...und deren drei (3) Möglichkeiten, Direktumsätze zu generieren

3. Kundenbindungsmanagement und Stärken der Marke

Die Customer Journey, ein Beispiel ...

Der Gast denkt gerne an den Aufenthalt zurück und erhält folgende Kommunikation:

Kundenbindungsmanagement:

Ein Monat nachdem der Gast im Hotel zu Gast war findet er in seinem Posteingang eine E-Mail Newsletter.

Chancen:

Individuelle Kommunikation
Messbarkeit
Loyalisierung

Falls diese Bestätigungsmail nicht korrekt bei Ihnen angezeigt wird, klicken Sie bitte hier, um die Online-Version abzurufen.

SCHLOSS ELMAU

The Schloss Elmau Experience

Wellness & Mental Detox für reisende Ästheten

Im schönsten Hochtal der bayerischen Alpen. Vor atemberaubender Kulisse. Der ohrenbetäubende Klang der Stille. Rauschende Gebirgsbäche.

Die Customer Journey ...

- ...und deren drei (3) Möglichkeiten, Direktumsätze zu generieren

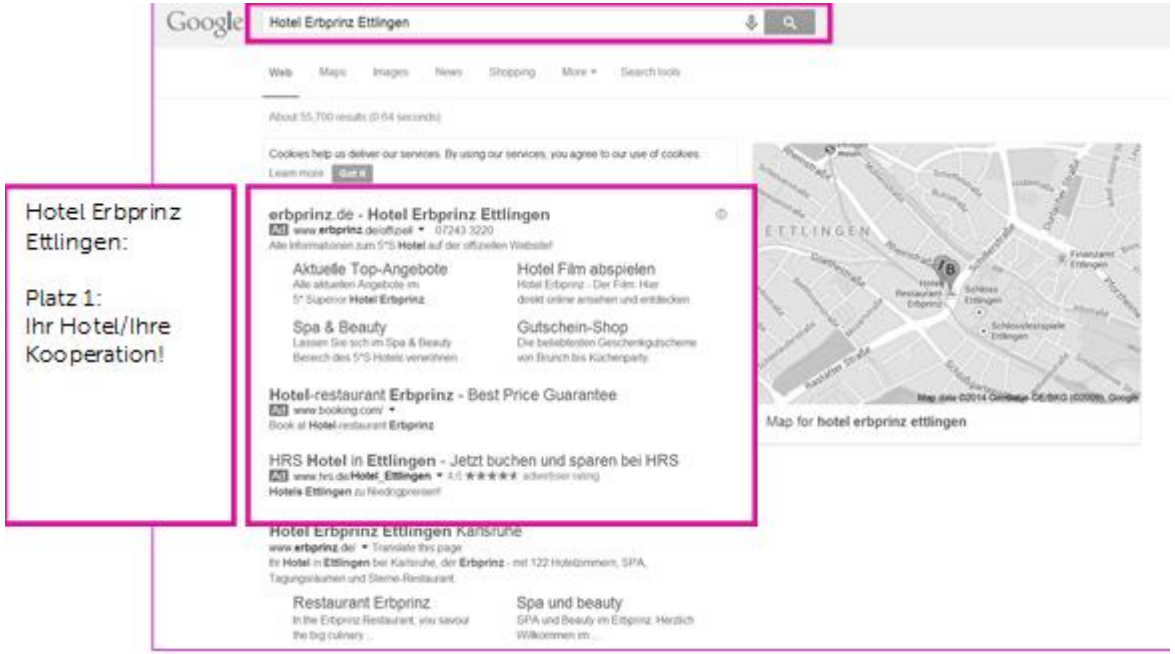
1. Bedienen einer bestehenden Nachfrage

Die Customer Journey, ein Beispiel …

Der Gast entscheidet, erneut das Hotel zu buchen:

Markenschutz, Imagekampagne:

Sucheingabe: „Hotel Erbprinz Ettlingen“

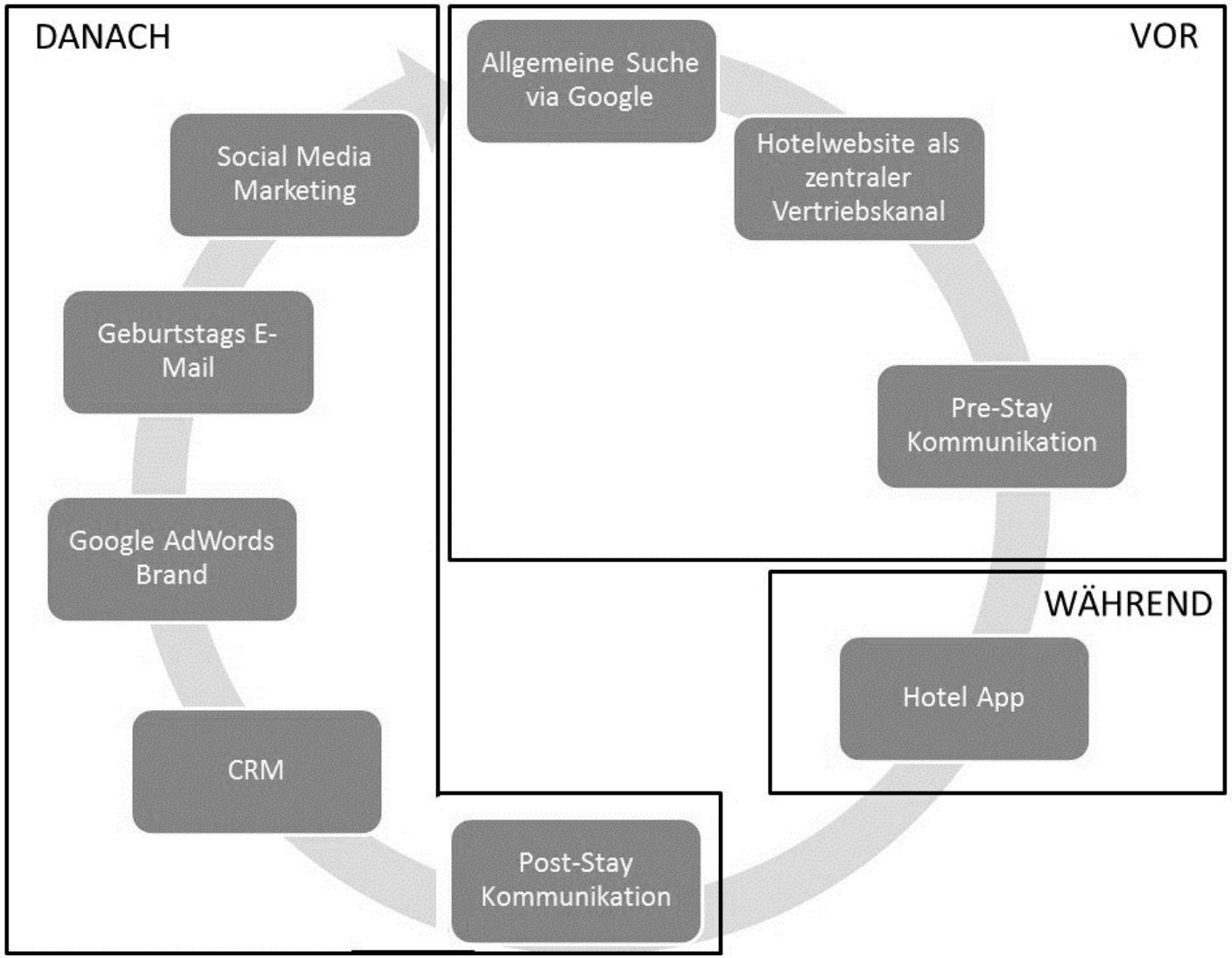


Chancen:

Schutz des Namens/Ihrer Marke bei Google

Die Customer Journey ...

... summa sumarum (vereinfacht dargestellt):



Soviel dazu –

Was heißt das für mich und mein Hotel?

1. Erkenntnis:

Die vorgestellten Phasen der Customer Journey sind heutzutage das **Minimum!**

2. Erkenntnis:

Denn: Der Gast ändert sein

Buchungsverhalten, **schneller denn je!**

Selektierte Zahlen, Daten, Fakten

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Aktuelle Daten:

- ✓ Von durchschnittlich 55 Millionen Internetnutzern in Deutschland informieren sich durchschnittlich 53,2% über Beherbergungsmöglichkeiten für ihren Urlaub oder Geschäftsreisen im Internet. Das entspricht einer Zahl von **29,3 Millionen Menschen**!
- ✓ Beachtliche **33,9% buchen die Übernachtung dann auch im Internet**
- ✓ **Meist gebuchte Leistung** in der touristischen Produktpalette im Internet: **Hotels** vor Urlaub- und Last-Minute Reisen, Bahn- oder Flugtickets
- ✓ V.a. **höhere Altersgruppen holen** auf
- ✓ Im Januar 2015 gehörten alleine **34,3 Millionen Erwachsene ab 14 Jahren zu den Unique Mobile Usern (48,7%).**
- ✓ Booking.com im Februar 2014: Der Gesamttransaktionswert von Buchungen über **mobile Endgeräte hat sich von 2012 auf 2013 mehr als verdoppelt** (3 Mrd. USD auf 8 Mrd. USD)

Quelle: IHA Studie 2017 (Branchenreport Hotelmarkt Deutschland 2017)

PREFERRED IHA PARTNER

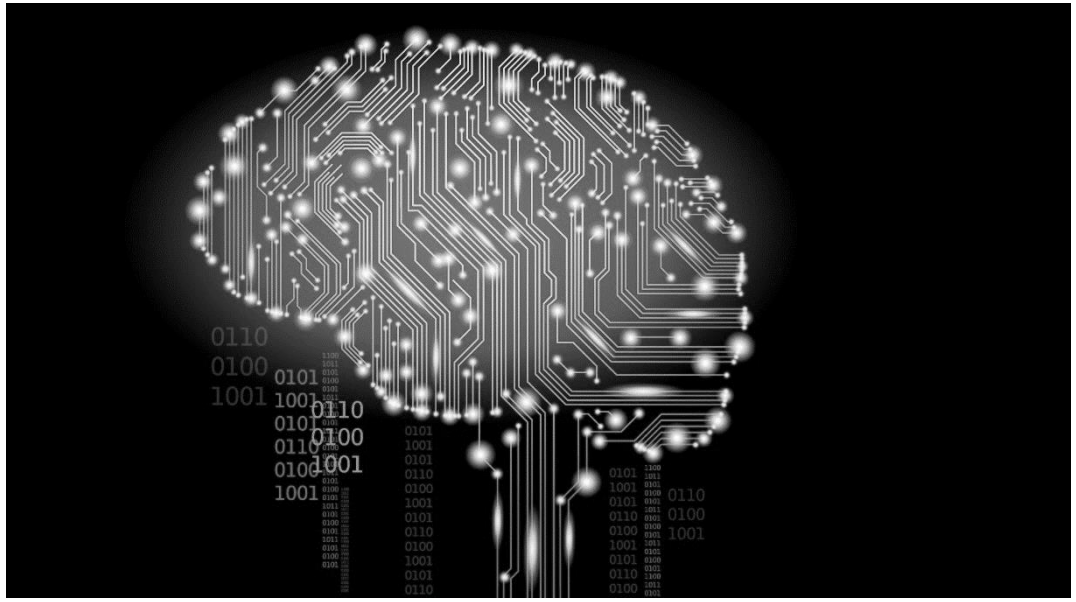
3. Erkenntnis:

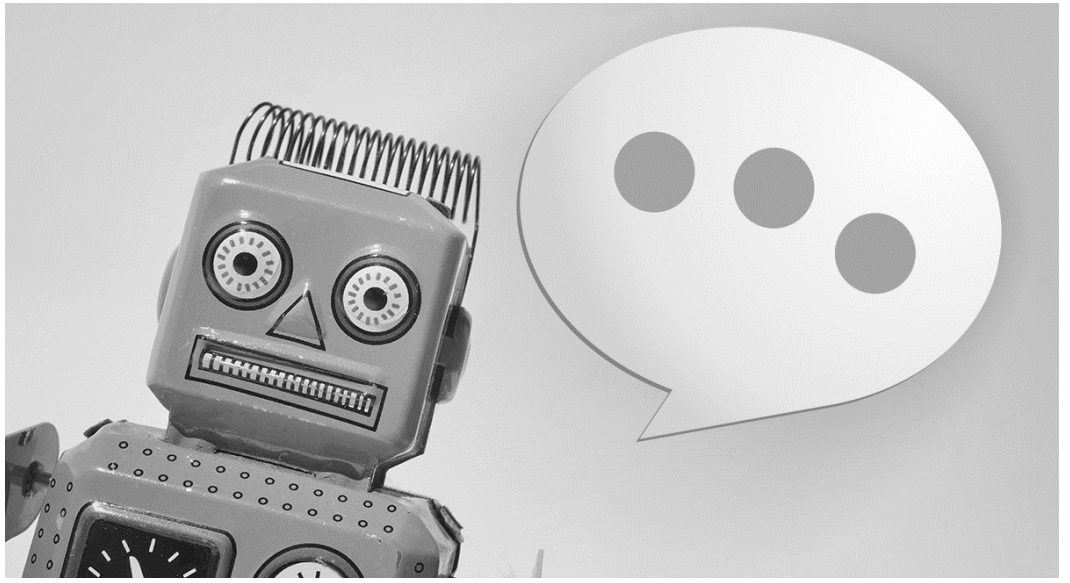
Entsprechend **gewinnen** neue Technologien

an Fahrt!

Trends im digitalen Hotelmarketing

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS





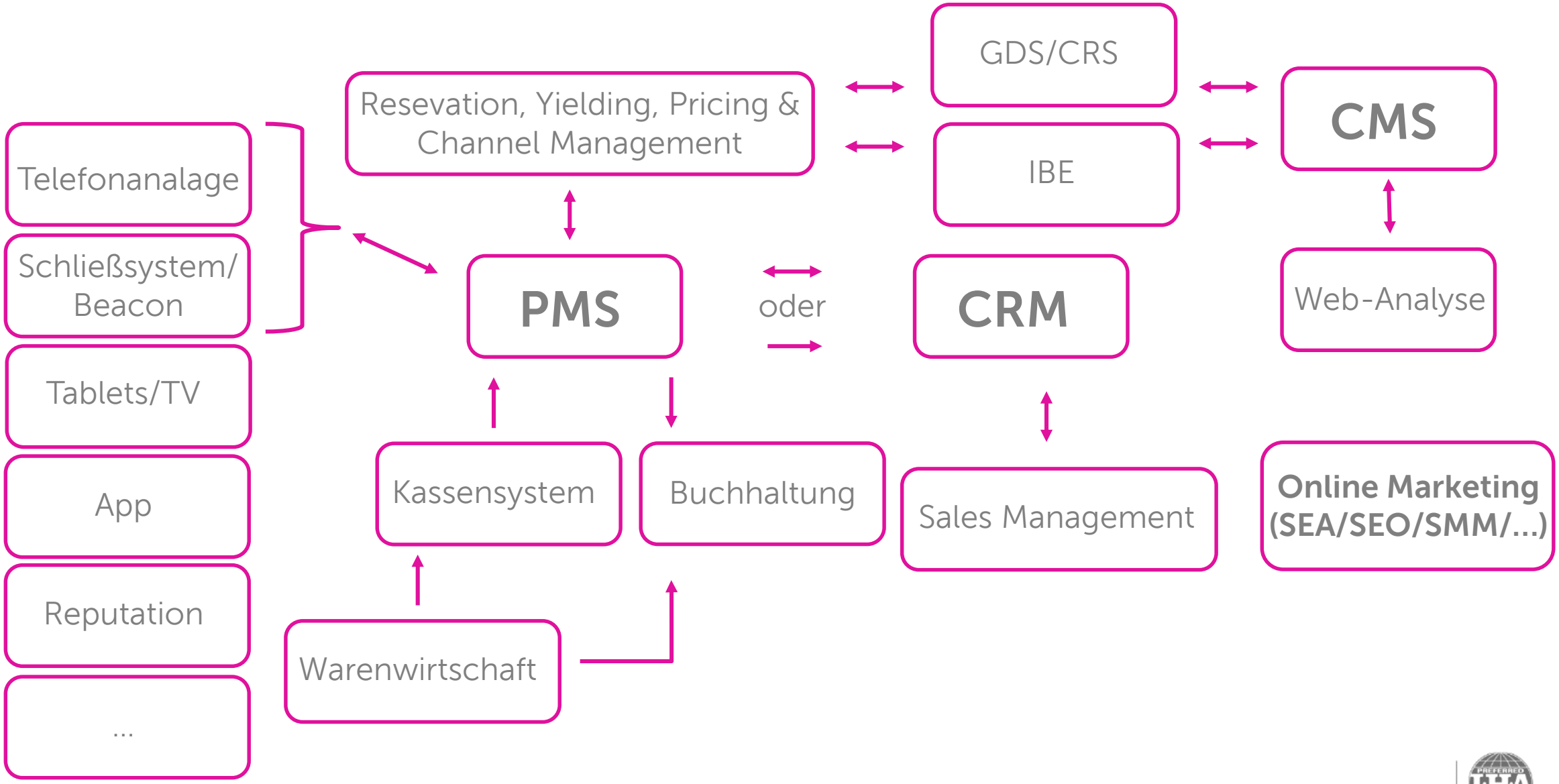
aber:

Online Marketing wird immer **datengetriebener**, mit Fokus auf den **Lifetime Value des Gastes**

Deshalb: Interfaces vs Ganzheitlicher Systeme

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Hier liegen Gastdaten ...



Was tun?

Konzentration auf vorhandene BIG DATA Kanäle

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Was bedeutet dies für EINZELHOTELS?

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

1. IDENTIFIZIEREN und SCHNAPPEN Sie sich die „low hanging fruits“

2. SPRECHEN Sie mit Marktteilnehmern

3. PROFITIEREN Sie von der Data Intelligence bestehender Anbieter

Keep calm & sell, sell, sell

Kopie der Präsentation gefällig?

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

SMS/Whatsapp mit E-Mail Adresse an:

0177 27 42 010

ONLINEBIRDS
HOTEL MARKETING SOLUTIONS

Kontakt:

Philipp S. Ingenillem
Partner/Gesellschafter
Director of Sales & Business Development,

E-Mail: **p.ingenillem@online-birds.com**

Büro München:
Telefon +49 (0)89 5 20 31 05 25
Fax +49 (0)89 5 20 31 05 20

Oder

Büro Berlin:
Telefon +49 (0)30 3 46 55 79 35

PREFERRED IHA PARTNER