

# EINFACH MEHR BUCHUNGEN

## 6 EFFEKTIVE WERBESTRATEGIEN FÜR HOTELS

### 1. PROFESSIONELLE FOTOS

Natürlich unerlässlich sind zuerst einmal professionelle Fotos, die anziehen und dieses „Da-will-ich-sein“- Gefühl vermitteln.

**70 Prozent der Menschen schauen zuerst auf die Bilder. Dann auf die Bewertungen und entscheiden sich schließlich in Kombination mit dem Preis für oder gegen ein Hotel.**

Sie sehen also: Die richtigen Fotos bieten eine erste gute Grundlage zum Erhalten von mehr Buchungen. Dabei sollte es sich nicht nur um die typischen Raumbilder ohne Menschen handeln. Die Bilder sollten auch Gefühle vermitteln also gerne mit Personen und dem richtigen Storytelling, sodass sich der Kunde auch lebhaft vorstellen kann wie es ist in Ihrem Pool zu schwimmen, in Ihren Betten zu schlafen und in Ihrem Restaurant romantisch zu Abend zu essen.



### 2. EINEN GUTEN RUF PFLEGEN

Natürlich sollten Sie stets auf Ihren Ruf achten und ihn immer pflegen.

Es gibt viele Möglichkeiten, wie man seinen Ruf verbessern kann. Allen voran mit einem exzellenten Online-Kundenservice und indem Sie immer wieder versuchen die Erwartungen Ihrer Kunden zu übertreffen. Soziale Medien bieten eine hervorragende Plattform, um mit Ihren Gästen zu interagieren und Sie indirekt dazu zu ermutigen positive Bewertungen abzugeben. Reklamationen sollten ohne Frage schnell, kompetent und höflich bearbeitet werden.

### 3. BENUTZERGENERIERTE INHALTE

Hierbei handelt es sich, wie der Name vermuten lässt um Inhalte, die von Ihren Gästen selbst erstellt wurden. Zum Beispiel um Fotos, die auf Social-Media-Plattformen geteilt wurden, Video-Blogs und Online-Bewertungen.

Sie wirken vertrauenswürdiger, auf andere potentielle Gäste, da sie nicht direkt von der Marke stammen. Möglichkeiten um für Interaktionen zu sorgen sind: Digitale Fotokabinen, Mobile Apps, Augmented Reality oder Fotowettbewerbe auf den sozialen Medien.

### 4. HOTELMARKETING AUTOMATISIERUNG

Die Idee dahinter besteht darin, dass an einzelnen Gäste Werbeinhalte gesendet werden, ohne dass ein menschliches Eingreifen erforderlich ist. Dies wird in erster Linie durch Datenerhebung erreicht und sie müssen beim Hotelbesuch des Gastes deren Einwilligung für weitere Werbung einholen. Haben Sie für diese Grundlage gesorgt, können Sie die Gäste aufgrund von vergangener Interaktion oder zu bestimmten Jahreszeiten ansprechen.

Ein Beispiel wäre zum Beispiel eine Geburtstags-Email mit einem speziellen Geburtstagsangebot oder einem Rabatt-Gutschein. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Es steigert die Kundenbindung sehr.

### 5. VIDEOWERBUNG

Die Zukunft gehört den bewegten Inhalten und grade in Bezug auf soziale Medien können solche Videos schnell verbreitet und gezeigt werden. Bei guten Videos können diese sogar viral gehen und Ihnen einen immensen Werbeeffect liefern.

Die Videos können einzelne Hauptmerkmale des Hotels hervorheben, Zimmer präsentieren, Preise bewerben und für einige Touristenattraktionen der Umgebung werben und so zu Buchungen anregen.

### 6. FOTOSPOT-KAMPAGNE

Haben Sie eine bestimmte Besonderheit in Ihrem Hotel? Einen tollen Platz? Es könnte alles sein. Ein Spiegelraum. Eine tolle Aussicht. Ein toller Whirlpool? Engelsflügel an der Wand, mit denen man sich fotografieren lassen kann.

Kleben Sie an diesen Ort einen auffälligen Sticker und schreiben Sie ihn als den Fotospot Ihres Hotels aus und versehen Sie ihn mit einem Hashtag. So regen Sie Ihre Gäste an von diesem Punkt aus auf sozialen Medien zu Posten und sie generieren ein Alleinstellungsmerkmal und einen Ort der so automatisch mit Ihrem Hotel verknüpft wird.

