

Die perfekte Hotel-Website als Schlüssel zu mehr Online-Umsatz

Utl.: Der ÖHV-Partner ncm.at gibt Tipps für die Homepage-Gestaltung =

Wien (OTS) - Die schönste Website nützt nichts, wenn sich der Gast auf der Seite nicht zurechtfindet oder die Seite von google & Co nicht gefunden wird. Hoteliers brauchen daher die Unterstützung von Experten, wenn es um Webdesign, Webmarketing und Suchmaschinenmanagement geht. ncm.at, Partner der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV), ist dafür der richtige Ansprechpartner. ÖHV-Mitglieder können einen Gratis-Website-Check nutzen und bekommen dabei konkrete Verbesserungsvorschläge.

"Der Gratis-Website-Check von ncm.at wurde bereits von zahlreichen ÖHV-Hoteliers in Anspruch genommen", berichtet Thomas Reisen Zahn, Geschäftsführer der ÖHV Touristik Service GmbH. Der Grund dafür: Die Website wird bei diesem Check nicht nur analysiert, die Hoteliers erhalten auch konkrete Tipps zur Verbesserung. "Diese Tipps sind bares Geld wert, denn sie bringen Bucher auf die Website", so Reisen Zahn.

Darauf kommt es bei Hotel-Websites wirklich an

"Besonders wichtig ist das Suchmaschinenmanagement", verrät Michael Mrazek, Inhaber der Internetagentur ncm.at. "Jeder Suchbegriff, der einen Gast auf die Hotelwebsite bringt, bedeutet eine Chance auf Umsatz." Die Suchmaschinen finden nur Wörter, die als Text auf der Website enthalten sind. Und: "Es müssen die richtigen Wörter sein." Außerdem sollte bei der Programmierung auf sogenannte Frame-Seiten und reine Flash-Seiten verzichtet werden, da die Webseite ansonsten von Suchmaschinen nicht richtig gelesen und somit auch nicht gefunden werden kann.

Mrazek rät davon ab, die Online-Gäste für Zusatzinformationen (z.B. über die Region) durch Links sofort auf andere Webseiten zu schicken. Er empfiehlt stattdessen, das Thema zuerst auf der eigenen Seite kurz zu beschreiben und erst im Anschluss einen Link zu Detailseiten anderer Organisationen zu setzen. Damit können auf der eigenen Seite weitere Stichwörter integriert werden, die für Suchmaschinen relevant sind.

Ein weiterer Hinweis von Michael Mrazek: "Auch im Online-Marketing ist die Vermittlung von Emotionen das Um und Auf. Ansprechende, große und themenaktuelle Fotos können Wunder wirken." Und natürlich müssen auf jeder einzelnen Seite der Website Kontaktadresse und Telefonnummer ersichtlich sein.

Prinzipiell sollte für den Internetauftritt des Hotels eine eigene Domain verwendet werden, die sich auch in der E-Mail-Adresse widerspiegelt. "Von Sublevel-Domains wie "www.schoeneshotel.a1.at" und E-Mail-Adressen wie "schoeneshotel@a1.at sollte man Abstand halten", so Mrazek. Stattdessen sollte es "www.schoeneshotel.at" und "hotel@schoeneshotel.at" heißen.

Sacher-Chefin Dkfm. Elisabeth Gürtler konnte die Optimierungsvorschläge bereits verwirklichen: "Es war sehr hilfreich, von einer betriebsfremden Person zu erfahren, was wir auf unserer Webseite noch verbessern können. Der Website-Check verlief sehr professionell und die Verbesserungsvorschläge wurden in einer leicht verständlichen Form präsentiert. Vieles davon haben wir bereits umgesetzt."

Weitere Informationen zum Service des ÖHV-Partners ncm.at erhalten Interessenten bei Mag. (FH) Angelika Pachschröll, (01)533 09 52-12, angelika.pachschröll@oehv.at oder unter www.oehv.at.

Rückfragehinweis:

~

ÖHV Touristik Service GmbH
Thomas Reisen Zahn, Geschäftsführer
Piaristengasse 16/7
1080 Wien
Tel: +43(1) 533 09 52
Fax: +43(1) 405 25 84
Email: office@oehv.at, www.oehv.at

~

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0303 2006-09-12/17:32

121732 Sep 06

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20060912_TPT0303