

Ennemoser Wirtschaftsberatung: Die Hotellerie der Zukunft - Erfolgskonzept Online-Marketing

Innsbruck (TP/OTS) - Die rasante Entwicklung der digitalen Medien stellt in Zukunft besonders die Hotellerie vor große Herausforderungen. Durch starke Dynamik, permanente Veränderung und Neuerungen avanciert Online-Marketing zum Schlüsselwort unserer Zeit und ergänzt dabei immer mehr herkömmliche Marketinginstrumente.

Um nachhaltig weiterhin erfolgreich zu sein, muss sich die österreichische Hotellerie permanent weiterentwickeln und sich noch stärker auf Innovationen und neue Trendfelder konzentrieren. Tourismus-Experte Dr. Klaus Ennemoser erklärt, worauf man als Hotelier in Zukunft wirklich setzen muss, um Neukundengewinnung, Pflege von Kundenbeziehungen sowie Verkauf und Vertrieb zu optimieren.

Urlaub 2.0 bedeutet, dass die Reise bereits vor dem eigentlichen Antritt mit einer ausführlichen "Reise im Netz" beginnt: Inspiration-Suche-Information-Evaluierung-Buchung. Laut dem Hotelverband Deutschland erfolgen rund 60% der Hotelbuchungen auf elektronischem Weg. Bereits 1,5 Mio. Österreicher haben per Internet Ihren Urlaub oder Teile davon gebucht. Die Anzahl hat sich seit 2006 fast vervierfacht!

Eine userfreundliche eine Hotel-Website sowie hoteleigene Buchungsmöglichkeit sind nicht mehr wegzudenken. "Trotzdem darf der Markt der rund 18 Mio. "Non-Liner" allein in Deutschland nicht vergessen werden", rät Ennemoser. Facebook, Twitter & Co werden auch weiterhin auf Erfolgskurs sein und noch kreativer werden. "Als Hotelier ist es mittlerweile Pflicht, eine eigene Facebook-Seite zu haben. Dies erfordert von den Hoteliers verstärkte Kreativität, um dieses Tool strategisch und aktiv in ihren Marketingplan zu integrieren."

Durch die Globalisierung und die Entwicklung des WWW ist den Hoteliers plötzlich die internationale Präsenz gegeben, doch damit ist man auch vergleichbarer geworden, Wettbewerb und Konkurrenz verschärfen sich. Die Transparenz des Internet erleichtert die Suche, macht jedoch auch professionelles und strategisches Marketing unabdingbar; Hotelsterne und Bewertungsportale sind neben dem Preis

ein sicheres Qualitätsmerkmal für den Gast. Immer mehr Käufe werden direkt über das Netz getätigt. In Zukunft wird vieles nur mehr über Apps und Smartphones abgewickelt werden, weitere digitale Möglichkeiten für das Marketing sind zu erwarten.

Im Marketing-Mix der Zukunft rückt E-Marketing nun an erste Stelle, Print- und klassische Werbung sollten entsprechend reduziert werden. Doch eine Grundregel gilt es zu beachten: "Erfolgreiches Web-Marketing besteht nicht darin, bei Google auf Platz 1 gereiht zu sein, sondern darin, von Ihren Wunschgästen gefunden zu werden", so Ennemoser. Das heißt konkret: gezielte Ansprache der bevorzugten Zielgruppe und maßgeschneiderte Angebote.

Zwtl.: 4 Kernpunkte des erfolgreichen Online-Marketing:

- Eigene Hotel-Website
- Web 2.0, Social Media, Gästebewertungen
- Suchmaschinenmarketing
- Portalmanagement und Online-Buchungsplattformen

Die Suche nach Kernkompetenzen, Positionierungs- und Wettbewerbsvorteilen sowie ein gezielter Einsatz von Marketing-Instrumenten wird zum Kern des New Marketing. Die klare Festlegung von zu bedienenden Märkten sowie ein klar aufgestelltes Marketingbudget sind die wichtigsten Tools für erfolgreiches Hotelmarketing.", empfiehlt Ennemoser.

Ennemoser Wirtschaftsberatung: Consulting-Experten für touristische Fragen seit 35 Jahren:
Tourismusberatung-Golfberatung-Sachverständiger-Investoren- & Immobilienservice.

Mehr dazu unter www.ennemoser.at

~

Rückfragehinweis:

Ennemoser Wirtschaftsberatung GmbH
Tourismus | Golf | Immobilien | Sachverständiger

Mag. Kathrin Cometto
Tel.: +43 (0)512 28 18 000
Fax: +43 (0)512 28 76 40
office@ennemoser.at

<http://www.ennemoser.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/12161/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2013-01-10/09:00

100900 Jän 13

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130110_TPT0004