

Relaunch obertauern.com: mehr Google-Besucher und mehr Transaktionen

Utl.: Ende Juli wurde die neue Seite von Obertauern gestartet. Das Ergebnis nach 2 Monaten sind mehr Zugriffe von Google und deutlich mehr Anfragen und Buchungen. =

Innsbruck (TP/OTS) - Zwtl.: Katapultstart von obertauern.com

Die intensive Vorbereitung hat sich ausgezahlt. Nach einigen Monaten Vorbereitungszeit, in der alle Ebenen des Tourismusverbandes eingebunden waren, ging die neue Seite von Obertauern Ende Juli online. Die Erwartungen an die neue Seite wurden übertroffen, hier ein paar ausgewählte Ergebnisse:

Zwtl.: Besucher von Google um 17 % gestiegen

Bereits 2 Monate nach dem Relaunch sind die Besucher aus der Google Suche um 17 % gestiegen, damit wurde das Ziel, mehr Besucher aus der "günstigen" Google Suche zu bekommen, erreicht. "Die Webseite auf die Suchnachfrage bei Google auszurichten, ist entscheidend und bedarf der meisten Kopfarbeit. Die Verantwortlichen in Obertauern haben hier in der Vorbereitung Zeit investiert und diese macht sich jetzt bezahlt. Dadurch werden langfristig mehr Besucher auf die Seite geleitet", erklärt Mag. Matthias Grundböck, Gründer der OMP Group, der für die Gesamtkonzeption und Umsetzungsbegleitung der neuen Webseite verantwortlich zeichnet.

Zwtl.: 150 % mehr Transaktionen

Für den Vorstand und den Geschäftsführer von Obertauern war ein wesentliches Ziel die Anfragen und Buchungen für die Unterkünfte deutlich zu steigern. Waren es auf der alten Seite noch 1 Anfrage auf 100 Besucher, konnte dieser Wert auf 2,5 mehr als verdoppelt werden. "Unser Hauptziel sind die Nächtigungen in der Region, darum haben wir den Anfrageprozeß deutlich verschlankt, um mehr Kontaktaufnahmen durch den Gast zu ermöglichen. Wir haben ein großen Schritt in die richtige Richtung getan, aber uns ist auch bewusst, dass wir hier nicht am Ende, sondern am Beginn der Reise sind" erklärt Mario Siedler, Geschäftsführer TVB Obertauern.

Zwtl.: Benchmark als Gradmesser

"Vergleiche mit anderen Regionen sind wichtig, um die richtigen Hebel in Bewegung setzen zu können. Obertauern hat sich mit der neuen Seite unter die besten der 40 Benchmarkteilnehmer katapultiert, darunter starke touristische Marken wie Kitzbühel, Alta Badia und Garmisch-Partenkirchen, um nur einige zu nennen" erklärt Raha Poostchi, Mitglied der OMP Group.

Zwtl.: Über die OMP Group

Die OMP Group hat sich der ständigen Verbesserung der Effizienz aller online Aktivitäten verschrieben, dabei steht OMP für Online Marketing Performance. Die OMP Group bietet umfassende Beratung im Bereich von Webseiten, online Marketing Kampagnen und online CRM Aktivitäten. Dabei steht eine umfassende Analyse der Userdaten am Beginn, um danach die entsprechenden Maßnahmen ableiten zu können. Die OMP hat ihren Sitz in Innsbruck und setzt sich aus langjährigen Praktikern zusammen.

~

Rückfragehinweis:

Matthias Grundböck
OMP Services GmbH
t +43 512 31 90 49
matthias.grundboeck@omp-group.at
www.omp-group.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/15232/aom>

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

TPT0001 2014-10-06/07:45

060745 Okt 14

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20141006_TPT0001