

Vieles versprochen, wenig gehalten! Der Online Vertrieb im Visier von Interalp Touristik



Salesbox Simple - Responsive Channel Manager

Credit: Interalp Touristik

Fotograf: Interalp Touristik



Interalp Touristik GmbH Logo

Credit: Interalp Touristik

Fotograf: Design - Interalp Touristik

Utl.: Viele vermeintlich hochwertige Dienstleistungen und Systeme sind am Markt - in Wahrheit sieht es im Bereich des Online Marketings & Vertriebs jedoch unschön und grau aus. =

Kirchberg in Tirol (TP/OTS) - Beherbergungsbetriebe werden mehr denn je von Agenturen mit zahlreichen Trends und Innovationen umgarnt sowie mit hochtrabenden Begriffen wie "Marktführung im Bereich eTourismus", zahlreiche Schnittstellen zur Steigerung Ihrer Buchungen sowie Anbindung zu "Meta-Search Engines" geködert. Aber wer blickt da noch durch? Und was genau braucht man wirklich?

Fakt ist - der Hotelier wird sehr aggressiv umworben und dabei wird auch vor höchst fragwürdigen Praktiken nicht zurückgeschreckt - jahrelange Knebelverträge, unverhältnismäßig hohe Supportkosten und kaum ein deutschsprachiger Systembetreuer, wenn man denn überhaupt jemand telefonisch erreicht. Die Betreuung und Dienstleistungsqualität im Online Marketing und Vertriebs-Sektor hat somit einen neuen Tiefpunkt erreicht, denn es geht schon lange nicht mehr um den Hotelier. Es geht um Kundenakquise, Umsatzzahlen und Marktanteile - dass der Beherbergungsbetrieb den online Vertrieb versteht und "mitlernt" um dann für sich gezielt die Möglichkeiten, die Google und Co bieten, für sich zu nutzen, ist längst

nebensächlich geworden.

"Wettbewerb ist gut und recht - das belebt den Markt und lässt alle Beteiligten zur Höchstform auflaufen. Wenn aber dabei Dienstleistungsqualität, Support am Kunden und der gemeinsame Blick auf ein Ziel darunter leiden, schadet dies der gesamten Branche. Mittlerweile tummeln sich so viele schwarze Schafe am online Markt, dass der Kunde den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht. Klein- und Mittelbetriebe können und werden bei dem finanziellen Aufwand der als notwendig propagiert wird, nur bedingt mitspielen" fasst Mag. Sigrid Ruppe-Senn, Geschäftsführerin im Bereich Operation bei der Interalp Touristik GmbH, die aktuelle Situation zusammen.

Dem Hotelier werden Begriffe wie Meta-Search Engines oder multiple Interface Connections und dergleichen an den Kopf geworfen - die Info aber, dass einige dieser Tools mit Cost-per-Click Verfahren arbeiten oder aber die Qualität der Interfaces auf keinen Erfahrungswerten basiert, wird nur am Rande erwähnt. Der Hotelier muss für diese Marketing-Tools fast immer zusätzliches Budget in die Hand nehmen, um sie wirksam für sich nutzen zu können. Und die Tatsache, dass die Basis wie Website, Web Booking Engine sowie Zimmer- und Ratenmatrix noch gar nicht ausreichend für den online Markt vorbereitet sind, erschwert ein erfolgreiches Agieren noch mehr.

Interalp Touristik schwimmt hier eindeutig "gegen den Strom" - das Unternehmen strebt ehrliche und flexible Zusammenarbeit mit dem Kunden an, sowie die gemeinsame Zielsetzung, wirtschaftlich messbare Erfolge einzufahren und dabei gleichzeitig die dafür eingesetzten Kosten im Blick zu haben. Den Kunden als individuelle Persönlichkeit anerkennen und jedem mit Exzellenz, persönlicher Integrität und Vertrauen in die Geschäftsbeziehung begegnen - wenn der Grundstein hierfür gemeinsam auf sinnvolle Weise gelegt wird, dann stellt sich der Erfolg dazu automatisch ein.

~

Rückfragehinweis:

Interalp Touristik GmbH
Brixentalerstr. 16
A - 6365 Kirchberg in Tirol
Kontakt: Mag. Sigrid Ruppe-Senn
Email: sr@interalp-touristik.com
Tel: +43 5357 504504 13

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/10779/aom>

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

TPT0001 2015-09-30/10:00

301000 Sep 15

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20150930_TPT0001