



KURZ UND KNAPP

WORUM GEHT'S?

Unter Online-Marketing versteht man die Nutzung verschiedener digitaler Kanäle, wie Social Media, E-Mails, Google-Suche und die Website des Unternehmens, zur kundenorientierten Information und Kommunikation. Online-Marketing ist auch für die Tourismusbranche essenziell für den Unternehmenserfolg. Um jedoch von den digitalen Technologien profitieren zu können, ist ein tiefgreifendes Verständnis der verfügbaren Optionen erforderlich.

TRENDS & NUTZEN DES ONLINE-MARKETINGS

Henry Ford wird die Aussage zugeschrieben: „Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte“. Bei Online-Marketing lässt sich die nutzbringende Hälfte ermitteln, da die Effektivität der Online-Maßnahmen gezielt gemessen werden kann. Dies wird vor allem ermöglicht durch Suchmaschinenmarketing (SEO & SEA), Social-Media-Marketing, Video-Marketing und Web-Analyse, wie z. B. mittels Google Analytics. Diese Tools bieten kleinen und mittelständischen touristischen Unternehmen große Potenziale, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern, die Produkt- und Markenpräsenz zu erhöhen und Marketingabläufe effizienter zu gestalten. Zusätzliche Optimierungspotenziale entstehen durch passgenaue Marketing-Automatisierungstools, die manuelle Vorgänge in der Planung, Steuerung und Auswertung der Kampagnen ablösen, die Datenqualität verbessern, das Reporting und die Analyse von Marketingmaßnahmen erleichtern und die Entscheidungsfindung beschleunigen.

NUTZEN DES ONLINE-MARKETINGS

- Zukunftsorientiertes Handeln durch digitales Marketing
- Multimediale, zielgerechtere Kundenansprache
- Passgenaue, kostengünstige Marketinginstrumente

VORTEILE FÜR KLIENTEN

- Effektive Definition der Zielgruppe
- Zeit- und Kostenersparnis durch Automatisierung
- Anpassungs- und Optimierungsmöglichkeiten
- Messbarkeit des Erfolgs
- Verbesserung des Images

NUTZEN FÜR UNTERNEHMEN

- Bedarfsgerechte Interaktion mit dem Anbieter fördert das Vertrauen
- Entscheidungsfindung auf der Basis fundierter Information

ANWENDUNGSBEISPIELE

POTENZIALE DES ONLINE-MARKETINGS ENTDECKEN

Haben Sie sich bereits damit auseinandergesetzt, wie Sie Ihr Online-Marketing für Suchanfragen Ihrer Kunden optimieren können? Steigern Sie Ihre Bekanntheit mithilfe unserer Schulungen und Online-Seminare zu verschiedenen Themen des Online-Marketings. Lassen Sie sich von Praxisbeispielen anregen und erfahren Sie von unserem Team, wie Sie sich durch mehr Know-how im Online-Marketing einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten können.

TRENDS UND NUTZEN

SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG

Höhere Sichtbarkeit der
Webseite für die Nutzer

SOCIAL-MEDIA- MARKETING

Verringerung der Kun-
dendistanz

VIDEO-MARKETING

Erhöhung der Kunden-
aufmerksamkeit

GEOMARKETING

Ergänzung Marketing-Mix
um räumliche Dimension

WEB-ANALYSE

Besseres Verständniss
der Kundenverhaltens

MARKETING-AUTO- MATISIERUNG

Reduzierung der manuel-
len Marketingabläufe

WEB-PRÄSENZ & PERSONALISIERUNG

Online-Werbung, Reiseblogs und soziale Netzwerke dienen vielen Reisenden als Inspirationsquelle. Gleichzeitig steigt auch das Vertrauen in Bewertungsplattformen. Folglich sind die Pflege der eigenen Web-Präsenz und ein seriöser Social-Media-Auftritt von erfolgskritischer Bedeutung. Der Schlüssel zum Unternehmenserfolg ist eine personalisierte Customer Journey, die sich mithilfe verschiedener Web-Analytics-Tools anpassen lässt. Hierdurch wird die Analyse des Nutzungsverhalten potenzieller Gäste auf Ihrer Webseite ermöglicht. Sie erhalten wertvolle Informationen über die jeweiligen Ansprüche und Präferenzen Ihrer Kunden. So kann aus einem losen und unregelmäßigen Kundenkontakt ein strategisch angelegter Kommunikationskanal mit hohem Umsatzpotenzial entstehen.



KONTAKT

SIE HABEN FRAGEN?

Ansprechpartnerin: Maria Freyer

Tel.: +49 (0) 381 45 70 22

E-Mail: maria.freyer@hochschule-stralsund.de

www.kompetenzzentrum-rostock.digital