



---

**Integrales iMarketing Positionierung und Imageaufbau**

In der Hub 5

D 87509 Immenstadt im Allgäu

[onlinepresse-pressenotiz.org](http://onlinepresse-pressenotiz.org)

---

**Ansprechpartner:**

Ramona Kramp

+49 (8323) 9696603

[ramona.kramp@onlinepresse-pressenotiz.org](mailto:ramona.kramp@onlinepresse-pressenotiz.org)

## **iMarketing News: Die besonderen Anforderungen von kleineren Hotels, wenn es um Marketing und PR geht**

**Kleine Hotels haben nicht das gleiche Marketing-Budget als große Hotels zur Verfügung. Manchmal steht auch kein Marketingbudget zur Verfügung.**



Der digital orientierte Gast sucht mit dem Mobilphone

(lifep) (Immenstadt im Allgäu, 12.08.2015) Für kleine Hotels ist es wichtig, jede Gelegenheit im Bereich des digitalen Marketing zu nutzen.

Es gibt viel, was getan werden kann, wenn es um ein natürliches SEO und digitales Marketing geht. Es nimmt viel Zeit in Anspruch, das Hotel kann diese Tätigkeit an einen Profi abgeben und sich um die eigentlichen Arbeiten zum Hotel kümmern.

Steht kein Budget zur Verfügung, dann ist es am Besten sich mit weiteren kleinen Hotels zusammenschließen oder auszutauschen. Diese auch einfach um Rat zu fragen. Hotels welche ihre Ziele erreicht haben. Auch ein anderer Hotelier kann Freund und Mentor sein.

Einer erfolgreichen Kooperation steht nichts im Wege, weil zwei Angeboten nie gleich sind, so können diese jeweils unterschiedlich vermarktet werden.

Nie glauben, dass je mehr für Marketing und PR bezahlt wird, hiermit sichergestellt ist, auch gute Ergebnisse zu haben. Nie für etwas zahlen, was nicht gesehen werden kann. Nie ja sagen, zu einem automatisierten Marketing. Es geht um einen organischen und dauerhaften Imageaufbau, eine natürliche Präsenz im SocialWeb, mit dem Ergebnis

Gäste zu gewinnen und zu binden.

Kleinere Hotels können unterschiedliche Auslastung während eines Jahres haben. Je nach Lage und Bedingungen. Daher sollte ein Marketing zu jeder Jahreszeit durchgeführt werden. Eine Hochsaison und ein volles Hotel bedeutet nicht, sich entspannen zu können. Die Nebensaison ist gleich um die Ecke. Marketing und PR sind wie die Hauswirtschaft, diese sollte ebenso täglich ausgeführt werden. Die Marketing-Kampagne sollte konstant während des ganzen Jahres durchlaufen.

Es gilt das eigene Hotel wie, als wäre es ein persönliches Individuum zu betrachten: „Mit Charaktereigenschaften, Stärken und Schwächen“. Mit dem Arbeiten was vorhanden ist. Genau wie bei einem real vorhandenem Menschen. Nicht wie ein großes Hotel handeln, das verwirrt völlig unnötig Gäste.

Den Aufenthalt des Gastes so herzallerliebste, gesund und einzigartig gestalten, wie es leicht möglich sein kann. Den Gästen mitteilen, was alles in der nahen Umgebung erlebt werden kann. Hat das Hotel keinen Wellnessbereich, dann mitteilen, wo und mit welchen Angeboten dieser leicht ausserhalb des Hotels erreichbar sein kann. Ebenso mit Golfen, Tennis und anderes. Den Gästen zuhören, wenn diese mitteilen, was sie gerne erleben möchten.

Herausfinden, was die Spezialisierung sein kann, erforschen und diese konsequent fördern.

Die Situation sollte so sein, dass zu jedem Zeitpunkt potenzielle Gäste informiert werden können und zwar, über jedes Ereignis, das von Interesse ist. Die eigene Website mit notwendigen Informationen für den digitale Gast füllen. Diese Informationen auf dem neuesten Stand halten.

Regelmäßige Veranstaltungen organisieren, zum Beispiel: Wein und Whisky Proben, gastronomische Wochenenden, Kochkurse und Seminaren. Zur Informationsquelle werden.

Mit der Fokussierung auf das Social-Media-Marketing als Kundenbindungskanal wird der Umsatz als Ergebnis kommen. Ein reines Umsatz- oder Verkaufsd Denken funktioniert im SocialWeb kaum.

### **Best Social-Media Practices für kleine Hotels**

Die besten Kampagnen die wir getan und auch gesehen haben, wurden organisch durchgeführt. Es gab keine bezahlte Facebook-Werbung oder Pay-per-Click-Anzeigen auf Suchmaschinen.

Wurde die richtige Zielgruppe, die Gäste welche zum Hotel passen, da sie genau das suchen was angeboten wird, getroffen, so kann dann auch gezielt von Mensch zu Mensch kommuniziert werden. Es kann ein Austausch zu genau den Interessensfeldern stattfinden, was der digital orientierte Gast sucht.

10K Fans auf Facebook zu haben, bedeutet nicht, dass 10K potentiellen Gästen ihre Informationen lesen. Die tatsächlichen Gäste sind die wertvollsten Fans die ein Hotel haben kann. Am Empfang kann leicht ein Gast gefragt werden, was ihm gefällt, was er sucht. Im Hotelprospekt, auf der Speisekarte kann klar und deutlich die Adresse zur Facebook-Fanpage oder zur Google+ Seite stehen. Die Gäste sind und denken digitaler als es dem Hotelier überhaupt bewusst ist.

Grundlegend ist es wichtig die eigene persönliche Zielgruppe zu kennen und gezielt diese anzusprechen. Fans oder Anhänger welche mit Gewinnspielen gewonnen wurden, müssen noch lange keine Hotelgäste werden. Sie suchen das Angebot nicht oder möchten ganz andere Preise zahlen.

Feedback von Gästen ist notwendig. Auch um zu sehen, wie gut oder aufmerksam Mitarbeiter sind. Ebenso sollte konstant die eigene Strategie unter Beobachtung stehen. Was zählt ist das Ergebnis.

Bei kleineren Hotels kann es viel öfters vorkommen, dass dieses schlechtere Bewertungen erhält, als große Hotels. Dies kann die wirtschaftliche Situation erheblich erschweren. Aus diesem Grunde wird der Focus auf eine dauerhafte Präsenz im SocialWeb gelegt. Sollten schlechte Bewertungen auftauchen, erhalten diese keine Gewichtung, wenn im Austausch im SocialWeb überwiegend Positives erscheint. Oder die Präsenz so gut vorhanden ist, dass sowieso schon Empfehlungen ausgesprochen werden.

### **Worin bestehen die größten Chancen im Social-Media für kleinere Hotels?**

Die größten Chancen liegen im persönlichen oder besseren Austausch mit potentiellen Gästen über ein organisch gut ausgeführtes Social-Media. Die digitale Strategie kann sofort angepasst werden. Neue Trends können leicht integriert werden. Somit erhält jedes kleines Hotel die Chance innovativ zu handeln und liegt ebenso zu jedem Zeitpunkt im Trend.

Google Plus ist zwischenzeitlich ebenso ein wichtiger Austauschkanal für die Hotellerie geworden. Ebenso, um Interessen, Hobbys, Wünsche von Gästen herauszufinden und zu analysieren.

Die digitale Strategie von SarahaSocialWeb ermöglicht es Hoteliers,

- o die Zufriedenheit der Gäste zu erhöhen
- o den Online-Umsatz zu steigern
- o einen nachhaltigen Imageaufbau ebenso zur Gästebindung zu nutzen
- o zu jedem Zeitpunkt die neuesten Trends integrieren zu können
- o sich zu spezialisieren und hierdurch besser oder leichter zu kooperieren

Anfragen können gestellt werden: SarahaSocialWeb, Ramona Kramp & Team, In der Hub 5, D-87509 Immenstadt, eMail ramona.kramp@saraha-social-web.de Telefon +49 8323 9696603. Der Slogan lautet "Ein Hotel ohne Gäste, ist wie eine Pralinenschachtel ohne Pralinen".

**Wichtiger Hinweis:**

Für die oben stehende Pressemitteilung ist allein der jeweils angegebene Herausgeber (siehe Firmeninfo) verantwortlich. Dieser ist in der Regel auch Urheber des Presstextes, sowie der angehängten Bild-, Ton und Informationsmaterialien. Die Huber Verlag für Neue Medien GmbH übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Auch bei Übertragungsfehlern oder anderen Störungen haftet sie nur im Fall von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Bitte klären Sie vor einer Weiterverwendung urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber. Bei Veröffentlichung senden Sie bitte ein Belegexemplar an [service@pressebox.de](mailto:service@pressebox.de). Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Genehmigung durch die Huber Verlag für Neue Medien GmbH gestattet.

Am Anfang der Pressemeldung finden Sie einen QR-Code mit welchem Sie schnell und einfach zurück auf die entsprechende Pressemeldung-Detailseite zurückgelangen. Lesen Sie unter <http://www.pressebox.de/info/qr-codes.html> alle Details inkl. Software-Empfehlungen für Ihr Handy/Smartphone!