

Die Expertin weiss Rat

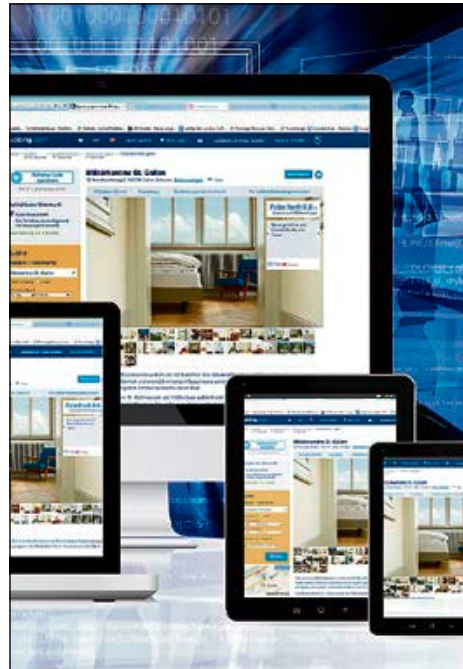
Einheitlicher Online-Auftritt



LESLIE MÜLLER
ist Product Managerin bei STC.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Fragen rund um STC und
deren Dienstleistungsangebot.

Längst ist bekannt: Ob Telefon- oder Internetbücher, die Hotelsuche geschieht vermehrt – oder bald ausschliesslich – online. Das Internet ist zum weitaus wichtigsten Medium bei der Akquise neuer Gäste geworden. Deshalb ist ein makelloses, durchwegs einheitliches Online-Image entscheidend. Es schafft Vertrauen und steigert die Chancen auf eine Buchung. Doch wie gelingt dies am effizientesten, und wie kann ich mein Image im Netz optimieren?

Mögen Sie sich an den allerersten Artikel dieser Ratgeberserie erinnern? Damals hatten wir gelernt, dass die Suche nach dem passenden Wunschhotel fast immer bei einer Suchmaschine wie Google beginnt. Auf dem Weg zur Buchung durchforsten die Gäste rund 18 Reiseplattformen, filtern 10 potenzielle Übernachtungsanbieter heraus und besuchen deren Hotelwebsite auf der Suche nach Bildern und Hotelinformationen. Eine weitere Studie belegt, dass ein Kunde rund 7 Anläufe benötigt, bis er schliesslich bucht. Was bedeutet dies für die Hoteliers? Es gilt, den Online-Auftritt auf sämtlichen Reiseplattformen zu optimieren! Denn damit steht und fällt, ob Sie es in die engere Hotelauswahl schaffen oder nicht. Oft benutzt der Kunde für seine Recherchen verschiedene Endgeräte – er surft am Desktop im Büro, stöbert via Smartphone auf der Heimfahrt und bucht dann letztendlich auf dem Tablet. Eine Homepage mit responsive Design, welches



Gehört zur Grundaussstattung: Homepage mit responsive Design. 123RF/Bildmontage htr

sich dem Endgerät anpasst, gehört somit zur Grundaussstattung.

Auf welchen Plattformen gilt es zu brillieren?

Landet der Gast erst einmal auf einer Suchmaschine, so hat ein einzelnes Hotel kaum mehr eine Chance, den Gast direkt abzufangen. Durch Suchmaschinen-Optimierung ein Topranking bei Google zu erzielen, ist für einen Einzelbetrieb eine

praktisch unmögliche Mammutaufgabe. Warum also gegen Goliath antreten, wenn es auch einfach geht? Investieren Sie in einen attraktiven Auftritt auf den beliebtesten Reisevergleichs-Plattformen, wie kayak.com, booking.com, trivago, Google Plus, Ebookers oder STC, welche diese kostspielige Aufgabe für Sie übernehmen. Die Kunden bedienen sich für die Hotelsuche ohnehin lieber jener gut strukturierten Vergleichsportale. Lassen Sie Ihr Hotel auf diesen Plattformen also von seiner schönsten Seite erstrahlen. Zahlreiche und anmutige Bilder, prägnante und informative Texte, hilfreiche Bewertungen, aussagekräftige Zimmerbeschreibungen sowie aktualisierte Preise und transparente Konditionen gehören zur Grundausrüstung. Achten Sie zudem auf Richtigkeit sowie ein durchs Band einheitliches Erscheinungsbild. Ihre Corporate Identity soll auch auf externen Plattformen durchschimmern. Inkongruente, konfuse Informationen zerstören das Vertrauen potenzieller Neukunden im Nu.

Für welche Gästesegmente ist dieser Auftritt wichtig?

Reiseplattformen sprechen vorwiegend individualreisende Feriengäste an – könnte man meinen, ist jedoch weit gefehlt! Immer häufiger machen sich nämlich auch Seminarbücher diese Suchplattformen zunutze. Bilder, Ausstattungen, Services – im Handumdrehen finden sie dort sämtliche relevanten Details. Wie besser könnte man nach dem passenden Hotel für das nächste Seminar suchen? Dasselbe gilt für Gruppen, Hochzeiten oder Bankette. Wer sich schnell und unkompliziert ein Bild möglicher Hotelanbieter machen möchte,

ist mit solchen Plattformen bestens bedient. Deren Inhalte sind stets identisch und übersichtlich aufgebaut. Die Onlinepräsenz auf Reiseportalen ist also Ihre Visitenkarte für eine Vielzahl von verschiedenen Gästesegmenten. Es ist der «Place to be» schlechthin, wenn es darum geht, das Interesse Ihrer Kunden auf Sie zu lenken!

Aber aufgepasst: Es erfordert stetige und sorgfältige Pflege. Wer online professionell auftreten will, muss den Content bei sämtlichen Anbietern kontinuierlich überprüfen und aktualisieren. Eine mühsame Fleissarbeit, die sich langfristig aber garantiert auszahlt. Steter Tropfen höhlt den Stein.

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.



Haben Sie Fragen an STC?
Telefon 043 210 55 15
(Mo–Fr, 8–17 Uhr)
E-Mail:
hotelhelpdesk@stc.ch

MARKTNOTIZEN

Academy of Excellence

Mit der Academy of Excellence hat die Internationale Schule für Touristik in Partnerschaft mit dem Schweizerischen Institut für Betriebsökonomie SIB einen weiteren Meilenstein erreicht. Mit der Zusammenarbeit haben sich nicht nur zwei starke und etablierte Partner gefunden, es konnte vor allem ein nutzbringendes, attraktives und ganzheitliches Ausbildungsangebot für touristische Unternehmungen geschaffen werden.

Mit zielgerichteten und praxisorientierten Kursen wie z.B. «CERT. PRODUCT DESIGN EXPERT IST/SIB», «CERT. ONLINE MARKETING EXPERT IST/SIB» oder «CERT. INTERCULTURAL COMPETENCE EXPERT IST/SIB» wendet sich die Academy of Excellence an eine sehr breite Zielgruppe im Tourismus.

Da das neue Kursangebot auch in der Branche sehr begrüsst wurde, konnten auch Partnerschaften mit den wichtigsten Tou-



rismusverbänden geschlossen werden. Mitglieder dieser Organisationen profitieren von ermässigten Kurspreisen.

Dank hoher Fachkompetenz und grosser Erfahrung der Kursleiter sind ein optimaler Wissenstransfer und eine praxisnahe Ausbildung bei allen Kursen garantiert. Die stetige Weiterbildung und Vertiefung aktueller Fachbereiche sind Schlüsselfaktoren für das Weiterkommen und den zukünftigen Erfolg.

www.ist-zurich.ch/excellence



Der Häfele Cube in Kreuzlingen ist ab Frühjahr 2015 zu besichtigen.

Architektur trifft MeisterMöbel nach Mass

Im Frühjahr 2015 eröffnet die Häfele Schweiz AG in Kreuzlingen am Bodensee den Häfele Cube unter dem Motto «Mehr Leben pro m²» und präsentiert das Möbelprogramm aus dem neuen Kooperationsprogramm MeisterMöbel mit ausgewählten Schreiner- und Tischlermeistern aus der Schweiz.

Im Rahmen dieses Kooperationsprogramms zwischen Häfele und dem Schreinerhandwerk ist eine Reihe von multifunktionalen Produktlösungen entstanden, die traditionelle Handwerkskunst mit modernem Design, intelligenten Funktionen und innovativer Beschlagtechnik vereinen. Das Ergebnis: Multifunktionale Einzelstücke, die sich schnell an veränderte Raumsituationen und wechselnde Lebenslagen anpassen lassen.

Als besonderes Highlight dieser Zusammenarbeit präsentiert Häfele in dem «Cube» ein edles Sideboard, aus dem sich per Knopfdruck der Fernseher ausfahren lässt. Hinter den Fronten gibt es viel Platz für eine kleine Bibliothek, die Stereoanlage oder eine Bar. Die flexiblen Eigenschaften der Möbel sowie die einzigartigen Gestaltungsmöglichkeiten des Handwerks machen jedes Produkt zu einem exklusiven, langlebigen und individuellen Einzelstück.

Um diese vielfältigen Möglichkeiten vor Ort zu erleben und sich von der ausgezeichneten, handwerklich hohen Qualität der massgeschneiderten MeisterMöbel ein Bild zu machen, lohnt sich ein Besuch in Kreuzlingen.

www.haefele.ch

Fairantwortungsvoll einkaufen

Der Einkauf von ökologisch zertifizierten Produkten ist vielerorts längst kein Trend mehr, sondern bereits Standard. Pistor nimmt ihre Verantwortung wahr und baut ihr Sortiment mit nachhaltigen Produkten mit ökologischem und sozialem Mehrwert stetig aus. Eine Gesamtübersicht zum breiten Angebot bietet die aktuell erschienene Broschüre «Labelprodukte». Darin finden sich rund 1000 nachhaltige Alternativen mit Gütesiegeln wie Bio Suisse (Knospe), Fairtrade Max Havelaar, MSC oder FSC.

Der Einkauf von Labelprodukten muss keine Wissenschaft sein – zur besseren Übersicht sind die wichtigsten Grundsätze der verschiedenen Umweltlabels in der neuen Broschüre kurz und verständlich dargestellt.

Setzen Sie bereits ein Zeichen und füllen Ihren Warenkorb nachhaltig.

www.pistor.ch/labelprodukte



Die aktuelle Broschüre «Labelprodukte» von Pistor.



Die neuen Karotten-Ingwer- und Tom-Kha-Gai-Hühnersuppe von Supro.

Gaumenfreuden und neue Trends bei den Suppen

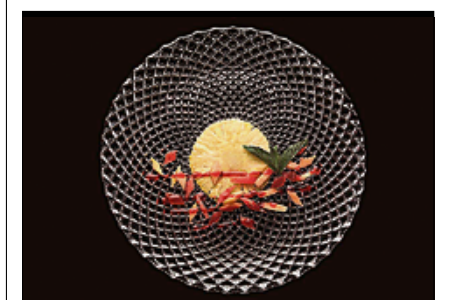
Das Suppensortiment von Supro wurde um zwei weitere Produkte erweitert. Seit Herbst 2014 sind die Karotten-Ingwer- sowie die traditionelle thailändische Tom-Kha-Gai-Suppe im Angebot. Bei beiden Suppen handelt es sich um Trendsetter.

Der aromatische Geruch des Ingwers und der brennend scharfe Geschmack sind in der Karottensuppe dezent vertreten und verleihen das gewisse Etwas. Ingwer ist eine Wurzel, welche ursprüngliche aus Asien, Australien und Südamerika stammt und für seine verdauungsfördernde, magenstärkende, appetit- und kreislaufanregende Wirkung bekannt ist.

Die Tom-Kha-Gai-Suppe mit Lemongrass und Pouletstücken ist authentisch im Ge-

schmack und erinnert an den letzten Thailand-Urlaub. Lemongrass findet immer mehr Einfluss in Mitteleuropa. Sein zitronenartiges Aroma rundet jede Speise ab und gibt einen Frischekick.

www.supro.ch



Glanzlichter für den gedeckten Tisch

Die aus Kristallglas gefertigten, qualitativ sehr hochwertigen Teller «Bossa Nova» und «Rumba» sorgen für einen funkelnden und glanzvollen Auftritt der angerichteten Speisen. Kalte Vorspeisen, Salate und Desserts lassen sich so optimal präsentieren und servieren. Die Teller sind in den Grössen 32 cm, 23 cm und 15 cm erhältlich. Letztere eignen sich auch sehr gut als Brotteller.

www.gastroimpuls.ch



Teller aus Kristallglas «Bossa Nova» (oben) und «Rumba».