

VERTRIEB

10 Tipps für mehr Direktbuchungen

Der Aufbau einer direkten Beziehung zwischen Hotelier und Gast war noch nie so herausfordernd und wichtig wie heute. Die Schwierigkeit: Immer mehr Vermittler drängen sich dazwischen und auch der Einsatz von Technologien digitalisiert den Gästekontakt zunehmend. Vertriebspezialist Markus Schauer zeigt, wie Sie diese Herausforderungen meistern.

1. Positionierung & Strategie

Zunächst ist es wichtig, sich klar vom Mitbewerber zu unterscheiden sowie Stärken und Schwächen genau zu kennen. Die Strategie sollte immer Emotionen beim Gast wecken und damit Verbundenheit zum Betrieb herstellen – dazu braucht es eine ganzheitliche Geschichte, die um das „Produkt“ herum entwickelt wird.

2. Zielgruppe & Angebot

Der richtige Vertriebsweg und vor allem eine klar definierte Zielgruppe sollten im Vorfeld bestimmt werden. Wenn es dann um Angebote geht, sollte das beste immer auf der eigenen Website sein – und dies kann gerne auch hervorgehoben werden!

3. Content auf der Website

Das Ziel von Content Marketing ist es, relevanten Content auf der eigenen Website zu verbreiten. Die Inhalte müssen den potenziellen Gästen jeweils einen Nutzen und Mehrwert bieten. In der Umsetzung heißt das vor allem, detaillierte Zimmerinfos zu allen Kategorien mit qualitativ hochwertigen Bildern auf die Website zu stellen. Seien Sie kreativ! Außerdem sollten auf jeder Unterseite direkte Buchungs- und Anfragemöglichkeiten zugänglich sein.

4. Optimierung der Website

Die hoteleigene Website ist das Aushängeschild des Betriebes. Sie sollte benutzerfreundlich sein und hilfreiche Inhalte, Bilder sowie aktuelle Informationen bieten. Wichtig ist, eine Best-Preis-Garantie hinzu-

zufügen und für die Vorteile einer Direktbuchung zu werben – z.B. Stammkundenbindungsprogramme, Rabatte, Flexibilität bei der Stornierung oder kostenlose Upgrades für ein Zimmer.

Ein hilfreicher Hingucker ist ein Live-Chat-Service, um Website-Besuchern sofort Antworten auf ihre Fragen zu geben.

TIPP: Viele Hotels haben Verkaufsaaktionen von OTAs übernommen, um die Konversion zu erhöhen – wie z. B. die Info über die Anzahl der Zimmer, die kürzlich gebucht wurden.

5. Mobile first!

Da immer mehr Gäste ihr Smartphone nutzen, um Reisen zu recherchieren, mit Hotels zu kommunizieren und Erfahrungen auszutauschen, müssen Hoteliers auch hier mit der Zeit gehen. Die Website muss also für mobile Geräte benutzerfreundlich gestaltet sein!

6. Integration eines Buchungssystems

Bei der Einbindung eines Buchungstools kommt es im Wesentlichen darauf an, dass es sich um eine übersichtliche und kurze Buchungsstrecke handelt. Die Navigation sollte nachvollziehbar, verschiedene Zahlungsmethoden vorhanden sein. Prüfen Sie regelmäßig die Verfügbarkeit, pflegen Sie alle Zimmertypen und Raten ein und legen Sie Wert auf eine übersichtliche Preisgestaltung – insbesondere auf eine klare Gliederung der Saisonen und Zimmerkategorien.

Gründe, warum der Gast nicht direkt beim Hotel bucht:

- Höhere Preise auf der eigenen Website als auf anderen Portalen
- Keine Zimmer-Verfügbarkeit online vorhanden
- Keine sichere Reservierung möglich aufgrund fehlender https-Seite
- Fehlende SSL-Zertifikate, eine Buchung ist nur mit Kreditkarte möglich

7. Reputationsmanagement

Hotelkritiken sind als Geschenke unserer Gäste zu sehen. Mit mehr Bewertungen steigt die Popularität des Betriebes! Deshalb muss darauf geachtet werden, dass auf allen Bewertungsportalen Content sowie Fotos perfekt gepflegt werden. Wichtig ist, Bewertungen auf der eigenen Website zu fokussieren und diese in regelmäßigen Stellungnahmen zu kommentieren.

TIPP: Tragen Sie Ihre E-Mail-Adresse bei den Reisesuchmaschinen ein, damit Sie über neue Bewertungen auf den Laufenden gehalten werden.

8. Gezieltes Newsletter-Marketing

Sofern der Gast den Aufenthalt über ein Reiseportal gebucht hat, sollte man ihn beim Check-In oder über die digitale Gästemappe nach seiner E-Mail-Adresse fragen. Durch gezieltes E-Mail-Marketing bleibt das Hotel auch nach dem Aufenthalt in Erinnerung und man kann über die Vorteile einer Direktbuchung sowie verschiedene Angebote informieren.

9. Treueprogramm für Direktbucher

Führen Sie für Gäste, die über Direktbuchungen zu Ihnen ins Hotel kommen, ein Bonusprogramm ein. Die Gäste können die Treuepunkte sammeln und somit verschiedenste Extras zum Aufenthalt erhalten. Dadurch steigt die Motivation der Gäste, direkt zu buchen.

10. Weiterempfehlung

Ob an Familie, Freunde oder Bekannte – ermöglichen Sie es Ihrem Gast, das Hotel weiterzuempfehlen. Mit einer digitalen Gäste-Informationsmappe etwa können Gäste die Empfehlung ganz einfach per Klick an die gewünschten Personen schicken.

DER AUTOR:

Markus Schauer ist Geschäftsführer der Firma msplus, die sich auf Hotelmanagementberatung spezialisiert hat. Als Referent und Impulsgeber für Online-Marketing und elektronischen Vertrieb ist Schauer bereits seit über 20 Jahren in der Gastronomie und Hotellerie tätig.

