

Die 18 wichtigsten Tipps für Direktbuchungen

Machen Sie Ihren Betrieb fit und profitieren Sie von Direktbuchungen.

Ab dem 08.06.2020 geht HotellerieSuisse mit einer gezielten Kampagne an die Öffentlichkeit.

Grundsätzliches

- Sie sollten alle Ihre Angebote auf Buchungsplattformen und alle zusätzlichen Vorteile der entsprechenden Portale (Loyalty-Programme) kennen und Direktbuchern ein attraktiveres Angebot kommunizieren.
- Schulen Sie Ihre Mitarbeitenden zur Förderung von Direktbuchungen und geben Sie ihnen die Kompetenz, entsprechende Angebote spontan (z.B. am Telefon) zu kommunizieren.
- Gestalten Sie Ihre Preispolitik so, dass eine Buchung direkt beim Hotel immer den besten Preis bietet.

Möglichkeiten zur Förderung von Direktbuchungen

- Sprechen Sie durch geschickt zusammengestellte Packages auch Gäste an, welche nicht primär eine Übernachtung suchen (bspw. Wellness-Aufenthalt mit Übernachtung, Museumsbesuch mit Übernachtung).
- Kommunizieren Sie Ihren Gästen aktiv, dass gewisse Angebote nur bei einer direkten Buchung verfügbar sind (bspw. Non-Refundable-Tarife, exklusive Packages).
- Kommunizieren Sie den Gästen klar die Vorteile einer Direktbuchung (Rabatte, Sonderleistungen usw.)

Optimierung Ihrer Website

- Ihre Website ist die zentrale Anlaufstelle für direkte Buchungen. Platzieren Sie eine gut sichtbare Aufforderung, direkt zu buchen (möglichst auf jeder Site). Sorgen Sie für einen einfachen, klar strukturierten Aufbau und überfluten Sie die Besucher nicht mit Informationen.
- Prüfen Sie, ob die publizierte Telefonnummer direkt vom Smartphone aus angerufen werden kann und ob die hinterlegte E-Mail-Adresse beim Aufruf über das Smartphone direkt eine Mail öffnet.
- Führen Sie die Nutzer mit gezielten 'Ablenkern', Pop-Ups und Call-To-Action Elementen durch Ihre Website. Beachten Sie hier das Prinzip der Einfachheit: weniger ist mehr.
- Erweitern Sie mit der Integration von beispielsweise Tischreservierungs- oder Wellnessbuchungstools Ihre E-Commerce Welt.
- Stellen Sie sicher, dass die auf der Webseite verfügbare Buchungengine eine gute Performance aufweist und einfach zu handhaben ist (überprüfen Sie ggfs. wo die Gäste abspringen und klären Sie, wieso dem so ist).

Direktbuchungsperformance messen und optimieren

- Ihre Website ist das Zentrum des Digitalen Marketings. Nutzen Sie Tools wie Google Analytics, den Google Tag Manager und die Google Search Console, um Ihre Seiten konstant zu optimieren und weiterzuentwickeln.
- Nutzen Sie Pay-per-Click Werbung, um potentielle Kunden (Zielgruppen) mittels spezifischer Suchbegriffe auf Ihre Website zu führen.
- Prüfen Sie, ob es für Sie sinnvoll sein könnte, Ihre Website an Metasearchplattformen (z.B. Tripadvisor, Google) anzuschliessen.
- Achten Sie darauf, dass der Google My Business-Eintrag Ihres Betriebes Ihnen gehört und stellen Sie sicher, dass die Informationen stets aktuell sind (ist kostenlos).

Nutzung von Daten aus Direktbuchungen

- Nehmen Sie sich Zeit und bauen Sie eine sinnvolle Struktur Ihrer Gästedaten auf, pflegen Sie diese und analysieren Sie die Daten regelmässig, damit Sie Ihre Kunden verstehen und sehen, welche Angebote mehrheitlich genutzt werden.
- Verknüpfen Sie Ihre Buchungengine mit Google Analytics, um zu sehen, welche Angebote gebucht werden und wo Ihre Gäste abspringen.
- Fragen Sie bei der Buchung möglichst wenig Daten ab (Vorname, Name, Kreditkarte, E-Mail) und ergänzen Sie diese anschliessend beim (online) Check-in.

In unserer vierteiligen Reihe von Direktbuchungswebinaren zeigen Experten verschiedene Strategien und Hilfestellungen auf. Alle Unterlagen und Informationen finden Sie unter hotelleriesuisse.ch/webinare.

Nachschauen können Sie die Webinare unter typsy.com/hotelleriesuisse oder auf [YouTube](https://www.youtube.com)

Unsere Webinar-Partner

Swiss Hospitality Solutions
shsacademy.ch

Com.Cierge
comcierge.ch

Positioner
positioner.com

Hotel Spider
hotel-spider.com



POSITIONER

