

eHospitality

eMarketing & Direktvertrieb  
in der Hotellerie

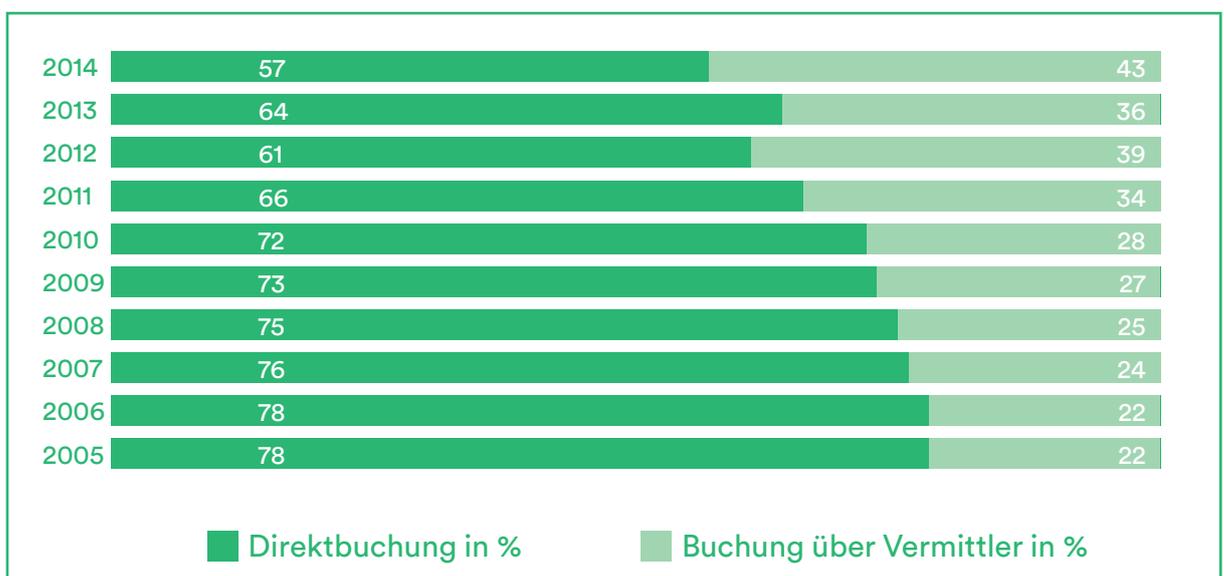
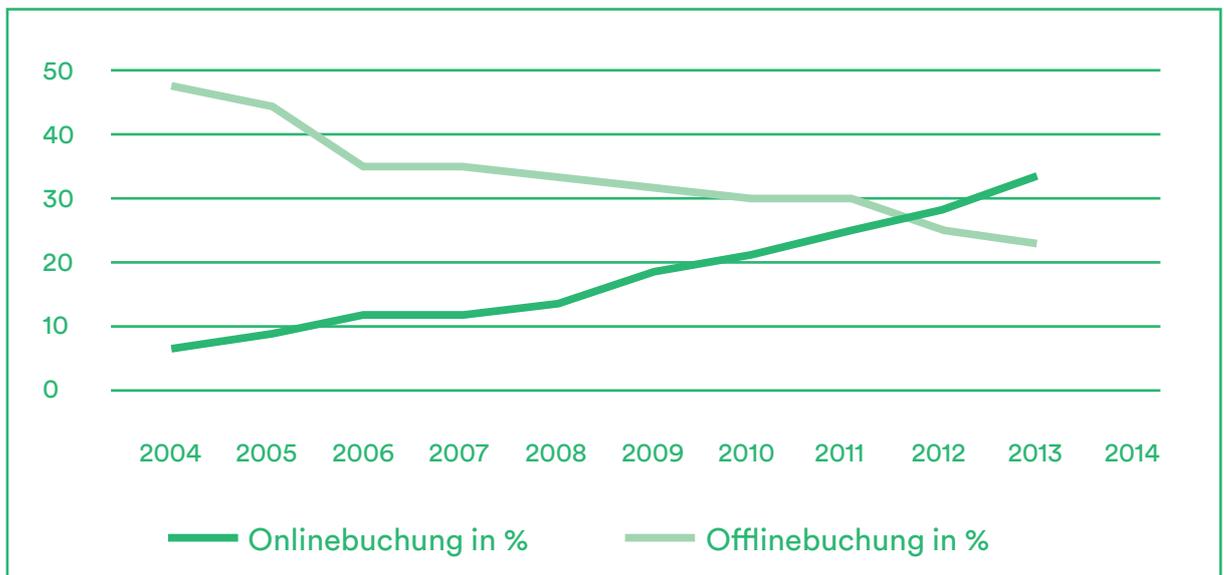
# Fit für den Onlinevertrieb in 2 Tagen

# Ausgangslage

## 1. Projekthintergrund

Die Tourismusbranche hat sich mit der Weiterentwicklung des Internets (Web 2.0) grundlegend verändert. Während Destinations- und Hotelwebseiten vor einigen Jahren noch primär der Information und Inspiration von potentiellen Gästen dienen, spielt das Internet heute in allen Bereichen der Customer-Journey eine zentrale Rolle. Insbesondere für Hotelbetriebe bedeutet die fortlaufende Digitalisierung neue Herausforderungen in eMarketing und eCommerce, welche ohne den Aufbau von spezifischem Fachwissen sowie der optimalen Bewirtschaftung und Weiterentwicklung der digitalen Infrastruktur nicht zu bewältigen sind.

## 2. Verändertes Buchungsverhalten



- 2014 wurde in der Schweiz bereits jede 3. Hotelbuchung Online in Echtzeit abgeschlossen.
- 70% dieser Buchungen werden über kommissionspflichtige Online-Buchungsplattformen (OTAs) abgewickelt.
- Der Anteil an Online-Direktbuchungen über Hotelwebseiten beträgt landesweit nur rund 8%.
- Die von der Hotellerie geleisteten Kommissionszahlungen an OTAs werden auf über 120 Mio. CHF pro Jahr geschätzt.
- Die Direktbuchungen sanken in den letzten 10 Jahren um über 20%.

### 3. Auswirkungen in der Hotellerie

- Der enorme Zuwachs an Onlinebuchungen bedeutet zugleich einen konstanten Rückgang von kommissionsfreien Direktbuchungen.
- Der Ertragsausfall kann aufgrund der europäischen Marktsituation und vertraglichen Komponenten nicht über Preiserhöhungen kompensiert werden.
- Die finanziellen Mittel welche als Kommission zu den OTAs abfliessen fehlen in Form von Investitionen in Infrastruktur und Direktmarketing.
- Ohne den innerbetrieblichen Wissensaufbau und fortlaufenden Investitionen in die digitale Infrastruktur (Website, IBE etc.) wird sich die Abhängigkeit von OTAs in den nächsten Jahren nochmals deutlich steigern.

## Projekt

Das Projekt eHospitality begleitet interessierte Hotelbetriebe beim gezielten Aufbau von Fachkompetenzen in den Bereichen eMarketing und eCommerce.

### 1. Ziele

#### Qualitativ

- Beschleunigung des digitalen Wissensaufbaus durch die innerbetriebliche Vermittlung von Fachkompetenzen in der Hotellerie.
- Qualitätssteigerung der bestehenden digitalen Infrastruktur (Hotelwebseiten, IBE, Social Media Channels etc.) in der Hotellerie.
- Die Hotelbetriebe verfügen die nötigen Kompetenzen für die Umsetzung von Performance Kampagnen im Sinne einer langfristigen Online-Vertriebsstrategie.

#### Quantitativ

- Steigerung der Onlinebuchungen um durchschnittlich 10%.
- Steigerung der Online-Direktbuchungen um durchschnittlich 7%.

## 2. Inhalte

- a) Analyse von bestehenden Hotelwebseiten, IBE, Social Media Channels und Einträgen auf Meta- und Bewertungs-Plattformen. (Selbst- und Fremdanalyse)
- b) Gemeinsame Entwicklung einer langfristigen Online-Vertriebsstrategie. (Implementierung von Analyse-Tools, Channel- und Revenue-Management-Systemen etc.)
- c) Einrichten von vertriebsorientierten Performance Kampagnen. (AdWords, GDN)
- d) Vernetzung der Onlineplattformen und Implementierung von Tracking-Pixel.
- e) Gemeinsame Auswertung und Optimierung der Kampagnen.



## 3. Vorgehen / Prozess



#### 4. Leistungen & Kosten

eHospitalty begleitet Sie auf dem Weg zur digitalen Fitness. Das Programm beinhaltet ein 2-tägiges Coaching in ihrem Betrieb.

##### COACHING

##### KOSTEN

Vorab-Check (1 Tag)	CHF 40 / Zimmer
Strategieentwicklung und Coaching im Betrieb (2 Tage)	
Tracking und Optimierung (1 Tag)	
Auswertung und Übergabe (1 Tag)	

Ergänzend zu unserem Coaching-Angebot, empfehlen wir, einen Teil Ihrer Marketingmittel in vertriebsorientiertes Suchmaschinenmarketing zu investieren. Dieser Beitrag wird direkt in die Bewerbung ihres Hotels investiert. Die Einrichtung der Kampagnen erfolgt im Rahmen des vor Ort Coachings – Sie sparen sich so hohe Agenturkosten!

##### MARKETINGPAKETE

##### BUDGET

<b>BASIC</b>	CHF 1800 / Jahr
AdWords Kampagne «Hotelname» mit Conversion-Tracking	
<b>ADVANCED</b>	CHF 2400 / Jahr
AdWords mit Keyword-Erweiterung auf «Hotel+Destination»	
<b>PROFESSIONAL</b>	CHF 3000 / Jahr
AdWords mit Remarketing-Erweiterung (RLSA)	

#### 5. Ihre Vorteile

- Klicks und Buchungen auf der eigenen Hotelwebseite
- Ansprache der buchungsrelevanten Zielgruppen ohne Streuverlust
- Messbarkeit der Klicks, Impressionen und Buchungen
- Aufbau von innerbetrieblichen Fachkompetenzen im eCommerce
- Beratung, Coaching und Support durch die Stammgast GmbH
- Keine zusätzlichen Agenturkosten (vollumfängliche Kostenkontrolle)
- Modularer Ausbau für individuelle Wünsche

## Weitere Projekte

Die Problematik der starken Digitalisierung und damit verbundenen Abhängigkeiten von Buchungs- und Bewertungsplattformen wurden in der Hotellerie erkannt. Es gibt sowohl in der Schweiz als auch International bereits erfolgreiche Projekte die den damit verbundenen Problematiken entgegenwirken:

- Hotrec: Europaweite Kampagne «Direkt-Buchen»
- Zermatt Tourismus: e-Fitness Programm für Hoteliers
- Zürich Tourismus: Suchmaschinenmarketing für Hotelpartner
- Walliser Tourismus Observatorium: Booking-Valais
- Swiss Hospitality Solutions: Roadshow

## Empfehlungen

Das Projekt eHospitality wird von folgenden Institutionen unterstützt:

- hotelleriesuisse
- hotelleriesuisse Graubünden

## Kontakt

Stammgast GmbH  
eMarketing & Tourismusprojekte  
Stadtturmstrasse 22  
5400 Baden

+41 (0)76 388 72 84  
fabian@stammgast.ch  
www.stammgast.ch

Fabian Weidmann  
Inhaber & Geschäftsführer



„Marketing und Vertrieb finden auch im Tourismus zunehmend online statt. Wer hier den Anschluss verpasst, verliert auch den Anschluss an seine Kunden – nur mit einer integrierten Onlinestrategie werden ihre Klicks zu Stammgästen.“

2015–2016  
Hotel- & eMarketing, Schweiz Tourismus

2010–2015  
Product- & eMarketing, Graubünden Ferien

2009–2010  
HR-Marketing, ABB Schweiz

2005–2008  
Bachelor in Science of Tourism HTW Chur