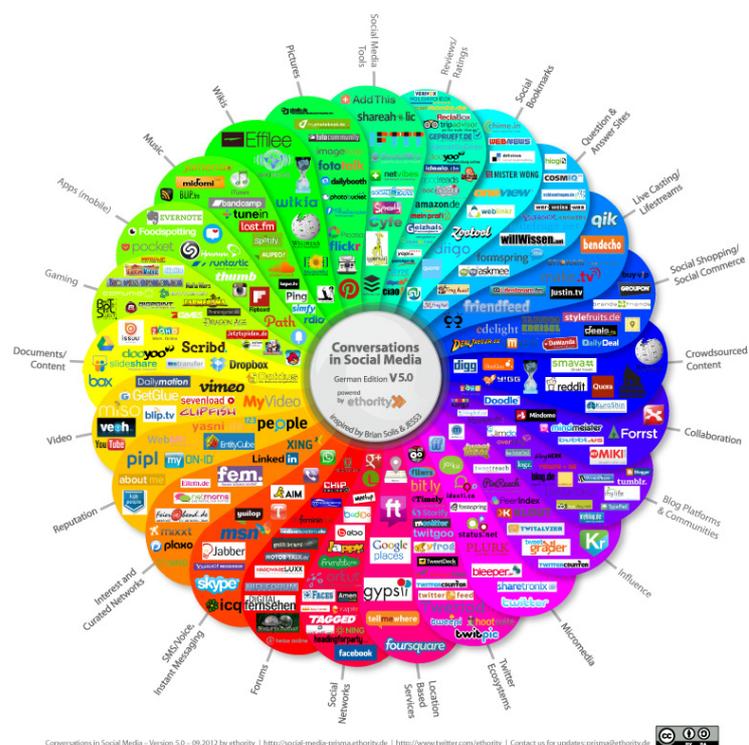


Social Media ist, was man draus macht

Es wurde schon so viel geschrieben über Social Media Marketing. Ganze Bücherregale sind voll mit theoretischem Social Media Wissen.

Es gibt außerordentlich gute Blogs (ich geb´s zu, diese Dinger mag ich wirklich), die herrlich einfach z.B. das technische Rüstzeug erklären, also wie man ein facebook, twitter, google+ oder sonstiges Profil anlegt und es optimal nutzt. Und noch vieles mehr!



Dann haben wir Video- und Fotoportale, die speziell für Hotellerie und Tourismus wie geschaffen sind. Nichts ist ehrlicher als ein Bildbeitrag (bewegt oder nicht) Ihrer Gäste über Ihr Hotel im Web. Etwas Besseres kann Ihnen gar nicht passieren.

Bewertungsportale sind aus dem Online Leben nicht mehr wegzudenken. Geliebt und gehasst zugleich, in jedem Fall aber ehrlich und hilfreich. Denn seit den Zeiten des Web 2.0 gilt Gedankenaustausch, Meinungen teilen sowie Dialog und wir wissen, dass mehr als 80% aller Kaufentscheidungen auf Empfehlungen anderer beruhen.

Seitdem sich Smart Phones und Tablet Rechner durchgesetzt haben, sind mobile Webseiten, Apps, Mobile Marketing Elemente wie Location Based Services (Ortsbezogene Dienste), QR Codes Augmented Reality Anwendungen nicht mehr wegzudenken.

Aber jetzt mal ganz ehrlich:

Social Media ist kein Hype mehr. Als Element des modernen Marketings ist es angekommen und es geht auch nicht mehr weg.

Es bietet einen bunten Strauß von vielfältigen Möglichkeiten, wobei sicher nicht jedes Netzwerk für jedes Hotel passt. Es kommt halt drauf an, was man für sich entdeckt, sich erarbeitet und was man draus macht. Zu viel kann auch „ungesund“ sein und man verzettelt sich leicht.

Gewiss kann ein Hotelier Social Media ignorieren und diese neuen Marketing Bausteine vernachlässigen. Das Hotel läuft bestimmt weiter, so wie früher. Stellt sich nur die Frage, wie lange. Wie sagte ein von mir sehr geschätzter Hotel Kollege vor einigen Monaten absolut treffend: „Wir wissen zwar noch nicht, ob uns das ganze Social Media „Zeugs“ was bringt. Aber nicht mit dabei zu sein, können wir uns auch nicht leisten“.

Folgende Argumente sollten Hoteliers grundsätzlich bedenken:

Suchmaschinen lieben soziale Netzwerke. Nicht umsonst spricht man auch von Social SEO. Social Media Aktivitäten sind ein Turbo für die Position bei den Suchergebnissen. Jedoch reicht ein facebook oder google+ button nicht aus. Attraktiver, authentischer Inhalt und Kontinuität machen sich definitiv bezahlt.

Es geht um Unternehmenskommunikation. Es geht um die Stärkung Ihres Markennamens im Internet. Und am Ende des Tages, des Monats, des Jahres bringt es auch neue Gäste und zusätzlichen Umsatz. Dies jedoch ganz zum Schluss. Denn soziale Medien sind alles, nur kein Verkaufskanal!

Entscheidend ist der soziale Effekt. Ihre Gäste teilen primär sehr gute oder schlechte Erfahrungen im Internet. Ein durchschnittliches Hotel mit durchschnittlichen Leistungen wird kaum erwähnt werden. Aber wer möchte schon Durchschnitt sein?

Bieten Sie deshalb Ihren Gästen Qualität und Serviceleistungen, die besser sind als sie es erwarten. Geben Sie Ihren Gästen im Hotel „Futter“, über das sie online positiv sprechen, fotografieren, filmen, bewerten und kommentieren können.

Geben Sie Ihren Gästen Momente des Glücks bzw. Momente des Genießens. Machen Sie Ihre Gäste zu Botschaftern Ihres Hotels.

Der soziale Effekt tritt bereits ein, wenn die Gäste im Hotel sind und nicht erst, wenn sie das Hotel verlassen. Online Kommunikation, das Teilen von Informationen und Meinungen startet unverzüglich. Denn „Teilen macht glücklich“.

Jetzt gilt es für den Hotelier die große Chance zu nutzen, die Gasterwartungen zu übertreffen, seine Gäste zu begeistern und die sozialen Medien als Werkzeug der modernen Mund-zu-Mund-Propaganda zu nutzen. Damit nicht nur die besten 25 Freunde Ihrer Gäste erreicht werden, sondern ebenfalls viele potentielle neue Gäste, die Sie durch klassisches (=kostenintensives) Marketing nie erreicht hätten.

Meine 9 persönlichen Tipps für erfolgreiches Social Media Hotel Marketing:

„Being Social Is A Must“

Das Wort social bzw. sozial steht nicht umsonst. Wer selber nicht „social“ ist und sich nicht in sozialen Netzwerken aktiv bewegt, ist auch nicht der richtige Mitarbeiter für die Social Media Aktivitäten eines Hotels. Und wer anderen nicht hilft, nicht auf Fragen antwortet, den Dialog scheut, hat in diesen Medien nichts verloren.

Ohne Social Media Marketing Strategie läuft nichts

Das Motto: „Wird schon klappen“, funktioniert heute nicht mehr. Nur weil Ihr Hotel-Mitbewerber ums Eck sich z.B. auf twitter bewegt, heißt das noch lange nicht, dass Sie auch „zwitschern“ sollten. Social Media Marketing ist ein Baustein innerhalb der gesamten Marketing Strategie Ihres Hotels. Stimmen Sie es mit Ihren anderen Marketing Strategien und Ihren Gästekreisen ab, die Sie ansprechen wollen.

Richtlinien, aka Social Media Guidelines sind notwendig

Es geht nicht darum, viele Seiten zu produzieren, was man darf, und was nicht. Das schreckt ab und die Mitarbeiter verlieren ganz schnell die Lust. Denn das Arbeiten mit sozialen Medien im Sinne der Unternehmenskommunikation muss Spaß machen und soll locker von der Hand gehen. Oft reichen auch nur 3 bis 4 Kernaussagen, die Sie am besten zusammen mit Ihren Mitarbeitern zusammen stellen.

Zuhören, Zuhören, Zuhören

Wer nicht weiß, was über sein Hotel gesprochen wird, hat grundsätzlich ein Problem. Das war schon früher so, lange vor den Social Media Zeiten.

Produzieren Sie sich nicht selbst

Nicht Sie oder Ihr Hotel steht im Vordergrund dieser Marketing Aktivitäten, sondern Ihre Leser, Fans, Follower etc. Es ist völlig uninteressant, welches tolle Wochenendarrangement Sie gerade wieder kreiert haben oder was der Cocktail des Tages ist. Digitales Storytelling kann so amüsant, informativ, hilfsbereit und einfach sein und doch oft so schwer. Bieten Sie Mehrwert. Ihre Leser werden Sie dafür lieben!

Den Zeitfaktor nicht unterschätzen

Gewiss, Social Media Plattformen sind in der Regel kostenfrei. Jedoch ist der Kostenfaktor „Zeit“ nicht zu unterschätzen. Geben Sie Ihren Mitarbeitern, die für Ihr Hotel in sozialen Medien unterwegs sind, die nötige Zeit, die Aktivitäten auch professionell und sympathisch umzusetzen.

Langeweile ausgeschlossen

Der 28. Summer Smoothie als Nachricht auf der facebook Fanpage nervt und wird nicht zum Erfolg führen. Gerade Gastgeber haben so irre viele Themen für Geschichten rund um Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Abwechslung zählt und der Unterschied zu den vielen Unternehmensprofilen Ihrer Hotel-Kollegen macht´s.

Training und Motivation ist gefragt

Es ist noch kein Social Media Meister vom Online Himmel gefallen. „Wild drauf los“ ist nicht gefragt, und nur weil Ihr/e Auszubildende/r sich auf studiVZ bewegt, bedeutet das noch lange nicht, dass dies die richtige Person ist. Investieren Sie in Trainings, Seminare und Webinare. Die Social Media Welt ist extrem rasant. Wöchentlich gibt es Änderungen bei facebook & Co. und neue Social Media Tools sind plötzlich da.

Für den Fall, dass Sie für Ihr Hotel nicht selbst der Social Media Verantwortliche sind, noch ein Tipp: Motivieren Sie Ihren Mitarbeiter immer wieder. In diesem Fall wirkt echtes Schulterklopfen besser als virtuelles.

Fragen Sie Kollegen

Abschließend darf ich Ihnen noch 3 Kollegen aus der Hotellerie und Gastronomie ans Herz legen:

Alexander von Halem, Hotel Schloss Zeilitzheim, www.barockschloss.de

Jürgen H. Krenzer, Rhönschaf-Hotel, www.rhoenerlebnis.de

Michael Vesely, Reisinger´s, www.cafe-reisinger.at

Alle sind Inhaber kleiner, privat geführter Gastgeber Betriebe. Und alle haben bereits sehr früh Social Media Marketing als zusätzliches Marketing Instrument entdeckt. Sie sind sehr aktiv in den sozialen Netzwerken „unterwegs“ und erzielen für ihre Betriebe damit nachhaltig großen Erfolg.

Fragen Sie die Herren doch einfach nach ihren Social Media Geheimnissen. Ich bin mir sicher, dass sie Ihnen noch den einen oder anderen Tipp aus ihrer Praxis verraten.

Viel Spaß & Happy Social Media Marketing

Andreas Romani, FCSI
Inhaber von ideas4hotels – expert experience
www.ideas4hotels.com