

>> HOTELWEBSITE



Daumen hoch für Ihre Hotelwebsite!

Buchungsentscheidungen werden heute oft im Internet getroffen. Umso wichtiger ist es, dass Sie potenzielle Gäste bereits auf Ihrer Website für Ihr Hotel begeistern. Wie das funktioniert, erklären Andreas Romani, ideas4hotels, und Michael Mrazek, NCM.

5 Tipps von Andreas Romani, ideas4hotels



Bedienen Sie die Emotion!

Eine Buchungsentscheidung ist letztlich auch ein emotionaler Prozess. Mit professionellen und emotionsgeladenen Fotos und Videos können Sie diesen Prozess positiv beeinflussen. Ja, ein Profi-Hotel-Fotograf hat seinen Preis. Aber wer hier spart, spart am falschen Fleck. Lassen Sie bei einem Foto-Shooting möglichst viele Fotos aus allen Bereichen Ihres Hotels machen. Schnell sind dies 80 bis 120 Fotos und das ist auch gut so! Denken Sie auch daran, dass Sie Fotos sowohl im Quer- als auch im Hochformat brauchen!



Erzählen Sie Ihre Geschichte

Was ist so besonders an Ihrem Hotel? Vergessen Sie nicht, detaillierte Informationen zu Umgebung, Sehenswürdigkeiten, Ausflugszielen und Attraktionen anzuführen. Welche Angebote und Leistungen gibt es im Hotel? Beschreiben Sie diese ausführlich und versetzen Sie sich dabei stets in die Rolle Ihres Gastes. Was würde er noch gerne wissen wollen, welche Fragen könnte es noch geben? Verwenden Sie dafür auch eine „Keyword-Recherche“, denn Suchmaschinen ticken gerne anders, als Gedanken sowie Texte von Hoteliers.

„Mobile First“ und Direktverkauf stärken

Da immer mehr Nutzer mit mobilen Endgeräten anstelle eines Desktops im Netz unterwegs sind, wird bei diesem Ansatz zuerst ein Konzept für die mobile Webseite erstellt. Entscheidend ist, dass sich Inhalte der Webseiten auf mobile Ansichten fokussieren und möglichst schnell direkt zur Buchung führen. Die Online-Buchung auf Ihrer Homepage sollte natürlich ebenfalls „Mobile Friendly“ sein. Die Gäste sollten im Idealfall ganz lässig „mit dem Daumen“ buchen können. Spezielle Angebote sowie News sollten in der mobilen Version an prominenter Stelle stehen, farbig markiert sein und sofort „ins Auge stechen“. Übrigens: Seit einiger Zeit honoriert Google mobil optimierte Webseiten durch besseres Ranking in der mobilen Suche.

Voice Search

Weil wir gerade beim Thema Suchmaschinen sind: die Ära der Sprachsuche beginnt gerade. Gehören Sie auch hier zu den Trendsettern und integrieren Sie eine „Voice-Search-Optimierung“ in Ihre SEO-Aktivitäten. Ihre Website-Besucher werden begeistert sein.

Socialize and Recommend

Zeigen Sie prominent Ihre TOP-Qualität in Form Ihrer TOP-Bewertungen, denn diese sind pure Gästebegeisterung. Integrieren Sie Gütesiegel von Bewertungsassistenten oder Widgets zu Gästebewertungsportalen in Ihre Webseite und binden Sie außerdem, sofern vorhanden, alle Ihre Social Networks (Icons und Links) auf der Webseite mit ein.