

LEHRINHALTE

Die Teilnehmer erwerben Know-how in den folgenden Bereichen:

Online Marketing

Die eigene Website im Detail
Strategien zur Stärkung des Direktverkaufs über die eigene Website
Online Vertrieb und der Umgang mit Buchungsplattformen
Die Wahl der passenden Vertriebspartner
Technische Infrastruktur im Vertrieb - Hotelsoftware, Channel Manager und Booking Engine
Suchmaschinenoptimierung & Suchmaschinenmarketing: Unterschied, Nutzen, Anwendung
Kosten / Nutzen – Rechnung von SEO und SEM
Suchmaschinen als Marketingmedien
Pay-per-Click Werbung
Google Analytics und Google AdWords: Überblick, Benchmark Daten, Strategien, Gestaltung
Facebook, Twitter & Co. – Der richtige Umgang mit Social Media Marketing in der Hotellerie
Wirksamkeit von Social Media – Sind Soziale Netzwerke als Verkaufsinstrument geeignet? Das Lieblingsgastprinzip
Conversionoptimierung

Revenue & Yield Management

Einführung ins Revenue/Yield Management
Kennzahlen und deren Bedeutung
Betriebsanalyse und der eigene Markt
Preisgestaltungsprinzipien
Die Strategie - Operatives und strategisches Revenue Management
Umsetzung & Steuerung: Welcher Preis, zu welcher Zeit auf welchem Vertriebskanal
Dynamic Pricing – Was ist das?

Kundenbindungsmanagement

CRM Gästemarketing - Was macht die Hotellerie so besonders?
„Big Data“ – Wie gehe ich damit um? Trends und Entwicklungen
Die Customer Journey (CEM) und die Hotel IT
Kundenbindung durch Optimierung der Gästedatenbank
Bedeutung von Online-Reputationsmanagement für das Hotel
Umgang mit Bewertungsplattformen
Aktives Online Reputation Management

Web Basics

Die Bedeutung von Webtexten f. Mensch & Maschine
Die Relevanz von Keywords
Keywords für meine Lieblingsgäste
Agenturen Steuerung – die richtige Auswahl bzw. Umgang mit der Webagentur