

Die 4 Säulen des digitalen Hotelmarketings

Wer sind die Hauptakteure und welche Ergebnisse können Sie erwarten.

01 SUCHMASCHINENMARKETING

Wofür?

Suchmaschinenmarketing sorgt dafür, dass die offizielle Website des Hotels in den Suchergebnissen ganz oben erscheint, indem Gebote auf bestimmte Suchbegriffe abgegeben werden. Die Top-Ergebnisse gehen an die Höchstbietenden, egal ob Hotel oder OTA.

Wer sind die Hauptakteure?



1.000 € Umsatz pro 100 € Ausgaben generiert

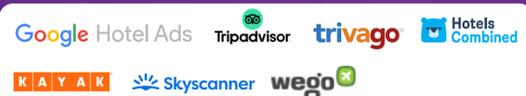
Daten aus einer D-EDGE Digital Media Studie, 2019-2020

02 METASUCHMARKETING

Wofür?

Indem sie ihre besten Preise mit der Metasuche verbinden, können Hoteliers mehr Direktbuchungen verzeichnen und ihre Abhängigkeit von OTAs verringern.

Wer sind die Hauptakteure?



1.500 € Umsatz pro 100 € Ausgaben generiert

Daten aus einer D-EDGE Digital Media Studie, 2019-2020

03 DISPLAY UND SOZIALES MARKETING

Wofür?

Wenn Reisende aufgrund ihres bisherigen Suchverhaltens am ehesten buchen, erscheinen Werbebanner auf den Websites oder sozialen Medien, auf denen sie unterwegs sind, und leiten sie auf die offizielle Website des Hotels weiter.

Wer sind die Hauptakteure?



1.200 € Umsatz pro 100 € Ausgaben generiert

Daten aus einer D-EDGE Digital Media Studie, 2019-2020

04 MEHRKANAL-WERBUNG

Suchmaschinensuche, Metasuche und Display sind komplementäre Medien zur Steigerung der Direktbuchungen.

Mit MediaGenius, der ersten multidigitalen Medienplattform speziell für Hoteliers, die von D-EDGE entwickelt wurde, können Hoteliers jetzt digitale Kampagnen auf all diesen Medien einfach verwalten und überwachen.



MediaGenius

WIE DIGITALE MEDIEN IN DIE BUCHUNGSREISE DER GÄSTE PASSEN

01 DENKEN

In der Vorstufe der Buchungsreise sprechen Display und Social Ad Banner Reisende an, die über ihren nächsten Urlaub nachdenken.



02 SUCHEN

Durch die Abgabe der höchsten Gebote auf die besten Keywords erscheint die Website des Hotels in den Top-Ergebnissen der Online-Suche.



04 BUCHEN

Fordert den Gast auf, seine Buchung abzuschließen. Display und Social Ads leiten ihn auf die Website Ihres Hotels weiter.



03 VERGLEICHEN

Steht der Reiseplan fest, prüft der Reisende in der Metasuche, ob er den besten Preis bekommt.

