

Veranstaltung MGM Tourismus-Dialog: Service 2.0 und Reputationsmanagement für die Tourismusbranche. Kommunikation und Kundenbindung im Social Media.

Die Kommunikation in den sozialen Netzwerken à la Facebook birgt für Südtirols Gastgeber neue Herausforderungen. Erfahrungen werden im Internet unmittelbar und daher öffentlich ausgetauscht, Bewertungen, Fotos und Kurztexpte - alles live. Wie gehe ich als Hotelier und Gastgeber mit Bewertungen, Kommentaren und Urlaubsberichten im Social Media um? Und wie nutze ich das Netzwerk zur Kommunikation und zur Kundenbindung? Dieser Frage ging der Referent Sanjay Sauldie, Direktor der European Internet Marketing Institute & Academy in Mannheim, gestern im Rahmen des MGM Tourismus-Dialogs in Meran nach. An der Veranstaltung nahmen über 180 Interessierte aus Meran und Umgebung teil.

„Die (R)Evolution der Digitalen Kommunikation verändert die Art, wie die Tourismusbranche in der Zukunft Geschäfte machen wird. Neue Geschäftsmodelle, wie z. B. die private online Vermietungsplattform AirBnb, erhöhen den Wettbewerbsdruck und deshalb müssen traditionellen Hotelbetriebe die Möglichkeiten des Internets optimal für die Vermarktung ihrer Angebote nutzen“, meint der Experte für Internet Marketing, Sanjay Sauldie. Der Direktor der European Internet Marketing Institute & Academy in Mannheim erklärt, dass ein Kunde heute nicht mehr nur einfach übernachten will. Der Gast erwartet ein umfassendes Servicepaket, wenn er sich für eine Unterkunft entscheidet. Dieser Service 2.0 wird bei der Entscheidung und im Prozess der Buchung immer wichtiger. Gleichzeitig wird auch das Angebot transparenter. Hinzu kommen laufend neue Bewertungsportale, die dem Gast als Orientierung und Recherchehilfe dienen, sowie individuelle Blogs, welche zusätzlich die Reputation der einzelnen Betriebe beeinflussen. Die neue, digitale Generation entscheidet über das Internet und insbesondere über die sozialen Medien über den Ruf jedes einzelnen Hotels und Restaurants. Das soziale Netzwerk hat eine ungeheure Reichweite und die Macht, die Reputation eines Betriebes viel schneller zunichtemachen, als sie aufgebaut werden kann.

Wie kann ich als Gastgeber Service 2.0, Reputationsmanagement und Social Media ideal miteinander kombinieren? Wie kann ich dadurch Kunden binden und neue Gäste gewinnen? Diesen Fragen ging Sanjay Sauldie beim MGM Tourismus-Dialog in Meran nach. An seiner Seite zeigte der aus Latsch stammende Hotelier Martin Pirhofer, wie er über die sozialen Netzwerke mit seinen Gästen kommuniziert. Beide Referenten waren sich darin einig, dass Tourismusunternehmen heute und vor allem morgen diese Kanäle unbedingt brauchen, um neue Gäste zu gewinnen, bestehende Gäste zu binden und um mit dem Wettbewerb auf Augenhöhe zu bleiben. „Doch am Ende, so präzisierte Pirhofer am Schluss seines Referates, wird kein Facebook und kein Blog die realen Leistungen und die Qualität meines Betriebes und meiner Mitarbeiter ersetzen können“.

„Die Kommunikation und Kundenbindung im sozialen Netzwerk haben großes Potential“, resümiert, MGM-Direktor Thomas Aichner, und es ist ein Thema, das jeden Menschen und jedes Unternehmen stark interessiert, weil jeder Betrieb von Erfahrungswerten, Empfehlungen und seinem guten Ruf lebt.