

Online-Kommunikation in Zeiten von Corona

Checkliste für Tourismusbetriebe

Die Tourismusbranche steht gerade vor ihrer vielleicht härtesten Prüfung. Kurzarbeit, Betriebsstilllegungen, Liquiditätsprobleme – das alles sind Themen, mit denen UnternehmerInnen sich jetzt beschäftigen müssen.

Zu den betriebswirtschaftlichen Fragen gehört auch das Marketing, und gerade das darf jetzt nicht ruhen. Aber nicht nur Buchungen für später stehen jetzt im Vordergrund, sondern vor allem: **kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren.** Mit Kollegen, mit Geschäftspartnern und am wichtigsten: mit Gästen. Der Faden darf gerade jetzt nicht abreißen. Damit neue und Bestandskunden da sind und sich an Sie erinnern, wenn es „nach Corona“ wieder losgeht.

- ✓ Halten Sie Ihre (potentiellen) Gäste gerade in dieser unsicheren Zeit mit regelmäßig aktualisierten Informationen auf dem Laufenden.
- ✓ Zeigen Sie, dass Sie noch da sind, auch wenn das Hotel oder das Restaurant geschlossen ist.
- ✓ Machen Sie weiterhin das, was Ihre Leidenschaft ist: Gästen genau das bieten, was sie zum Wohlfühlen brauchen. Dazu benötigt es dieser Tage etwas Kreativität und den Wechsel ins Digitale.
- ✓ Pflegen Sie den digitalen Kontakt zu Ihrem Netzwerk, solidarisieren Sie sich online mit Kollegen.



E-Mail & Telefon

- E-Mails von Accounts, die derzeit nicht oder nicht regelmäßig gelesen werden (z.B. von Mitarbeitern in Kurzarbeit), **auf die zentrale Mailadresse umleiten**
- wenn E-Mails seltener als sonst bearbeitet werden können: **automatische Antwort** einrichten mit der Bitte um Geduld und Verständnis bei verzögerter Bearbeitung
- Anrufe von Telefonen, die derzeit nicht besetzt sind, **auf die zentrale Rufnummer umleiten**
- Anrufbeantworter** besprechen, wenn die telefonische Erreichbarkeit eingeschränkt ist, und alternative Kontaktmöglichkeiten benennen

Website, Google MyBusiness, Facebook-Seite & Co.

- Öffnungszeiten** anpassen
- ggf. **Kontaktdaten** aktualisieren
- aktuelle Hinweise** zu Erreichbarkeit, Schließung oder alternative **Angebote** (z.B. außer-Haus-Lieferung) veröffentlichen
- Angebote und Veranstaltungen, die in den bisher bekannten „Corona-Zeitraum“ fallen, **entfernen** (Oster-Specials, Events etc.)

Onlineverkauf und -werbung:

- Online-Buchbarkeit** auf eigenen Kanälen und bei Drittanbietern für Termine im bisher bekannten „Corona-Zeitraum“ sperren
- prüfen**, welche kostenpflichtigen Anzeigen aktuell geschaltet sind (Google Ads, Facebook Ads usw.)
- Sinnhaftigkeit der Anzeigen hinterfragen und
 - Kampagnen **pausieren** (in den meisten Fällen sinnvoll)
 - oder* Anzeigentexte an die aktuelle Situation **anpassen**

Facebook, Instagram, XING, Newsletter & Co.

- Kanäle (re)aktivieren** und regelmäßig, ehrlich, sympathisch und persönlich kommunizieren
- Lust auf Urlaub** „nach Corona“ verbreiten
- überlegen, in welcher Situation Ihre Zielgruppe sich gerade befindet:
 - welche Herausforderungen haben Ihre Gäste gerade zu lösen (Homeoffice, Kinderbetreuung, Sehnsucht nach Bewegung in der Natur...)?
 - mit welchen Inhalten können Sie Ihren **Gästen jetzt helfen?** *5 Ideen finden Sie auf Seite 2 dieser Checkliste.*
- verfolgen, was andere Branchenvertreter gerade bei Instagram posten und sich mit gemeinsam genutzten Hashtags **virtuell solidarisieren**
- Gruppen** zum Austausch mit Kollegen nutzen

Den Verkauf trotz Unsicherheiten ankurbeln

Natürlich hoffen wir darauf, dass nach dem Ende der Ausgangs- und Reisebeschränkungen viele ihr Grundbedürfnis nach Reisen und Urlaub in die Tat umsetzen wollen. „Endlich wieder unterwegs sein!“ Andererseits bestehen bei Ihren Gästen große Unsicherheiten: wann können wir wieder reisen? Können wir uns das dann noch leisten? **Schaffen Sie Vertrauen mit flexiblen Angeboten:** richten Sie einen Online-Gutscheinverkauf ein; bieten Sie großzügige Stornierungs- und Umbuchungsbedingungen für Leistungen und Reisen, die jetzt für später gebucht werden. Und nicht vergessen: kommunizieren Sie die Angebote!

5 Content-Ideen

für Tourismusmarketing
in Zeiten von Corona

- ❖ **Idee 1:** Sie betreiben eine familienfreundliche Unterkunft oder Freizeiteinrichtung? Die meisten Ihrer Gäste haben Kinder und dürften sich daheim gerade fragen, wie sie die Jüngsten den ganzen Tag lang sinnvoll beschäftigen. Veröffentlichen Sie Ausmalvorlagen, Spielideen oder was auch immer Sie in Ihrem Fundus haben, auf Ihrer Website und verbreiten Sie die Inhalte über Ihre Social Media Kanäle.
- ❖ **Idee 2:** Ihre Gäste können Ihr Weingut gerade nicht besuchen? Bringen Sie Ihnen doch den Genuss nach Hause! Geben Sie Tipps für einen #wirbleibenzuhause-Weinabend: was gehört auf eine traditionelle Speckbrot-Platte, mit welchen Fachvokabeln beschreibt man bei der Verkostung im heimischen Wohnzimmer den Wein wie ein Profi? Ihrer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt und es darf natürlich auch spaßig zugehen... Machen Sie eine Reihe daraus: veröffentlichen Sie immer zu den gleichen Zeiten, die Sie natürlich vorher kommunizieren, einen neuen Tipp (z.B. jeden Freitag 15:00). So motivieren Sie Gäste und andere Nutzer, Ihren Kanal zu abonnieren. Wer es noch erlebnisreicher gestalten möchte, bietet eine Live-Verkostung bei Facebook an...
- ❖ **Idee 3:** Sie organisieren Städtereisen für Kulturinteressierte? Zeigen Sie Ihren Gästen, wie man auch zuhause nicht ganz auf Kultur verzichten muss. Recherchieren Sie, welche Kultureinrichtungen Live-Streams von Theaterstücken oder Konzertabenden im Internet übertragen und welche Museen digitale Besuche ermöglichen. Vielleicht können Sie bei der Gelegenheit gezielt Kultureinrichtungen Ihrer Destination verlinken und so die Solidarität untereinander stärken.
- ❖ **Idee 4:** Sie sind noch im Büro oder im Betrieb? Zeigen Sie einen Blick hinter die Kulissen – womit beschäftigen Sie sich gerade, wie sieht es gerade ohne Gäste bei Ihnen aus? Trauen Sie sich, machen Sie ruhig auch ein kurzes Video. Erzeugen Sie Nähe trotz der physischen Distanz.
- ❖ **Idee 5:** Fragen Sie Ihre Social Media Nutzer nach der schönsten Erinnerung, die sie mit Ihrem Betrieb verbinden. Laden Sie zum Posten von Fotos & Anekdoten ein. Zeigen Sie selbst Rückblicke auf Highlights des letzten Jahres und schaffen Sie ein Zusammengehörigkeitsgefühl mit Ihren Stammgästen. Das tut allen gut!

Wer jetzt gibt, gewinnt später!

Sie haben Fragen zur Umsetzung dieser Maßnahmen oder suchen Unterstützung?

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail!

✉ liebthal@comigo-marketing.de

☎ 0351 16069022

➔ www.comigo-marketing.de

Bleiben Sie gesund!

Ihre Anne-Kathrin Liebthal



comigo
tourismus.marketing.beratung.

Stand: 24.03.2020