

„Google my Business ist absolute Pflicht“

Sebastian Decker ist Gründer und Inhaber der Online Marketing- und Beratungsagentur „Marketing für Gewinner“. Während der Franchise-Partner-Tagung von Reiseland in Hamburg gab er den Reiseexperten Tipps, wie sie sich kostenfrei unter anderem auf Google besser präsentieren können. | Von Ute Fiedler



Foto: privat

i

Wie man einen Account für „Google my Business“ einrichtet, hat Sebastian Decker in einer Präsentation zusammengestellt. Dazu gibt es Tipps zur Datenpflege. Der Link dazu: <https://ta-ebook.marketing-fuer-gewinner.de>. Den Link für Google-Bewertungen kann man hier einrichten: www.whitespark.ca/google-review-link-generator.

Herr Decker, wie sind Reisebüros aus Ihrer Sicht im Internet aufgestellt?

Ich habe das Gefühl, dass die Branche sich viel über Online-Riesen wie Check24 ärgert, aber nicht viel ändert. So gut wie kein Reisebüro schaltet online Werbung bei Google oder Facebook. Viel schlimmer noch: Nur wenige pflegen ihren Google-my-Business-Eintrag.

Wie kann man diesen pflegen?

Dazu gehört zunächst, zu schauen, ob man überhaupt als Inhaber eingetragen ist. Ist das nicht der Fall, muss das unbedingt beantragt werden. Damit Google sieht, dass hinter dem Eintrag ein Unternehmen steckt, das nicht automatisch generiert wurde.

Was sollte zudem eingetragen werden?

Öffnungszeiten natürlich, die Adresse, Kontaktdaten. Darüber hinaus ansprechende Fotos. Auch gute Bewertungen sind wichtig. Ein zusätzlicher Tipp: Antworten Sie immer auf Kommentare, vor allem auf die negativen.

Bewertungen zu generieren ist aber nicht immer einfach.

Tatsächlich reicht es nicht, die Kunden zu bitten, zu Hause eine Google-Bewertung abzugeben. Das ist für die meisten schlichtweg zu kompliziert. Machen Sie es dem Kunden so einfach wie möglich. Man kann zum Beispiel ganz einfach einen Link generieren, den man dann in seine Mails einfügt (Anmerkung der Redaktion: siehe Infokasten). Über diesen gelangt der Kunde direkt auf die Bewertungsmaske und kann mit einem Klick bewerten.

Lohnt sich der Aufwand?

Die Vervollständigung des Accounts von Google my Business lohnt sich auf jeden Fall. Wer das nicht macht, verschenkt aus meiner Sicht eine Menge Potenzial.

Warum?

Die Menschen sind heutzutage ständig online. Suchen wir eine bestimmte Dienstleistung, dann googlen wir. Der Begriff Reisebüro wird zum Beispiel in Frankfurt am Main pro Monat rund 6.400 Mal eingegeben. Je besser ein Reisebüro seine Daten pflegt, desto weiter nach oben rutscht es im Google-Ranking, desto eher wird es gefunden. Google my Business ist absolute Pflicht, kostenfrei und relativ einfach. Werbeanzeigen über Google oder Facebook sind im Vergleich dazu eher die Kür.

Und was ist mit Facebook?

Meiner Ansicht nach ist Google my Business viel wichtiger für Reisebüros als Facebook. Nehmen wir mal an, ein Reisebüro hat 500 Likes. Wird etwas gepostet, wird nur ein Bruchteil der Follower erreicht, weil Facebook die Reichweite deutlich reduziert hat. Der Aufwand lohnt sich also kaum zur Neukunden-Akquise.

Was empfehlen Sie stattdessen?

Um mit Bestandskunden in Kontakt zu bleiben, sollte man besser seine Kundendaten nutzen und E-Mails verschicken. Gute und vor allem relevante E-Mails erzielen nicht selten Öffnungsraten über 30 Prozent. Die eigene E-Mail-Liste der Reisebüros ist eine viel zu oft ungenutzte Goldgrube. Leider.

Casa Cook: Start auf Mallorca

Thomas Cook will noch in diesem Jahr ein zweites Casa Cook auf den Balearen eröffnen. Dafür wird das Hotels Sa Torre auf Mallorca renoviert und dem Konzept angepasst. Das Resort ist ein alter Landsitz bei Llucmajor mit einer Finca aus dem 14. Jahrhundert, einer Kapelle und einer Windmühle. Bis Ende 2018 wurde das Fünf-Sterne-Domizil als Hilton geführt. Es verfügt über 90 Zimmer, ein Restaurant, zwei Pools und einen Spa- und Wellness-Bereich. Jetzt zum Sommer startet das Casa Cook Ibiza nahe des Sandstrands Cala Grecio. (ras)

VUSR ermahnt Veranstalter

Die vorvertraglichen Infopflichten bleiben ein Problem. Bereits Ende 2018 hatte touristik aktuell auf die Gefahr für Reisebüros hingewiesen (siehe ta 49–50/18), da sich einige Veranstalter nicht an alle Bestimmungen des neuen Reiserechts hielten. Das Problem: Geben Reisebüros fehlerhafte oder keine vorvertraglichen Infos aus, stehen sie in der Haftung. Die Schieflage habe sich bis heute nicht gebessert, moniert der Reisebüro-Verband VUSR und empfiehlt, Veranstalter zu ermahnen, die nötigen Infos zur Verfügung zu stellen. Ein passender Brief ist auf www.vusr.de hinterlegt. (ta)

Tickets: Papier weiter gefragt

Trotz Digitalisierung setzen die Deutschen immer noch stark auf Papier-Tickets. Mehr als zwei Drittel entscheiden sich für den Ausdruck von Fahr- und Flugscheinen, ergab eine Umfrage der Hochschule Eberswalde unter 200 Endverbrauchern. Am zweithäufigsten werden Apps für das Darstellen von Tickets genutzt. Hauptgrund für die Papierliebe ist fehlendes Vertrauen in die Technik: Jeder zweite fürchtet, sein Gerät könnte bei der Kontrolle des Tickets nicht funktionieren. (ta)