



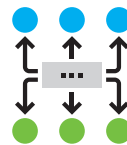
KOMMUNIKATION IN DER KRISE? **JA!**



Es ist wichtig, die aktuelle Lage nicht zu ignorieren, sondern bewusst auf Kommunikation und Information zu setzen!



Kommunikation und Austausch mit allen Partnern, Lieferanten, Mitarbeitern und Gästen ist notwendig, um Sicherheit zu schaffen.



Die Kommunikation auf den Kanälen muss aktuell und stimmig sein. Präsenz zu zeigen ist gut und schafft Vertrauen.



Kommunizieren Sie regelmäßig sowie authentisch, ehrlich und glaubwürdig!

WELCHE BOTSCHAFTEN SOLLTE MAN KOMMUNIZIEREN?

- Schaffen Sie Transparenz bei Buchungsoptionen und Stornobedingungen. Kulanz und Gästeorientierung ist hier essentiell.
- Informieren Sie Ihre Gäste, wie Sie die Pause in Ihrem Betrieb nutzen und wie sie mit diesen Herausforderungen umgehen.
- Setzen Sie auf Storytelling, indem Sie interessante Ge-schichten erzählen. Am besten schaffen Sie das durch Persönlichkeiten (z.B. Mitarbeiter) in Ihrem Betrieb und Um-feld, deren spannende Stories Sie erzählen.
- Positive Bilder und Videos sprechen die Emotionen mehr an als Texte es tun.
- Schaffen Sie Sehnsucht nach Reisen und Vorfreude für die Zeit danach unter dem Motto: „Das alles erwartet Sie!“



TIPPS ZUR KOMMUNIKATION

Nutzen Sie E-Mail genauso wie die gute alte Post. Dabei gilt: Ein Umschlag mit einer netten persönlich unterschriebenen Karte ist dabei immer vielfach wirksamer als eine digitale Post. Teilen Sie mit, was Ihre Gäste alles Schönes erwarten wird, wenn Ihr Haus wieder öffnet.

Erzählen Sie persönliche, anregende, emotionale Geschichten aus Ihrer Familie, Ihrem Ort, aus Ihrem Haus, aus der Region. Überlegen Sie sich, welche besonderen Schmankerl, sei es kulinarisch, sei es als Unternehmung, Sie Ihren Gästen bieten werden, wenn Sie wieder öffnen.

WIE KANN MAN DIE AKTUELLE PAUSE NUTZEN?

1.

Überdenken Sie aktuelle Abläufe, Strategien, etc. und nehmen Sie bei Bedarf Adaptierungen vor. Suchen Sie nach neuen Möglichkeiten.

2.

Nutzen Sie die Zeit für „Aufräumarbeiten“, also für Arbeiten, für die sonst kaum Zeit bleibt und setzen Sie angestrebte Vorhaben um!

3.

Die Zielgruppe auf Social Media ist derzeit sehr gut erreichbar – nutzen Sie diese Möglichkeit und kommunizieren Sie authentisch und glaubwürdig!



TIPPS ZUR KOMMUNIKATION

Kommunizieren Sie offen, klar und nach vorne gerichtet: Blenden Sie die aktuelle Situation nicht aus, sondern finden Sie einen zukunftsgerichteten Umgang damit. Die meisten Gäste befinden sich in der gleichen Situation und haben die gleichen Herausforderungen wie wir. Da wir alle im gleichen Boot sitzen, ist es notwendig in der Kommunikation Mut zu machen.

Bereiten Sie mit Geschichten, Bildern und Videos Vorfreude auf den Urlaub danach.

Bleiben Sie für Gäste sichtbar, um Chancen zu nutzen. Nutzen Sie jene Kontaktpunkte, die Sie zu Ihren Gästen haben.

TIPPS ZUR CONTENT-ANPASSUNG AUF DEN UNTERSCHIEDLICHEN KANÄLEN

SOCIAL-MEDIA-KANÄLE bekommen derzeit noch mehr Aufmerksamkeit als sonst: Die Kanäle sollten also weiter in Betrieb gehalten werden und mit Inhalten und Postings bespielt werden. Verbreiten Sie positive Stimmung, zeigen Sie die Attraktivität Ihres Betriebes / Ihrer Region und versorgen Sie die Zielgruppe mit Tipps. Bleiben Sie in Kontakt – ohne einer direkten Aufforderung zum Besuch.

SEO & SEA: Die Interessen und Themen auf Google verlagern sich derzeit, daher ist es wichtig die eigene Website auf Inhalte und Qualität zu prüfen. Passen Sie die Themen dementsprechend an und prüfen Sie die Keywords, aktive Kampagnen und dazugehörige Landing Pages und adaptieren Sie diese bei Bedarf. Nutzen Sie außerdem Monitoring-Tools (Google Analytics) um die Performance zu verfolgen.



CONTENT: Urlaub ist derzeit nicht das vorrangige Thema – wird es aber wieder werden. In der Zwischenzeit sollten die eigenen Inhalte auf Relevanz und Qualität geprüft werden. Prüfen Sie also Kampagnen und Landing Pages, entfernen Sie nicht mehr gültige Angebote und füllen Sie die Landing Pages mit positiven Inhalten. Trennen Sie sich von veralteten Inhalten und konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche. Stellen Sie Ihre Website auf Sommer um.

DIGITALE INFRASTRUKTUR: Analysieren Sie Ihre Website mit einem Usability-Test und bessern Sie bei Bedarf nach. Überdies bietet es sich an, einen Website-Relaunch durchzuführen bzw. vorzuziehen, sollte dies ohnehin geplant sein.

E-COMMERCE: Evaluieren Sie Ihre Vertriebskanäle! Verkäufe über Buchungskanäle müssen in naher Zukunft verstärkt forciert werden. Optimieren Sie Ihre Präsenzen auf internen und externen Buchungskanälen und Plattformen! Sie könnten sich eine eigene Buchungsplattform einrichten oder diese ausbauen. Auch ein Gutschein-Shop könnte eingerichtet werden.

CRM-SYSTEME können dieser Tage gewartet werden. Nutzen Sie die Zeit, um Ihre Gäste-, Partner-, Mitarbeiter-Daten o.Ä. DSGVO-konform zu aktualisieren oder zu digitalisieren.

RE-START STRATEGIE & KAMPAGNE VORBEREITEN: Machen Sie sich schon jetzt Gedanken, wie Sie zukünftig auftreten und werben wollen. Skizzieren Sie mehrere mögliche Szenarien und bereiten Sie auf dieser Basis unterschiedliche Kampagnen vor. Mit zunehmender Gewissheit und einem absehbaren Ende der Krise beginnen Sie mit der Umsetzung, um zum Re-Start bereit zu sein.

ZEIT FÜR FORTBILDUNG NUTZEN mit den digitalen Angeboten, Webinaren und wöchentlichen Kursen:

- Facebook
- Learndigital.withgoogle