

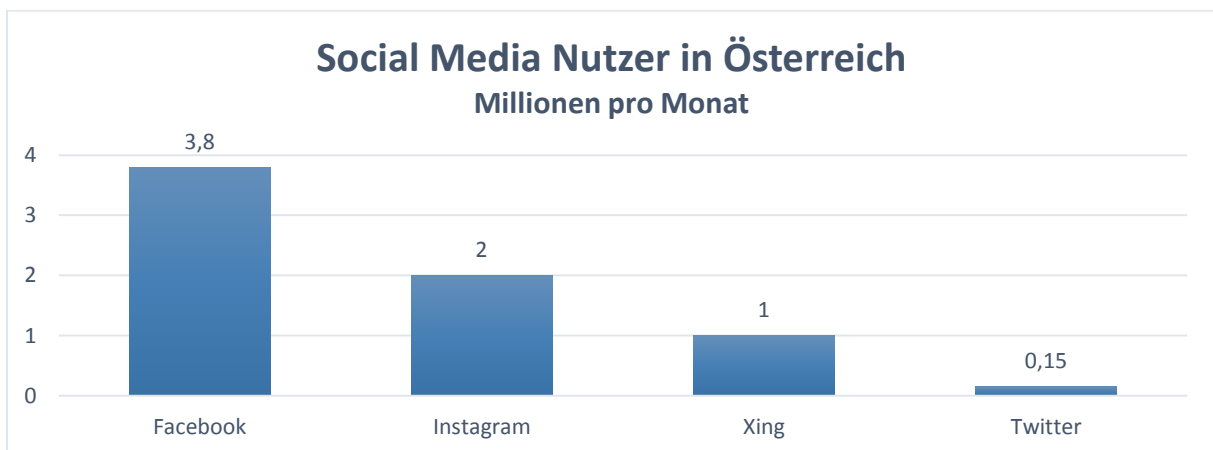
ÖRV-Serie „Qualitäts-Offensive im Reisebüro“

5. Teil: Wie Sie mit Social Media kontinuierlich Beziehung zu Ihren Kunden aufbauen

Mit den aktuellen digitalen Errungenschaften ist ein Begriff eng verbunden: Social Media. Oft wegen „Fake news“ gescholten, aber aus unserer Smartphone-Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Wie Sie mit kleinen Geschichten, einfachen Videos und authentischen Beiträgen nicht nur „Likes“ und „Shares“ erhalten, sondern auch wertvolle kontinuierliche Kontakte mit Ihren Kunden pflegen, dazu geben Ihnen die ÖRV-Experten im 5. Teil der Serie „Qualitäts-Offensive im Reisebüro“ Anregungen.

3, 8 Millionen Österreicherinnen und Österreicher nutzen jeden Monat Facebook, 2 Millionen schauen und posten Bilder auf Instagram (siehe untenstehende Grafik). Die modernen Kommunikationskanäle bieten tolle Chancen, Kundenbeziehungen zu stärken und Kompetenz unter Beweis zu stellen.

Hier 9 Tipps, wie Sie die Social Media Kanäle für Ihr Unternehmen bestmöglich nützen:



Quelle: Statistik Portal statista 2019

1. Qualität vor Quantität. Achten Sie darauf, dass Ihre Posts spannend, unterhaltsam und informativ sind. Denken Sie daran, den Social Media Usern Mehrwert zu bieten anstatt nur Werbung zu machen.

2. Interaktionen wichtiger als maximale Fan-Zahlen. Je mehr Interaktionen Ihre Beiträge erhalten (Likes, Kommentare, Shares), desto mehr belohnen Sie die Algorithmen der Social Media Kanäle mit organischer (nicht bezahlter) Reichweite: Das heißt, Ihre Beiträge werden von mehr Menschen gesehen.

3. Nützen Sie persönliche Kontakte und antworten Sie prompt. Je aktiver Sie die Kanäle nutzen und je verlässlicher Sie auf Kunden-Kommentare reagieren, desto mehr wird die persönliche Beziehung zu den Followern gestärkt, und Sie erhöhen die Chance, dass aus Followern Kunden werden.

4. Stellen Sie Fragen an die Nutzer. Regen Sie aktiv Kommentare und Reaktionen an und beantworten Sie diese auch.

5. Posten Sie authentische Inhalte. Ungewöhnliche Fotomotive und selbst gemachte Videos von Mitarbeitern werden häufig mit vielen „Gefällt mir“-Angaben belohnt. Erkennt der Kunde, dass die Mitarbeiter im Reisebüro seines Vertrauens Inhalte posten, die zu seinen Reisewünschen passen, steigt sein Vertrauen weiter und lässt ihn neue Reisen buchen.

6. Machen Sie Videos. Bewegtbild erzielt eine höhere Aufmerksamkeit und bessere Erfolge. Für Instagram Stories reicht schon eine gute Handy-Kamera.

Tipps für Videos

Be close: Achten Sie auf Nahaufnahmen, diese werden auf den kleinen Smartphone-Videos besser wahrgenommen.

Be fast: kurze Videos (auf jeden Fall unter einer Minute), die Inhalte müssen rasch und kurzweilig an den User gebracht werden.

Be bright: Achten Sie darauf, keine dunkel gehalten Videos zu posten

Be big: Große Schriften verwenden. Denken sie an die Wiedergabe auf kleinen Handy-Bildschirmen.

7. Veröffentlichen Sie Ihre Beiträge zur richtigen Zeit. Beobachten Sie über die Statistiken der sozialen Medien (in den Social Media Apps z. B. unter Statistik/Insights zu finden), wann Ihre Fans online sind. Meistens wird dies morgens oder abends sein. Nutzen Sie zum Beispiel die Facebook-Funktion „Beitrag planen“ für das zeitversetzte Posten von Beiträgen.

8. Bleiben Sie am interessierten User dran. Wenn ein Kunde zu einem Beitrag mehr wissen möchte, leiten Sie ihn nach Möglichkeit gleich zur entsprechenden Website Ihres Unternehmens weiter. „Zumindest sollten Sie den Link mit dem Google Maps Profil Ihrer Filiale oder Ihre Webadresse angeben“, rät Walter Krahl, Geschäftsführer der Verkehrsbüro-Ruefa Reisen GmbH.

9. Investieren Sie auch in bezahlte Social Media Verbreitung. Werbung in den Social Media Kanälen ist vergleichsweise günstig, mit richtigem Targeting (Auswahl der Zielgruppe nach Wohngebiet, Alter, Geschlecht, Interessen, Haushaltsgröße etc.) vermeiden Sie größere Streuverluste.

10. Nützen Sie auch Kontakte und Kooperationen mit ausgewählten Social Media Spezialisten. Seriöse Blogger, Journalisten und Social Media Experten können in Ergänzung zu firmeneigenen Posts Input von außen und Empfehlungen abgeben, die Ihre Leistungen an Web-User vermitteln, die Sie mit eigenen Kanälen nicht erreichen. Achten Sie bei der Auswahl der Kooperationspartner nicht nur auf die Reichweite (Zugriffszahlen), sondern auch auf die Qualität der Veröffentlichungen, der involvierten Medien-Netzwerke und der Interaktivität mit Usern. Ein Messwert für die Relevanz von Bloggern ist zum Beispiel die durchschnittliche Verweildauer auf Beiträgen. Beträgt diese mehrere Minuten, bedeutet dies, dass eine hohe Zahl interessierter User erreicht wird.

Das haben Sie bisher versäumt:

1. Teil: **Was macht einen guten Reisebüro-Mitarbeiter aus?**
2. Teil: **11 Tipps für wertvolle Kundengespräche im Reisebüro**
3. Teil: **9 Tipps, wie Sie neue Top-Mitarbeiter für Ihr Reisebüro gewinnen**
4. Teil: **Das 70/20/10-Modell: Wie Sie Weiterbildung effektiver gestalten**

Bisherige Beiträge finden Sie unter www.oerv.at

Das erfahren Sie in den weiteren Folgen unserer Serie:

6. Teil – Gute Argumente für das Beratungshonorar und die kundenfreundliche Umsetzung
7. Teil – Der Mehrwert des Reisebüros im Überblick