

Anleitung für Autoren. So geht's.

Registrieren

1. Login/registrieren – zum Registrierungsformular
2. Ausfüllen und abschicken (insbes. Username und Passwort merken)
3. Sie erhalten so rasch wie möglich ein Mail mit der Freigabe

1 min
Portraitbild
und Firmen-
logo zurecht-
legen.

Artikel schreiben – Urlaubs-Know-how präsentieren

1. Loggen Sie sich mit Username und Passwort ein.
2. Vervollständigen Sie Ihr Profil „Mein Profil“, laden Sie Ihr Portraitbild und Firmenlogo hoch, ergänzen Sie mit Persönlichem im Feld „Text“ und klicken Sie auf „übernehmen“.
3. Vervollständigen Sie „Meine Reisen“: Destination oder Land, Monat und Jahr des Besuchs.
4. Vervollständigen Sie Ihre Weiterbildungsaktivitäten in „Seminare & Vorträge“ mit dem Seminartitel (z.B. „TTC ÖRV Akademie – Feb. 2013“).
5. Schreiben Sie Ihren ersten Artikel: „Neuer Artikel“ – Sie können Ihren Artikel durch einen Klick auf „Artikel verwalten“ jederzeit ändern, ergänzen und aktualisieren.

10 min
Mind. 3 pas-
sende Bilder,
Reisenoti-
zen, evtl.
Reiseführer,
Karten, usw.
zurechtlegen.

- Wählen Sie zuerst das Land.
 - Geben Sie Ihrem Artikel einen Titel.
 - Halten Sie fest, in welcher Region, Stadt, Insel, usw. der Artikel ‚spielt‘. Unter „Experte in den Regionen“ werden diese in allen Suchergebnissen angezeigt.
 - Im Text schreiben Sie über Ihre Erfahrungen und geben Tipps für Ihre Kunden. Erzählen Sie von Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten, empfehlen Sie Hotels und Anlagen, Restaurants, besondere Orte, Plätze und Märkte (z.B. stehen Flohmärkte selten im Reiseführer, sind aber für junge Urlauber relevant). Auch Ihre persönlichen Erlebnisse vor Ort, Historisches, berühmte Reisende (wer schon da war), wie man sich lokal fortbewegt, Literatur, usw. sind von Relevanz.
- Ihrer Phantasie sind keine Grenzen gesetzt, aber denken Sie bitte daran, dass Sie anhand dieser Informationen Kompetenz vermitteln wollen und Ihr Urlaubs-Know-how zur Verfügung stellen. Es ist Ihr Ziel, für diese Region bzw. Destination als DER Experte wahrgenommen zu werden. Potentielle Reisende sollen in Ihnen einen unerlässlichen Ansprechpartner sehen. Sehen Sie dafür auch die ‚Tipps‘ unten.

- In „Tags“ geben Sie für die Suche wichtige Begriffe ein. Diese Begriffe müssen nicht im Artikel stehen, Ihr Artikel wird aber gefunden bzw. scheint für den Kunden auf, wenn dieser einen der Begriffe in die Suchleiste eingibt.
- Laden Sie ein „Teaserbild“ zu Ihrem Artikel hoch, ein möglichst treffendes Foto. Beachten Sie aber bitte Urheberrechte.
- Klicken Sie auf „Fotoverwaltung“ und laden Sie Ihre Bilder hoch (max. 1 MB je Bild.jpg)
- Laden Sie ein aktuelles Angebot (PDF) hoch, eine Reiseausschreibung oder ein spezielles Angebot, wenn vorhanden.
- Setzen Sie Ihren Artikel auf „aktiv“ sobald er öffentlich sein soll.
- Und wichtig: Speichern Sie jede Änderung!

Tipps:

Ihre persönlichen Empfehlungen sind von größter Bedeutung. Verarbeiten Sie in Ihrem Artikel Emotionen und Urlaubsmotive, so wie Sinnsuche, aktive Entspannung, Burn-out Vorbeugung, etc. Erzählen Sie Geschichten. Urlaubsmotive lassen sich auch als ‚Tags‘ gut nutzen. Setzen Sie Ihren Artikel-Link in Ihre E-Mail-Signatur und posten Sie ihn auf Ihrer Facebook-Seite. Damit lenken Sie noch mehr Aufmerksamkeit auf Ihr Urlaubs-Know-how. Je mehr Artikel Sie veröffentlichen, desto öfter werden Sie von potenziellen Kunden kontaktiert. Veröffentlichen Sie Artikel nur zu Ländern oder Destinationen, in denen Sie sich gut auskennen und für die Sie Ihre Kunden bestens beraten können. Ergänzen Sie Ihren Artikel mit einem konkreten Angebot, aber achten Sie darauf, dass es aktuell ist.

Suchmaschinenoptimierung

Damit Ihr Artikel über Suchmaschinen leicht gefunden wird, optimieren Sie ihn bitte wie folgt:

1. Titel:

Im Titel Ihres Artikels muss das wichtigste Keyword – also das Wort, das die Kunden zur Suche eingeben – unbedingt hinein. Falls es ein Artikel zu einem sehr speziellen Thema ist, sollte das zweitwichtigste Keyword ebenfalls vorkommen.

Ein Beispiel: Sie schreiben über die kulinarischen Köstlichkeiten an der Amalfiküste. Der Titel dafür könnte heißen: „Italienischer Genuss an der Amalfiküste.“ Wir haben hier Italien und Amalfiküste im Titel. Jeder der nach diesen Regionen („Italien“ bzw. „Amalfi“) sucht, bekommt Ihren Artikel vorgeschlagen. Darüber hinaus bekommen auch Besucher die sich für kulinarische Reisen interessieren diesen Artikel in ihr Suchergebnis, falls sie zum Beispiel „Genuss“ oder „Genuss Italien“ eingegeben haben.

Negativbeispiel: „Tiramisu ist lecker“. Die Wahrscheinlichkeit dafür, dass jemand nach dem Keyword „Tiramisu“ oder „lecker“ sucht, ist sehr gering. Dementsprechend würde der Artikel in der Suche nicht aufscheinen.

2. Einleitungstext:

In Ihrem Einleitungstext sollten Sie die von Ihnen gewählten Keywords nochmals verwenden, eventuell um maximal zwei bis drei Wörter ergänzt.

3. Fließtext:

Der Text muss unbedingt gut lesbar und im besten Fall redaktionell hochwertig verfasst sein. Denn der Leser sollte von dem Artikel begeistert sein und ihn höchst interessant und lesenswert finden um einen ersten Eindruck von Ihrer Professionalität zu bekommen. Bauen Sie Ihre Keywords im restlichen Artikel ebenfalls ein. Dies bedeutet nicht, dass Sie andauernd z.B. „Amalfi“ schreiben. Beim Einbau der Keywords geht es hauptsächlich darum, nicht den Fehler zu machen, die Keywords nicht oder zu wenig häufig zu verwenden, weil man gerade diese Worte nicht wiederholen möchte.

Richtlinie: Verwenden Sie Ihr wichtigstes Keyword im Verhältnis zur Gesamtanzahl der Worte zu ca. 2 %. Also bei einem Artikel mit 500 Wörtern verwenden Sie Ihr wichtigstes Keyword ca. 10 Mal. Sie müssen sich aber nicht pedantisch daran halten. In erster Linie muss der Text lesbar sein. Die restlichen Keywords verwenden Sie dann entsprechend weniger, je nach ihrer Bedeutung für den Artikel. Dazu können Sie sich zu Beginn des Verfassens eine Liste mit 3-5 Keywords machen und diese gewichten.

Impressum

TTC Training Center Unternehmensberatung GmbH
Kratochwjlestraße 4
1220 Wien
Telefon: +43/1/317 25 00-73372
Fax: +43/1/319 93 67-73372
E-Mail: ttc@europaeische.at
Web: www.ttc.at und www.urlauberia.com

Die Urlauberia.com ist eine Initiative des TTC mit dem ÖRV und mit Unterstützung der WKO.

urlauberia

Hol dir Kunden aus dem Web

www.urlauberia.com

Es gibt unzählige Reisewillige, die Ihr Urlaubs-Know-how nutzen wollen: um einen gelungenen Urlaub, eine perfekte Reise zu erleben, um die wertvolle Urlaubszeit optimal zu verbringen, um inspiriert zu werden;

Wie aber finden diese Reisewilligen zu Ihnen, dem richtigen Reiseberater mit dem benötigten Urlaubs-Know-how?

Jetzt höchstens durch Zufall.

Künftig mit der [Urlauberia.com](#). Stellen Sie Ihr Urlaubs-Know-how in die ‚virtuelle Auslage‘ und

**Hol dir Kunden
aus dem Web**

Umsatzbringer für stationäre Reisebüros.

Kunden wünschen sich einmalige und individuell gestaltete Urlaubserlebnisse und bedienen sich einer Vielzahl an Informations- und Buchungsportalen. Mit den digitalen Reisemärkten sowie deren umfassenden Vernetzungen verlieren sie zunehmend den Überblick. Im Internet gibt es nicht nur Reisebüros und Veranstalter, sondern sämtliche Leistungsträger direkt. Es stehen auch private Anbieter, Vergleichs- und Bewertungsportale, Meta-Suchmaschinen, Kundenrezensionen, Marktplätze in fremden Branchen, Foren und Communities auf Mausclick bereit.

In ganzen 80 Prozent der Fälle findet die Informationsrecherche im Internet statt. Jedoch bemängeln Kunden das Fehlen von spezifischen und relevanten Informationen und sind mit der Komplexität der Suche und dem Zeitaufwand unzufrieden. Sie wollen eine unkomplizierte Lösung um wieder Freude an der Reisevorbereitung zu haben.

Künftig erfolgt die Synchronisierung der verschiedenen Marktplätze über den Reiseexperten. Die [Urlauberia.com](#) ist dafür die perfekte Lösung. Über sie stellen potentielle Kunden und Reiseexperten den ersten Kontakt her. Die [Urlauberia.com](#) bietet dem Kunden im Zuge seiner Customer Journey hohe Qualität in Betreuung und Resultat. Die [Urlauberia.com](#) ist das Portal zur exklusiven Wunschreise.

Ihr Urlaubs-Know-how, Ihre Nische.

Mit Ihrem Fachwissen, Ihrer Erfahrung und Ihrer Kompetenz sind Sie die/der Expertin/-e, egal wie viele Mitbewerber es am Markt gibt. Als Spezialist sind Sie dem Generalisten immer überlegen. Konzentrieren Sie sich auf Ihre persönliche Nische. Darin sind Sie besser als die Konkurrenz und finden daher leicht neue Kunden.

Ihr Urlaubs-Know-how zieht an.

Reisen ist ein komplexes und hochpreisiges Unternehmen, das nicht getestet oder umgetauscht werden kann. Kunden brauchen Sie, weil sie in den unendlichen Weiten des Webs keinen Überblick haben. Sie brauchen Ihr Urlaubs-Know-how und Ihren Rat, um sich in dem Meer von Angeboten zurechtzufinden.

Lassen Sie Ihre potentiellen Kunden wissen, dass Sie die benötigte Kompetenz haben, um die richtigen Angebote zu finden und exklusiv zusammenzustellen. Stellen Sie Ihr Urlaubs-Know-how in die ‚virtuelle Auslage‘ und ziehen Sie damit die passenden Kunden magnetisch an. Ihr Wissen und Ihre Erfahrung strahlen Sicherheit aus und versprechen dem Kunden eine einmalige Reise. Nutzen Sie die [Urlauberia.com](#) als systematisches Nachschlagewerk Ihres eigenen Wissens und steigern Sie die Zahl Ihrer wertschöpfenden Kundengespräche bedeutend.

Ihre persönliche Angebots- entwicklung.

Kein Berater kann über tiefe Produktkenntnisse für alle Produkte auf dem Markt verfügen, niemand kennt alle Ecken der Welt. Es geht darum, dem Kunden detailliert Ihr Leistungsangebot darzustellen und zu verkaufen. Präsentieren Sie in Ihrem Artikel ein Kernangebot, das entsprechend des Feedbacks und der Kundenbedürfnisse weiterentwickelt wird. Werten Sie das Kernprodukt durch Service- und Zusatzleistungen auf um es exklusiv zu präsentieren. Damit entziehen Sie Ihr Angebot der direkten (Preis-)Vergleichbarkeit und der Preisdruck wird geschwächt. So können Sie auch deckungsbeitragsstarke Produkte absetzen.

Beachten Sie dabei aber, dass Sie und Ihr Urlaubs-Know-how das wirkliche ‚Angebot‘ bleiben. Denken Sie daran, dass das Angebot den aktuellen Möglichkeiten und Preisen entsprechen muss. Deswegen sollten besonders spezialisierte Angebote oft aktualisiert und mit neuem Wissen ‚aufgefrischt‘ werden. Halten Sie Ihren Artikel auch deswegen aktuell, weil dem Leser das Datum der jeweils letzten Änderung angezeigt wird.

Und jetzt:

**Hol dir Kunden
aus dem Web**