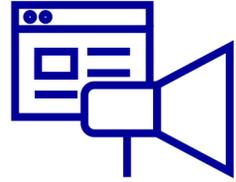


E-Book

Inhalte erstellen, die Reisende ansprechen



expedia group[™]
 partner solutions



Was ist Content-Marketing?

Die Idee ist einfach: Anstatt Ihr Unternehmen direkt zu bewerben, sollten Sie hilfreiche und unterhaltsame Inhalte erstellen, um eine echte Unterhaltung mit Reisenden zu beginnen.



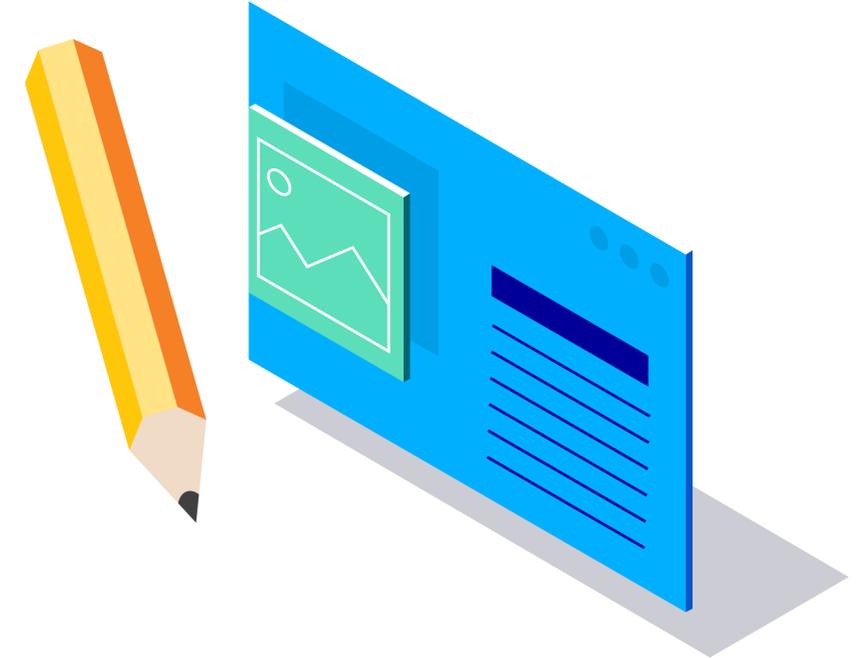
Erstellen Sie kurze Reiseinspirationen für Reisende, die die Onlinesuche verwenden oder sich in einer Warteschlange befinden.



Bieten Sie praktische Tipps zur Planung eines Traumurlaubs in der Hälfte der Zeit.



Heben Sie sich von der Masse ab und empfehlen Sie Top-Aktivitäten am Reiseziel.



Mit den richtigen Inhalten geht es nicht nur um eine Transaktion. Stattdessen können Sie Ihre Bekanntheit und Beliebtheit steigern und bei Kunden Vertrauen aufbauen.¹ Das ist jedoch nicht immer ganz leicht.

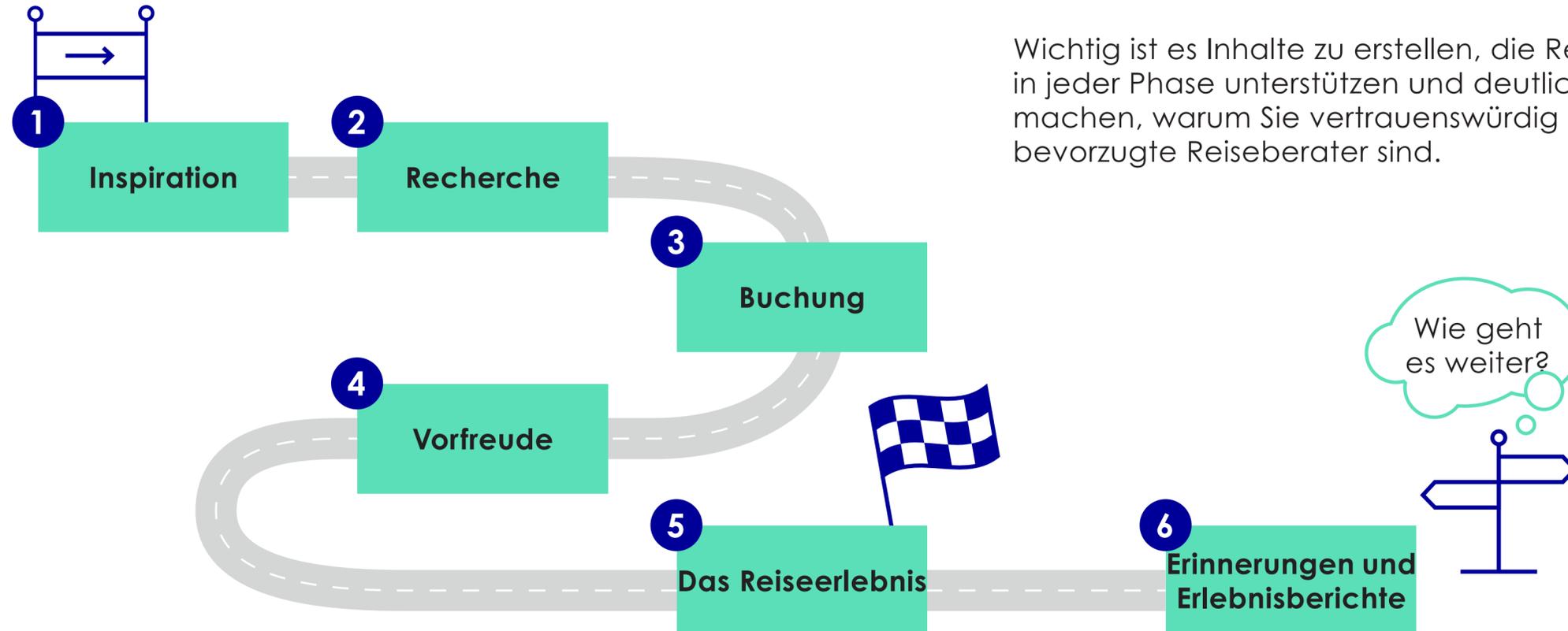
In diesem E-Book sehen wir uns die wichtigsten Prinzipien und Techniken des Content-Marketing an und Sie erfahren, wie Sie sich von Ihren Mitbewerbern abheben können.

¹ <https://copyblogger.com/30-know-like-trust-actions/>

Die User Journey

Gute Content-Planung beginnt mit dem Verständnis der User Journey.

Reisen haben in der Regel sechs Phasen – von der ersten Inspiration bis hin zu Reiseberichten und Anekdoten für Freunde und Familie.



Doch die Realität kann natürlich etwas komplexer sein. Reisen sind oft eine große Sache und können enorm emotionsgeladen sein. Vielleicht entscheiden sich Reisende mitten in der Planung noch einmal um, weil sie ein neues Angebot entdecken, und der Prozess beginnt wieder von vorn.

Wichtig ist es Inhalte zu erstellen, die Reisende in jeder Phase unterstützen und deutlich machen, warum Sie vertrauenswürdig und der bevorzugte Reiseberater sind.





1. Inspiration

Vor einer Buchung besuchen Reisende etwa 140 Reiseseiten.² Das bietet zahlreiche Gelegenheiten für auf eine Destination ausgerichtete Inhalte, um die Reiselust zu wecken. Es ist wichtig, Reisende durch ansprechende, interessante und inspirierende Inhalte zu motivieren.

Tipps:

- **Listicles:** Unterteilen Sie Inhalte in einfach zu lesende, nummerierte Abschnitte. Beispiel: „7 unterschätzte europäische Städte, die einen Besuch lohnen“
- **Prognosen für neue, spannende Orte oder Reisetrends:** Stellen Sie spannende Destinationen vor, die noch als echte Geheimtipps gelten, oder fassen Sie die neuesten Trends zusammen. Beispiel: „So geht nachhaltiger Tourismus“

- **Fakten und Statistiken:** Diese Informationen sollten leicht verständlich und interessant vermittelt werden. Trockene Fakten und Zahlen sparen Sie sich am besten für später auf. Beispiel: „5 Dinge, die Sie noch nicht über Chicago wussten“
- **Fragen und Antworten/Interviews:** Durch Kooperationen mit Top-Reiseexperten oder bekannten Jetsettern steigern Sie Ihre Glaubwürdigkeit. Beispiel: „Instagram-Influencer verraten ihre Lieblingshotels auf Bali“
- **Infografiken:** Veranschaulichen Sie Fakten und Zahlen mithilfe von farbenfrohen Infografiken, die Reisenden einen schnellen Überblick über eine Destination oder Attraktion bieten.
- **Newsletter:** Erstellen Sie beispielsweise einen vierteljährlichen Newsletter, der keinen hohen Zeitaufwand erfordert und in dem jedes Mal ein spezielles Thema behandelt wird, beispielsweise Kurztrips in der Adventszeit oder romantische Auszeiten rund um den Valentinstag.

- **Quiz:** Ein Quiz ist ein hervorragendes Beispiel für interaktive Inhalte. Beispiel: „Wie gut kennen Sie Sydney?“ oder „Welches Reiseziel passt am besten zu Ihrem Persönlichkeitstyp?“
- **Humorvolle Inhalte:** Erfolgreiche Reiseinhalte wirken echt und relevant. Humor kann dabei ein gutes Hilfsmittel sein. Beispiel: „Strandurlaub mit der Familie – Diese Fallen und Fettnäpfchen gilt es zu vermeiden“
- **Virtuelle Veranstaltungen:** Bei virtuellen Events können Reisende direkt mit Ihnen interagieren und Fragen stellen.
- **Memes:** Gut gemachte Memes können unendlich oft geteilt werden. Sie sollten dabei allerdings darauf achten, dass Sie Ihre Zielgruppe kennen und dass die Memes originell und themenbezogen sind.³

² <https://welcome.expediagroup.com/de/resources/improve-hotel-guest-experience-resources-tips/set-hotel-guest-expectations-ota>

³ <https://shanebarker.com/blog/marketing-memes/>



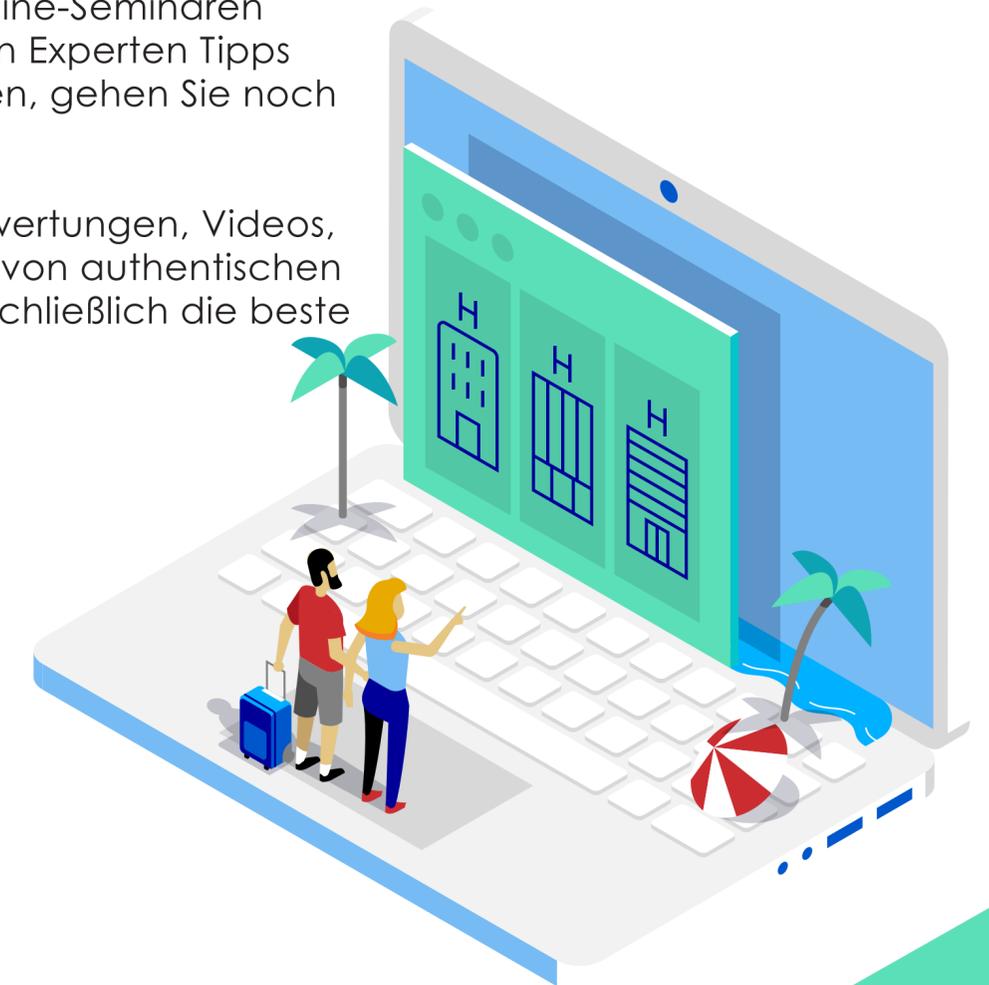
2. Marktforschung

Fügen Sie den Inhalten zu Destinationen praktische Tipps hinzu, wenn sich Reisende näher mit der Planung befassen. Dadurch unterstützen Sie sie dabei, verschiedene Optionen abzuwägen und die Vorfreude auf eine mögliche Reise zu steigern.

Tipps:

- **Reiseführer:** Geben Sie Ratschläge dazu, wie man sich die besten Angebote sichert und wie Reisen so reibungslos wie möglich verlaufen. Sie können sich dabei auf den lokalen ÖPNV, beliebte Reisezeiten und Flugschnäppchen konzentrieren.
- **Leitfäden zur Reiseplanung:** Erstellen Sie praktische Leitfäden zu bestimmten Destinationen mit wissenswerten Informationen – von Top-Attraktionen über die am besten bewerteten Hotels bis hin zu Wetter- und Klimastatistiken.

- **Online-Seminare zu Destinationen:** Mit selbst durchgeführten oder geteilten Online-Seminaren (live oder aufgezeichnet), in denen Experten Tipps zu bestimmten Destinationen bieten, gehen Sie noch einen Schritt weiter.
- **Erfahrungsberichte:** Nutzen Sie Bewertungen, Videos, Blogbeiträge, Bilder und Top-Tipps von authentischen Reisenden. Mundpropaganda ist schließlich die beste Werbung.





3. Buchung

Der Buchungsprozess ist zwar weniger glamourös, aber genauso wichtig, um das Buchungserlebnis so einfach wie möglich zu gestalten.

Tipps:

- **Buchungs-Checkliste:** Begleiten Sie Ihre Reisenden durch den Buchungsprozess, indem Sie ihnen mitteilen, was sie für eine reibungslose Buchung benötigen (Reisepassnummer, bevorzugter Reisezeitraum, Budget, Karte für die Zahlung).
- **Häufig gestellte Fragen:** Abschnitte mit FAQs reduzieren Anrufe beim Kundenservice, bieten Reisenden Support und optimieren die Sichtbarkeit Ihrer Website und den Rang in den Suchergebnissen. Diese Seite sollte auf Ihrer Website einfach zu finden sein.

- **Spezifische Informationen:** Erstellen Sie nützliche Informationen zu Destinationen oder Leitfäden, die Reisende über praktische Dinge wie Kosten, durchschnittliche Flugzeiten usw. informieren.
- **Support nach der Buchung:** Stellen Sie sicher, dass Reisende die Supportmöglichkeiten kennen, die ihnen nach einer Buchung zur Verfügung stehen. Dadurch wissen Ihre Kunden, dass Sie bei gewünschten Buchungsänderungen oder Fragen für sie da sind. Die Möglichkeit, einfach Fragen stellen zu können, fördert das Vertrauen und die Treue.
- **E-Mails nach der Buchung:** Nach der Buchung können Sie die Vorfreude auf die Reise durch E-Mails steigern, beispielsweise durch einen Countdown bis zum Reisebeginn oder durch hilfreiche Erinnerungen (z. B. Auswahl des Sitzplatzes im Flugzeug oder Packliste).





4. Vorfreude

Nach der Buchung können Sie Reisende dabei unterstützen, sich auf ihre wohlverdiente Reise zu freuen und weiter zu planen. Mit relevanten Inhalten bauen Sie eine bessere Beziehung zu Ihren Reisenden auf als durch reine Werbung.

Tipps:

- **Packliste:** Wird Bargeld benötigt? Für welche Temperaturen sollte man Kleidung einpacken? Wie bekommt man mehr im Koffer unter?
- **Anleitungen:** Erstellen Sie Beispiele für Reisepläne oder Infomaterialien, in denen gängige Herausforderungen angesprochen oder das Upselling von Zusatzleistungen ermöglicht werden. Beispiele: „Die schönsten Routen durch Südspanien mit dem Auto“



- **Demos/Rundgänge:** Durch 360°-Videos von Hotels und empfohlene Rundgänge bei Top-Attraktionen auf YouTube bringen Sie Reisende mitten ins Geschehen.
- **Bücher/Filme:** Wecken Sie das Interesse durch Buch- und Filmvorschläge. Beispiele: „5 Filme, die Sie vor einer Reise nach New York gesehen haben sollten“
- **E-Books:** Stellen Sie Reisenden Tipps, Tricks und vielleicht sogar Karten bereit, die sie als E-Book herunterladen und in Ruhe ansehen können – auch wenn kein WLAN verfügbar ist.
- **Sprachkurs:** Stellen Sie Reisenden zum Üben eine kurze Liste mit einfachen Sätzen in der jeweiligen Landessprache zur Verfügung. Tipps zur Aussprache und Audiodateien sind dabei ebenfalls hilfreich.



5. Reiseerlebnis

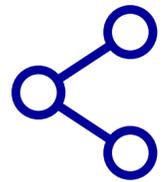
An dieser Stelle stehen Inhalte nicht an erster Stelle. Dennoch bieten sich Gelegenheiten für das Einstreuen praktischer Informationen, die unterwegs hilfreich sein können.

Tipps:

- **Reisepläne:** Beschränken Sie sich bei diesen Informationen auf das Wesentliche (Preise, Wegbeschreibungen usw.) und konzentrieren Sie sich auf ein kurzes Zeitfenster. Beispiel: „Empfehlenswerte Restaurants für Ihren Anreisetag in Amsterdam“
- **Reiseführer für die Destination:** Hier geht es eher um Fakten als um Inspiration. Fügen Sie herunterladbare Karten, praktische Telefonnummern, Hinweise auf Kosten, Tipps und Adressen zur Buchung von Tagesausflügen hinzu.

- **Spiele für Kinder zum Ausdrucken:** Sorgen Sie bei den Kleinen für Spaß auf Reisen, z. B. durch Touren, Aktivitäten oder Spiele zum Ausdrucken. Beispiel: „10 Dinge, die es in Prag zu entdecken gibt“
- **Audioguides:** Bieten Sie auf Ihrer Website, als Podcast oder in Form von YouTube-Audiovideos kurze Rundgänge durch Städte oder Attraktionen – so wird das Smartphone zum digitalen Reiseführer.
- **App:** Positionieren Sie Ihre App als nützliches Tool, das über eine rein kommerzielle Transaktion hinausgeht, indem Sie Reisenden unterwegs relevante Inhalte bereitstellen.





6. Erinnerungen und Erlebnisberichte

Auch wenn gemeinsame Momente mit Freunden und Familienmitgliedern oft privater Natur sind, können Sie Reisende dennoch dabei unterstützen, Erlebnisse Revue passieren zu lassen und Inspirationen für weitere Erinnerungen zu finden.

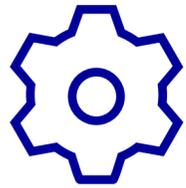
Tipps:

- **Erfahrungsberichte:** Bitten Sie Reisende, ihre schönsten (und schlimmsten) Reiseerlebnisse preiszugeben. Dadurch entsteht eine Sammlung wertvoller, von Nutzern erstellter Inhalte, die gleichzeitig zukünftigen Reisenden weiterhelfen.
- **Zitate von Reisenden:** Für die Zitate könnten Sie einen kleinen Anreiz bieten. Die Teilnahme an einem Gewinnspiel ist beispielsweise eine gute Möglichkeit, um Nutzer zum Einsenden von Beiträgen zu motivieren.

- **Interviews/Reiseberichte:** Lassen Sie sich von den Reisetipps der Süddeutschen Zeitung inspirieren⁴ und bitten Sie Reisende, einen kurzen Reisebericht zu verfassen oder einige Fragen zu ihren Reisen zu beantworten.
- **Fotowettbewerbe:** Belohnen Sie die besten Reisefotos mit einem Preis.
- **Quiz:** Im Rahmen eines Quizzes zu bestimmten Reisezielen können Gruppen ihre letzte Reise noch einmal Revue passieren lassen und testen, wie viele Informationen der Stadtführung ihnen noch in Erinnerung geblieben sind.



⁴ <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/tag/reisetipps>



Der richtige Umgang mit Inhalten

Inhalte sind entscheidend und die richtige Planung zahlt sich langfristig aus. Hier sind einige Top-Tipps für die Weiterentwicklung Ihrer Fähigkeiten in diesem Bereich.

Planung

- Verwenden Sie ein Tool wie beispielsweise eine Content Marketing Matrix⁵, um Ihre Inhaltsideen und Ansätze zu planen und zu strukturieren, anstatt Inhalte einfach unüberlegt und unsortiert zu veröffentlichen.
- Planungstools können das Erstellen von Inhalten vereinfachen und Sie können sich darauf konzentrieren, wann Sie die Inhalte senden möchten und was Sie damit erreichen wollen.
- Denken Sie dabei unbedingt daran, welches Verhalten Sie beeinflussen möchten – durch Unterhaltung, Inspiration, Information oder Überzeugung der Reisenden mit ansprechenden Inhalten.

Verfassen

- Sie sollten einen klaren Stil entwickeln, der zu Ihrer Marke passt – und sich daran halten.
- Denken Sie an Ihre demografische Zielgruppe. Wie spricht sie und welche Formulierungen sind gängig? Versuchen Sie, diesen Ton zu treffen. Definieren Sie einen Ton anhand einer Handvoll Adjektiven und Formulierungen, die sowohl zu Ihnen als auch zu Ihrer Zielgruppe passen. Setzen Sie diese dann beim Schreiben um.⁶
- Erstellen Sie anhand einiger Beispiele⁷ Ihren eigenen Leitfaden zum Stil Ihrer Marke und teilen Sie diesen mit allen Autoren und Beitragenden.

Videos

- Damit Ihre Videos professionell wirken, sollten Sie in Ausrüstung investieren, beispielsweise in Bearbeitungssoftware, Beleuchtung und Soundtechnik.
- Eigene oder externe Website? Überlegen Sie, wann Sie Inhalte auf Ihrer eigenen Website

- veröffentlichen und wann Sie sie am besten auf Drittanbieter-Plattformen teilen⁸.
- Achten Sie auf die richtige Balance zwischen Videotouren zu Destinationen und informativen Inhalten wie Live-Fragerunden mit Reiseexperten.

Fotos

- Fotos sollten relevant, markenbezogen und aussagekräftig sein.
- Verwenden Sie Online-Software wie Canva⁹, um ansprechende visuelle Inhalte mit einheitlichem Stil zu erstellen.

⁵ <https://www.smartinsights.com/content-management/content-marketing-strategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/>

⁶ <https://sproutsocial.com/insights/brand-voice/>

⁷ <https://voiceandtoneguides.webflow.io/>

⁸ <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2020/11/03/4-ways-to-maximize-your-social-video-ads/>

⁹ https://www.canva.com/de_de/

Der richtige Umgang mit Inhalten – Fortsetzung

Quellen

- Pflegen Sie eine Datei oder Liste mit allen potenziellen Quellen für Content-Ideen – relevante Nachrichtenwebsites, Partner, Social Media und sogar konkurrierende Unternehmen.
- Als Expedia TAAP-Partner haben Sie direkten Zugang zu den neuesten Branchenupdates. Außerdem können Sie Ihre Fähigkeiten durch das Schulungsangebot in der TAAP Academy erweitern.¹⁰

Timing

- Heben Sie Inhalte hervor, die zum Tagesablauf Ihrer Reisenden passen. Wenn diese beispielsweise auf dem Weg zur Arbeit im Internet surfen, können Sie ihnen inspirierende Fotos ihres Traumreiseziels oder übersichtliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen anstatt schwer verständlicher Inhalte mit viel Text anzeigen.
- Erstellen und teilen Sie von aktuellen Nachrichten inspirierte Inhalte. Das nennt man „Newsjacking“.

- Sie sollten als Brücke zwischen Ihren Anbietern und Reisenden agieren. Wenn eine Partner-Fluggesellschaft beispielsweise neue Sitzplätze oder Unterhaltungsfunktionen einführt, sollten Sie das auch teilen.



¹⁰ <https://taapacademy.expediapartnersolutions.com/hc/de>



Glossar

Arten von Content-Marketing:

- **Redaktionelle Inhalte:** alles, was sich nicht direkt auf Produkte oder Dienstleistungen bezieht, z. B. Blogbeiträge, Dokumentarberichte, Quiz, Leitfäden, Listicles
- **Vlogs:** Blogbeitrag oder Leitfaden in Videoform, in dem Reisende Informationen oder Inspiration erhalten
- **SEO:** Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization), also die Verwendung von Keywords und/oder Begriffen, um das Ranking bzw. die Reichweite von Inhalten zu steigern
- **PPC:** Pay-per-Click, bezahlte Inhalte, bei denen die Preise in direktem Zusammenhang stehen mit der Reichweite
- **FAQ:** häufig gestellte Fragen, Selfservice-Kanäle, auf denen die gängigsten Probleme, Fragen und Bedenken von Reisenden behandelt werden

- **Influencer:** sämtliche Personen des öffentlichen Lebens, bezieht sich oft aber vor allem auf bekannte Social-Media-Stars, von denen viele bei gesponserten Inhalten mit Unternehmen kooperieren
- **Professionelle Videoinhalte:** Videos, die von Profis mit spezieller Ausrüstung und nicht mit einem einfachen Smartphone gedreht wurden
- **Online-Seminare:** ein informatives Online-Event, das von Ihnen oder von eingeladenen Experten durchgeführt wird
- **VR:** virtuelle Realität; mithilfe einer Google Cardboard-Brille für wenige Euro und einem Smartphone¹¹ werden Videos zu Destinationen besonders lebendig
- **KI:** künstliche Intelligenz; der Begriff umfasst alles von Tools, die das Onlineverhalten von Reisenden messen, bis hin zu automatisch erstellten Berichten und Beschreibungen

Arten von redaktionellen Inhalten:

- **Erfahrungsberichte:** Tipps in Form von Erfahrungsberichten von anderen Reisenden
- **Erklärungen:** einfache Artikel mit Anleitungen und Leitfäden, in denen gängige Herausforderungen von Reisenden behandelt werden
- **Quiz:** bieten im Vergleich zu passiven Inhalten die Gelegenheit zu Interaktion mit Reisenden
- **Lokale Reiseführer:** Reiseführer für bestimmte Destinationen, durch die sich Reisende in bestimmten Städten oder Regionen besser zurechtfinden
- **„Früher und heute“:** eine kreative Möglichkeit, eine Destination anhand von Vergleichen der Vergangenheit und Gegenwart zu erkunden
- **Reiseführer für Destinationen:** allgemeinere Reiseführer, die einen Überblick der gesamten Destination bieten; ideal für Inspiration und Planung

¹¹ <https://arvr.google.com/cardboard/>