



TREKKSOFT

EBOOK LIBRARY

SOCIAL MEDIA HANDBUCH

für Touren- &
Aktivitätenanbieter



Inhalt

Vorwort

Was ist das Ziel?

20 einfache Schritte:

#1: Erstellen Sie Ihr eigenes Hashtag!	3
#2: Teilen Sie Live-Beiträge Ihrer Touren	4
#3: Fragen Sie Ihre Kunden nach deren Twitter-Namen	
#4: Ermutigen Sie Kunden Ihren Twitter-Namen zu nutzen	4
#5: Offerieren Sie Preise für den kreativsten Tweet oder das originellste Foto	5
#6: Bitten Sie Kunden Ihrem Unternehmen auf Social Media Plattformen zu folgen	5
#7: Kreieren Sie ein Video aus Kundenaufnahmen	6
#8: Updaten Sie Ihre Webseite mit einem "Live Blog"	6
#9: Stellen Sie Ihren Kunden Kameras zur Verfügung	7
#10: Informieren Sie Kunden über die Veröffentlichung der Fotos	7
#11: Sorgen Sie für regelmässige Beiträge auf Social Media Plattformen	7
#12: Wertvolle Berichte Ihrer Kunden	8
#13: Nutzen Sie Live Google Hangout	8
#14: Zeigen Sie Mitarbeiter Ihres Unternehmens	9
#15: Verwenden Sie Kundenfeedback für Inhalte	9
#16: Experimentieren Sie mit anderen sozialen Netzwerken	10
#17: Überprüfen Sie verschiedene Suchbegriffe	10
#18: Tragen Sie Social Media-Info auf der Kleidung	10
#19: Aktivieren Sie die Lokalität bei Ihrem Social Media Beitrag	11
#20: Haben Sie Spass!	11



Es gibt kein besseres Netzwerk als Social Media, um für Ihre Touren und Aktivitäten zu werben



Wenn Sie dieses Handbuch lesen sind Sie wahrscheinlich Inhaber eines Touren- und / oder Aktivitäten-unternehmen. Herzliche Gratulation - Sie sind die treibende Kraft in der Freizeitreisebranche! Und Sie haben Glück: es gab noch nie ein so perfektes Match für Ihre Produkte und Social Media Marketing. Sie haben das stärkste Verkaufs-instrument zur Verfügung - das Meiste sogar kostenlos!

In den folgenden Seiten haben wir die Erfahrungen von Hunderten von Touren- und Aktivitätenunternehmen zusammengefasst. Wir haben für Sie 20 einfache Schritte formuliert, wie Sie jeden Ihrer Kunden zu einem Promoter Ihrer Touren und Aktivitäten machen.

Täglich arbeiten Sie mit grösster Hingabe daran, Ihren Gästen eine unvergessliche Lebenserfahrung zu ermöglichen. Bieten Sie nun auch Ihren Kunden die Möglichkeit kundzugeben wie einzigartig Ihr Unternehmen ist.

The background of the entire page is a dark blue, textured surface that resembles stone or concrete with various cracks and mottled patterns. The text is centered in the upper half of the page.

INTEGRIEREN SIE SOCIAL MEDIA IN IHRE TOUREN & AKTIVITÄTEN



Was ist das Ziel?

Eine Sache womit die Leute gerne angeben, das sind ihre Ferien. Sie möchten Freunden mitteilen, wie herausfordernd das Besteigen des Machu Picchu war, wie sie ihre Angst vor der schwindelerregenden Höhe beim Skydiving in Australien besiegt haben oder wie ihnen beim Zip-Lining durch die Alpen das Adrenalin durch den Körper schoss.

Dank Social Media muss man nicht mehr bis zur Rückkehr aus dem Ferien warten, um seine Mitmenschen an solchen Erfahrungen teilhaben zu lassen. Sobald Internetanschluss gewährleistet ist, kann das soeben Erlebte sofort mitgeteilt werden.

Je mehr Sie Social Media in Ihrem Unternehmen integrieren, desto einfacher wird es für Ihre Kunden Ihre Angebote zu verbreiten.

Welches #Hashtag ist für mein Unternehmen geeignet?

Halten Sie's kurz. Tweets können nur 140 Zeichen umfassen. Kunden sollen vor allem über das Erlebte berichten können.

Machen Sie's relevant – Versuchen Sie es ansprechend und sachbezogen zu machen, nicht zu kryptisch.

Vergewissern Sie sich, dass es niemand sonst benutzt - Wichtig für Reporting- und Tracking-Zwecke



#1

Erstellen Sie Ihr eigenes Hashtag!

Jedes Unternehmen braucht ein eigenes Hashtag. Ob Sie ein Restaurant, eine Designagentur oder ein Finanzunternehmen führen, Sie sollen in der Lage sein jede Unterhaltung über Ihr Unternehmen online zu verfolgen. .

Involvieren Sie Ihre Kunden von Anfang an. Wenn eine Tour oder Aktivität Ihres Unternehmens durchgeführt wird und Sie die Kunden instruieren, geben Sie ihnen den Hashtag bereits bekannt. Beenden Sie die Einführung zum Beispiel mit "... und falls jemand von Ihnen während der Tour gerne tweeten oder instagrammen möchte, benutzen Sie bitte unseren Hashtag #yourhashtag.

#2

Teilen Sie aktuelle Beiträge Ihrer Touren

Eine wichtige Frage über Social Media, die sich viele Unternehmen und Marken stellen ist: "Was soll ich teilen?"

Dies ist eine Herausforderung der sich alle Touren- und Aktivitätenunternehmen gegenübersehen - täglich werden sie mit Bilder, Tipps und Neuigkeiten überflutet, sie müssen sich nur erinnern, diese zu teilen. Wenn Ihre Guides auf Tour sind, sollten sie darauf achten, dass sie Inhalte teilen und dabei den Hashtag verwenden, wovon wir vorhin gesprochen haben.



#3

Fragen Sie Ihre Kunden nach deren Twitter-Namen

Damit Ihre Beiträge geteilt werden, müssen Sie die Aufmerksamkeit der Kunden erlangen. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie zum Beispiel sehr ansprechende Inhalte. Eine weitere Möglichkeit ist das Markieren von relevanten Benutzern. Fragen Sie die Kunden während der Tour ob sie einen Twitter Account besitzen, damit Sie sie markieren können. Danach, haben Sie Spass! Machen Sie strategisch vor allem Selfies mit den Kunden, die Sie markieren können. Dies fördert Retweets und somit ein grösseres Publikum. Kreativität ist gefragt: Selfies vor Sehenswürdigkeiten und schönen Landschaften können zum Beispiel mehr Aufmerksamkeit wecken. Da gibt es wirklich Vieles, was Sie tun können.



#4

Ermutigten Sie Kunden Ihren Twitternamen zu nutzen

Nicht nur der Twitter Benutzername Ihres Kunden ist wertvoll, auch Sie sollten Ihrem Kunden den Ihres Unternehmens mitteilen. Dies erhöht die Chance auf Tweets, in welchem Sie getaggt sind, was Ihre Reichweite deutlich vergrössert.

#5

Offerieren Sie Preise für den kreativsten Tweet oder das originellste Foto

Das Mitteilen des Hashtags versichert nicht, dass die Kunden den Hashtag in ihren Tweets verwenden. Manchmal braucht es einen bestimmten Anreiz, wie zum Beispiel einen Preis offerieren für den kreativsten Tweet oder das originellste Foto. Versichern Sie sich, dass die Kunden Ihren Hashtag benutzen!

Involvieren Sie Ihre Guides

Versichern Sie sich, dass das gesamte Team Ihre Social Media Ziele und Pläne nachvollziehen kann. Ihre Guides sind das wichtigste Werkzeug. Motivieren Sie Ihre Guides mit Kunden auf Fotos zu posieren und damit die Botschaft vermitteln, dass Sie grossen Wert auf eine enge und persönliche Bindung zum Kunden legen.



#6

Bitten Sie Kunden Ihrem Unternehmen auf Social Media Plattformen zu folgen

Die meisten Anbieter fürchten sich vor negativen Rückmeldungen, wenn Sie Kunden direkt fragen ihrem Unternehmen auf einer Social Media Plattform zu folgen. Doch vergessen Sie nicht: die Kunden sind gewillt mit ihrem Geld zu erfahren, was Sie anbieten. Bei guter Erfahrung sind sie bestimmt an aktuellen Ereignissen und zukünftigen Angeboten interessiert.

#7

Kreieren Sie ein Video aus Kundenaufnahmen

Haben Sie schon vom Film 'Awesome! I F*@kin' Shot That' von den Beastie Boys gehört? Dies ist ein zusammen geschnittener Film aus Aufnahmen von Fans, die ihre Konzerte besucht haben. Wir raten Ihnen einen Werbefilm aus Kundenaufnahmen auf Youtube, Instagram oder Vine zusammenzustellen.

**Was macht
tollen Inhalt
aus?**

- Menschen – jeder liebt es, sich auf einer Postkarte zu sehen
- Live Updates
- Live Video Testimonials
- Lustige Zitate und Fragen
- Respektvolle Ausrutscher



#8

Updaten Sie Ihre Webseite mit einem “Live Blog”

Mit etwas technischer Arbeit an Ihrer Webseite und einem regelmässigen Fluss an Beiträgen mit Ihrem Hashtag können Sie stetig neue Beiträge mit Hilfe eines “Live Blog” in Ihrer Webseite veröffentlichen. Auf diese Art halten Sie Ihre Webseite ohne grossen Aufwand up to date.

#9

Stellen Sie Ihren Kunden Kameras zur Verfügung

Viele der bereits erwähnten Tipps sind abhängig vom UGC – User Generated Content (nutzergenerierte Inhalte). Um nutzergenerierte Inhalte zu fördern brauchen Ihre Kunden eine gute Kamera während der Tour. Falls Kunden keine mit sich führen, empfiehlt es sich gute Kameras für qualitativ gute Fotos und HD Videos zur Verfügung zu stellen.





#10

Informieren Sie Ihre Kunden über die Veröffentlichung der Fotos

Menschen mögen es sich selbst auf Social Media Plattformen auf Fotos zu sehen. Wenn Ihre Guides Fotos während der Tour machen, sollte dies möglichst von den Kunden sein. Teilen Sie die Fotos auf Ihrer Plattform. Vorgängig sollten Sie die Kunden darüber informieren. Viele Kunden werden Ihr Foto teilen, was Ihrem Unternehmen zu einem grösseren Publikum verhilft.



**Ein gutes
Beispiel einer
Seite, die das
macht**

TravelMassive.com. Scrollen Sie nach unten um den Stream vom #travelmassive hashtag zu sehen. Ein anderes Beispiel ist der Reiseblog Travmonkey.com der Liveblogs von verschiedenen Trips hat.



#11

Sorgen Sie für regelmässige Beiträge auf Social Media Plattformen

Heutzutage gibt es sehr viele verschiedene soziale Netzwerke. Es ist kaum möglich auf allen aktiv zu sein. Wenn Sie ein eigenes Hashtag haben und andere User ermuntern damit Beiträge für Ihr Unternehmen zu posten, ergeben sich auch ständig neue Beiträge für Ihr Unternehmen. Sie können zum Beispiel ein Facebook Fotoalbum erstellen und mit Ihrem Hashtag versehen.

#12

Wertvolle Berichte Ihrer Kunden

Früher als Reisende Berichte über ein spezifisches Hotel oder Hostel lesen wollten, haben sie sich bei Lonely Planet oder einem anderen Reiseführer erkundigt. Diese Zeiten sind definitiv vorbei, heutzutage wollen Reisende Empfehlungen und Bewertungen von anderen Reisenden sehen, bevor sie sich für ein Hotel oder Hostel entscheiden. Daraus resultiert, dass Webseiten wie TripAdvisor mehr und mehr benutzt werden.

Auf was wir hier hinaus wollen ist UGC (User Generated Content), sprich ein wertvoller und nützlicher statt professioneller Inhalt von Berichten. Fragen Sie Kunden nach ihren besten Reisetipps und stellen Sie diese in einem Bericht zusammen, welchen Sie auf Ihren Social Media Plattformen veröffentlichen. Das Resultat: Sie erreichen eine grössere Menschenmenge!



#13

Nutzen Sie Live Google Hangout

Laut Statistik ist YouTube die zweitgrösste Suchmaschine weltweit. Es lohnt sich also, auf YouTube mit einem Werbevideo präsent zu sein. Ein eigenes Video zu gestalten kann etwas mühsam sein und nimmt viel Zeit in Anspruch. Mit Google Hangouts, eine App für iOS und Android, können Sie ganz einfach kurze Live Aufnahmen Ihrer Touren machen und direkt in Ihren YouTube Account laden. Danach können Sie die Inhalte speziell für SEO (Suchmaschinenoptimierung) anpassen.

#14

Zeigen Sie Mitarbeiter Ihres Unternehmens

Wenn Kunden Ihre Angebote wirklich, wirklich mögen, dann hat das meist zwei Gründe: die Lokalität/Aktivität und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihre Guides sind das Produkt von dem was Ihre Angebote bieten. Zeigen Sie von Zeit zu Zeit Gesichter Ihrer Mitarbeiter auf den Social Media Netzwerken. Menschen schätzen diese Art von persönlicher Einsicht hinter die Kulissen.

**Vergewissern Sie sich,
dass ein live hangout
ein zusätzliches
Erlebnis ist und kein
Aufdrängen**

Wenn Sie ein Live-Hangout auf einer Tour planen, sollten Sie sich versichern, dass die Gäste von der Idee begeistert sind. Wenn Ihre Tour nicht passend für ein Live-Hangout mit Gästen ist, dann können Schauspieler für einen ähnlichen Effekt sorgen.



#15

Verwenden Sie Kundenfeedback für Inhalte

Niemand mag zu viel Selbstlob... doch wenn Kunden Gutes über Ihr Unternehmen sagen, sollten Sie dies Ihre Follower wissen lassen. Ein Gästebuch auf der Homepage ist ein guter Platz dafür... Social Media auch! Fragen Sie Ihre Kunden nach der Tour für ein Feedback und teilen Sie diese als Zitate auf Ihrer Social Media Plattform.

#16

Experimentieren Sie mit anderen sozialen Netzwerken

Die meisten Unternehmen benützen die beiden bekanntesten Social Media Plattformen - Facebook und Twitter. Ihre Kunden verwenden aber bestimmt weitere! Fast alle von ihnen sind garantiert auf Instagram oder Snapchat. Überlegen Sie sich auf weiteren bekannten Social Media Netzwerken Ihre Unternehmung zu promoten - es lohnt sich!





#17

Überprüfen Sie verschiedene Suchbegriffe

Zuvor haben wir die Wichtigkeit eines eigenen Hashtags erwähnt. Jedes Unternehmen sollte aber beachten, dass verschiedene Suchbegriffe überprüft werden sollten. Angenommen TrekkSoft wäre ein Tourenunternehmen und wir möchten genau verfolgen was Menschen über unser Unternehmen auf Social Media Netzwerken sagen, müssten wir auch folgende Suchbegriffe überwachen: Trekksoft (ohne Hashtag), Trekksoft, Trekk Soft, Trek soft, etc. Achten Sie darauf verschiedene Schreibvariationen auszuprobieren, um wirklich alle Social Media Konversationen verfolgen zu können.



#18

Tragen Sie Social Media-Info auf der Kleidung

Menschen, die eine Gruppe anleiten sind bekannt als Guides. Guides führen Menschen, was bedeutet, dass die Gruppe meist hinter dem Gruppenführer ist. Hier, auf der Rückseite der Guide-T-Shirt, bietet sich eine perfekte Gelegenheit Ihren Kunden die verschiedenen Social Media Plattformen mit Ihrem Benutzernamen zu präsentieren.



#19

Aktivieren Sie die Lokalität bei Ihrem Social Media Beitrag

Instagram hat eine tolle Funktion, welche es Kunden erlaubt ihre Fotos auf einer grösseren "Foto Landkarte" hinzuzufügen und den Ort zu benennen, wo das Foto aufgenommen wurde.

Dies ist ein toller Weg um zu sehen, was Kunden an Ihrer Tour lieben und erlaubt Ihnen Personen anzulocken, welche auf Instagram nach einer bestimmten Destination suchen.



**Ein Meisterstück ist es,
Ihre Kunden taktvoll
auf Ihre Social Media
Kanäle aufmerksam zu
machen**

Ihre Gäste verbringen viel Zeit damit Ihre Tourguides anzuschauen. Subtile Social Media Hinweise auf T-Shirts und Uniformen Ihrer Mitarbeiter sind eine tolle Möglichkeit, um sicherzustellen, dass Ihre Kunden Ihre Marke und Hashtag kennenlernen.



#20

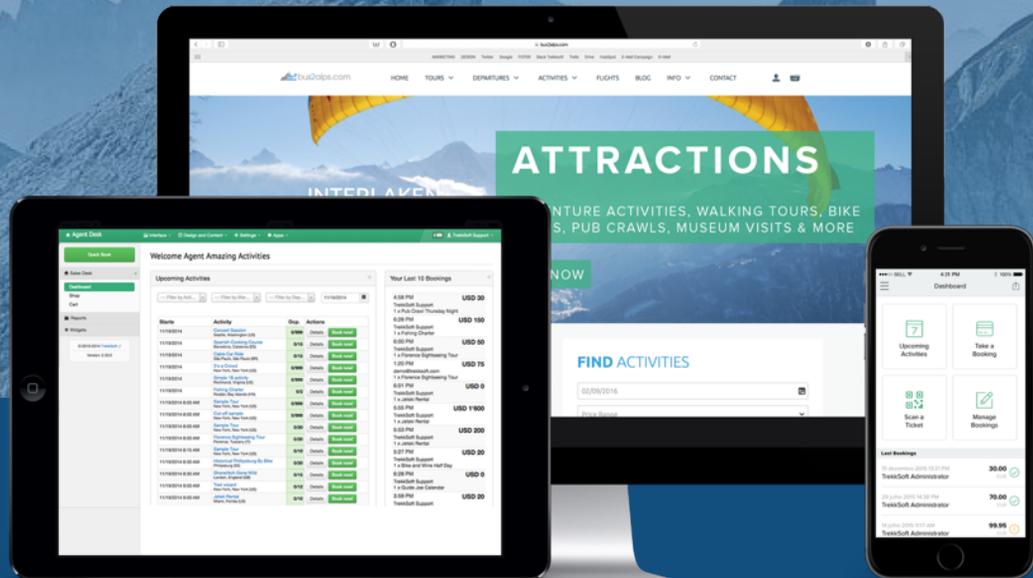
Haben Sie Spass!

Social Media wurde kreiert um persönliche Geschichten und tolle Zeiten mit Freunden und Familie zu teilen.

Diese Plattformen werden üblicherweise als weniger förmlich sondern persönlich angesehen. Zeigen Sie Ihre Freude und verrückte Seite und scheuen Sie sich nicht eine positive Stimmung und Persönlichkeit verbunden mit Ihrer Marke zu zeigen.

Wir hoffen, dass Sie dieses eBook nützlich fanden. Vergessen Sie nicht, es macht keinen Sinn viel Traffic auf Ihre Webseite zu bringen, wenn die potentiellen Kunden nicht buchen können. Zeit in die Optimierung Ihrer Social Media Präsenz wird Ihnen die besten Resultate liefern, wenn Sie ein tolles Online-Buchungssystem auf Ihrer Webseite haben.

Für mehr branchenspezifische Diskussionen mit anderen Tourenanbieter von überall auf der Welt und unseren Online-Buchungsspezialisten empfehlen wir einen Blick auf blog.trekksoft.com



**KREIEREN SIE
IHRE EIGENE
BUCHUNGS-WEBSITE**
in wenigen Klicks!