



TREKKSOFT

EBOOK LIBRARY

WRITING HANDBOOK

**für Touren- und Aktivitäten-
Anbieter**



Inhalt

Einleitung

Gründe warum sich Reiseanbieter Zeit fürs Schreiben nehmen sollten

Falls dies Ihre Ausreden sind, denken Sie nochmals nach

Die wichtigsten Inhalte, an denen Sie arbeiten können

Wie Sie Ihre Online-Inhalte verbessern können

5 grossartige Tips um hervorragende Inhalte zu schreiben

Ihre Checkliste fürs Schreiben: Wie Sie alle Ihre geschriebenen Inhalte angehen sollten

Das Geheimnis einer überzeugenden Touren-Beschreibung

Wie Sie durch hochwertige blog posts mehr Buchungen erzielen

20 Vorschläge für Blogthemen für Touren- und Aktivitäten-Anbieter

Einleitung

Jedes mal wenn Sie Ihre Website aktualisieren, eine Touren- Beschreibung schreiben oder einen Facebook Post verfassen, kreieren Sie Inhalt. Jeder kreierte Inhalt trägt zur Marke und zur Kunden-wahr-nehmung Ihrer Unternehmung bei.

Um Ihnen in der Welt des Schreibens als Reiseveranstalter einen Leitfaden anzubieten, haben wir in diesem Ebook unseren besten Tipps rund ums Schreiben zusammen-gestellt.

Arbeiten Sie sich so durch dieses Ebook, wie es Ihnen am besten passt: Sie können es von Anfang bis Ende durchlesen oder einfach direkt die Abschnitte lesen, die Sie am meisten ansprechen.

Egal wie Sie das Ebook lesen, probieren Sie in den nächsten Wochen, Monaten und später aus, wie Sie die hier gelernten Tipps anwenden können. Mit dem Format der "Checklisten", sollten die Tipps möglichst praktisch ausgerichtet sein.

Wir wollen hiermit den Mythos, dass man mit schriftstellerischer Be-gabung geboren werden muss, um gut schreiben zu können, ent-kräftigen. Um Ihnen zu helfen, dies auch zu erkennen, zeigen wir Ihnen einfache und umsetzbare Tipps, die sie auf Ihre geschriebenen Inhalte anwenden können.

Geniessen Sie das Schreiben - Es könnte für Ihren Job wichtiger sein, als sie denken!



Gründe warum sich Reiseanbieter Zeit fürs Schreiben nehmen sollten

1 Kunden finden Ihre Unternehmung über Google

Wenn potenzielle Kunden Aktivitäten und Touren in Ihrer Region suchen, müssen Sie eines der Top-Resultate bei Google-Suchen sein. Um das zu erreichen, brauchen Sie eine Webseite und auf dieser Webseite brauchen Sie natürlich Text.

Es gibt zwei Wege wie Sie Ihre Chancen bei Google-Suchen gut positioniert zu sein, zu verbessern: Einerseits können Sie die Qualität Ihrer Webseite verbessern, oder Sie können mehr Inhalt für die Webseite generieren.

2 Sprache kann überzeugen

Würden Sie ein Produkt, das nur mit einem Bild beworben wird kaufen? Eher nicht. Gut durchdachte Beschreibungen Ihrer angebotenen Touren und Aktivitäten haben das Vermögen, potenzielle Kunden davon zu überzeugen, das Sie ihnen ein unvergessliches Erlebnis bieten können.

Des Weiteren können Sie potenziellen Kunden mit einer herausragenden "Über Uns"-Seite einen Einblick in die Unternehmenskultur und die Geschichte ihrer Unternehmung gewähren. Das Teilen solcher Infos zeigt Vertrauen.

3 Desto mehr Texte Sie schreiben, desto besser werden Sie

Jeder kann von schriftstellerischem Geschick profitieren, egal welchem Beruf oder welchen Hobbies man nach geht. Mit verbesserten schriftstellerischen Fähigkeiten lernt man effektiver zu kommunizieren, effizienter zu arbeiten und schlussendlich verbessert man die eigene Professionalität und die allgemeinen Fähigkeiten, die man im täglichen Geschäftsleben braucht.

Sowie verbale Kommunikation, bleibt auch schriftstellerisches Können immer relevant und nützlich, auch in anderen Bereichen. Möglicherweise schreiben wir heutzutage weniger von Hand, aber dennoch benutzen wir Smartphones und Laptops um Inhalte zu kreieren und zu kommunizieren. Man könnte wahrscheinlich sogar behaupten, dass sich Unternehmen und spezifisch die Marketing-Abteilung mehr und mehr an schriftlichen Inhalten orientiert.



Falls dies Ihre Ausreden sind, denken Sie nochmals nach



„Aber ich kann keine guten Texte schreiben“

Niemand wird mit perfektem schriftstellerischem Geschick geboren. Die besten Schriftsteller schreiben jeden Tag, auch wenn die Qualität anfangs nicht zu überzeugen mag, mit der Zeit werden sie besser und besser. Die besten Schriftsteller wollen schreiben.

Folgen Sie unseren Tipps für hervorragende Inhalte und Sie werden keinen Grund mehr haben Ihre Schreibkünste zu bezweifeln.

„Aber ich bin gerade so beschäftigt“

Die Touren und Aktivitäten, die Sie anbieten, sind ganz klar der Kern Ihres Geschäfts. Es lohnt sich jedoch, sich Zeit fürs Schreiben zu nehmen, Sie können sehr davon profitieren, Inhalte zu generieren.

Probieren Sie herauszufinden zu welchen Zeiten am Tag Sie sich etwas Zeit nehmen können.

Finden Sie heraus wieviel Zeit Sie wirklich haben und nutzen Sie sie effektiv!



Mit fünf Minuten:

- Verbessern Sie die Beschreibung Ihrer Unternehmung auf Ihrer Facebook-Seite: Eine gute Zusammenfassung Ihrer Touren und Aktivitäten kann erhöhte Anzahl Buchungen ausmachen.
- Versichern Sie sich, dass Ihre Twitter und Instagram „Bio“ eine gute Beschreibung Ihrer Unternehmung ist und versichern Sie sich, dass Sie Ihren Standort und Ihre Internet-Adresse angeben.
- Googeln Sie Ihre eigene Unternehmung und überprüfen Sie, dass alles so dargestellt ist, wie Sie es sich vorstellen. Stellen Sie sich die Frage: Wird ein potentieller Kunde unsere Seite auf Google anklicken wollen?
- Posten Sie etwas auf einem oder mehreren Ihrer Social Media Kanälen.



Mit 30 Minuten:

- Kreieren Sie eine hervorragende „Über Uns“-Seite und etablieren Sie somit Vertrauen mit potentiellen Kunden durch Vorstellen Ihrer Unternehmung und des Teams.
- Fragen Sie einen Kollegen darum, die wichtigsten Teile Ihrer Webseite auf Rechtschreibung und Grammatik durchzulesen (z.B. Homepage, Tourenbeschreibungen, „Über Uns“, Preise).



Mit einer Stunde:

- Schreiben Sie einen „Blog-Post“ und erhöhen Sie die Chancen, dass Ihre Unternehmung bei Google-Suchen gefunden wird.
- Verbessern Sie die automatisierten Emails, die Kunden nach einer Buchung erhalten (Diese Funktion ist in Buchungssoftwares wie Trekksoft enthalten).



Mit einem ganzen Vormittag:

- Verbessern Sie bereits existierende Inhalte um eine professionellere Erscheinung zu haben.
- Kreieren Sie ein automatisches Email, das Kunden nach einer Tour oder Aktivität erhalten. In diesem Email können Sie Ihre Social-Media-Profile oder Ihre TripAdvisor Seite verlinken oder sogar einen Feed-back-Fragebogen integrieren.



Die wichtigsten Inhalte, an denen Sie arbeiten können



Ihre Homepage

Die Homepage ist normalerweise das erste, das ein Kunde sieht, daher sollte man dafür etwas mehr Zeit investieren. Ein weiterer essentieller Teil ihrer Webseite ist der „oberhalb des Falzes“-Inhalt: Was die Gäste sehen bevor sie weiter runter scrollen. Ihre Möglichkeiten:

- Verbessern Sie Ihre Kopf- und Fusszeilen: Machen Sie sie verständlicher und kundenorientiert.
- Zeigen Sie die Vorteile Ihrer Touren und Aktivitäten auf. Warum soll man buchen? Warum sollen Gäste Sie anstelle einer anderen Unternehmung auswählen?
- Gründliches Bearbeiten: Streichen Sie überflüssige Wörter und Details, die die Seite überladen.
- Fügen Sie eine klar sichtliche „Jetzt Buchen“-Schaltfläche um Buchungen von Touren und Aktivitäten so einfach wie möglich zu machen.

Ihre “Über Uns”-Seite

Besuchen Sie oft die Sparten “Über Uns” oder “Team” wenn Sie die Webseite einer Unternehmung besuchen? Viele machen dies: Menschen sind neugierig und möchten die Gesichter hinter der Marke/der Unternehmung sehen!

Ihre Social-Media-Beschreibungen

Wenn wir sehen, das einer unserer Facebook-Freunde eine Seite mit “Gefällt Mir” markiert, sehen wir uns die Seite vielleicht auch selber an um zu sehen, ob es auch für uns interessant ist. Um das Interesse solcher Besucher zu wecken, müssen Sie eine klare Beschreibung Ihrer Unternehmung haben. Fassen Sie Ihre Touren und Aktivitäten in wenigen Worten und Sätzen zusammen; Wo passieren sie und warum sollte man sie buchen.



Wie Sie Ihre Online-Inhalte verbessern können

Ein guter Anfang um Ihre Online-Inhalte zu verbessern, ist mit dem was Sie bereits haben zu arbeiten. Nehmen Sie sich Zeit um durch Ihre Webseite durchzugehen und arbeiten Sie sich dann durch diese Schritte um die Webseite zu verbessern.

Identifizieren Sie die für Sie wichtigsten Stichwörter

Beginnen Sie damit, sich zu überlegen, welches die offensichtlichen Stichwörter sind, die Sie gebrauchen. Zum Beispiel:

- Ihre Tour oder Aktivität (z.B. Paintball, Kayak, Helikopter Flüge, Essen- und Kulturtouren)
- Ihr Standort
- Andere einzigartige Verkaufsanreize (USP) Ihrer Touren und Aktivitäten (z.B. kulturell, gratis, historisch, expert)

Halten Sie dies so einfach und fokussiert wie möglich. Zum Beispiel: „Paintball Unternehmen in der Nähe von Frankfurt“ oder „Gratis Stadtführung in Wien“



Machen Sie sicher, dass Sie diese Stichworte so natürlich wie möglich benutzen

Heutzutage werden Sie durch das mit Stichworten Überfluten Ihrer Webseite in Google-Suchen nicht mehr höher steigen. **Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, so natürlich wie möglich zu schreiben und den Inhalt an dem, was der Kunde auf Google sucht, anzupassen.**



Räumen Sie Ihre geschriebenen Inhalte auf und fügen Sie, wo nötig, Stichworte hinzu.

Achten Sie, während Sie Inhalte verbessern, auf folgenden Fehler: **Viel Text, der jedoch keine wirkliche Bedeutung hat und nichts richtig beschreibt.**

Eine klare und natürliche Schreibweise ist immer besser als eine floskelhafte Schreibweise. Vermeiden Sie den Gebrauch von zu vielen Adjektiven und machen Sie klar welche Touren und Aktivitäten Sie anbieten. Wenn Sie das gemacht haben können Sie die ganze Sache ein wenig aufpeppen.

Überprüfen Sie spezifisch an diesen Stellen, dass Sie klar schreiben und natürliche Stichworte benutzen:

1. Titel Ihrer Webseite

Der Titel, den man bei Google-Suchen über Ihrer Webseite sieht.

2. Ihre Meta-Beschreibung

Die 150-160 Zeichen lange Beschreibung Ihrer Webseite, die man bei Google-Suchen unterhalb des Titels und dem URL sieht. Die Meta-Beschreibung hat zwar keinen direkten Einfluss auf Ihren SEO (Suchmaschinenoptimierung) Rang, dennoch hilft es den Besuchern zu verstehen was sie auf dieser Seite finden werden (und zu entscheiden ob es für sie relevant ist).

Falls Sie sich entscheiden keine eigene Meta-Beschreibung zu erstellen, keine Sorge: Google erstellt eine Meta-Beschreibung aus Ihren Stichworten und den Suchanfragen.

3. Die Kopfzeile auf Ihrer Webseite

Die Kopfzeile zieht viel Aufmerksamkeit auf sich, daher ist es sinnvoll diese auf allen Seiten so gut wie möglich zu optimieren.





Prüfen Sie für Rechtschreibung und Grammatik gegen.

Unterschätzen Sie Ihre Kunden nicht: Sie werden rechtschreibe- und Grammatikfehler, falls es welche gibt, finden! Es ist nicht immer einfach, die eigenen Fehler zu erkennen, **fragen Sie daher jemand anderen um wichtige Inhalte gegenzulesen.**

[In a HubSpot blog article on historical optimisation](#), In einem „HobSpot“ Blog-Artikel über historische Optimierung wird empfohlen auf drei Ziele Besonders Wert zu legen – Genauigkeit, Frische und Verständlichkeit. Denken Sie bei Ihren Inhalten an diese Werte.

Seien Sie Ihr eigener Editor

Lesen Sie sich Ihre eigenen Inhalte laut vor. Es kann Ihnen helfen, Abschnitte zu finden die nicht **fliessend** sind oder um Sätze, die keinen Sinn machen, zu verbessern. Dies gibt Ihnen auch eine andere Perspektive auf Ihre Arbeit. Ausserdem können Sie Ihre eigenen Fehler leichter erkennen, wenn Sie Ihre Inhalte auf einem anderen Gerät als gewöhnlich ansehen, z.B. auf einem Tablet oder Smartphone anstelle Ihres Laptops.



5 grossartige Tips um hervorragende Inhalte zu schreiben

- 1 Schreiben Sie über Sachen, die Ihnen wichtig sind
- 2 Schreiben Sie über Sachen, die Ihren Lesern wichtig sind
- 3 Stellen Sie sich vor, dass Sie einer einzelnen Person schreiben
- 4 Machen Sie es so einfach wie möglich (Streichen Sie den ganzen restlichen Müll, ernsthaft)
- 5 Der wichtigste Punkt kommt am Anfang vom Satz





Ihre Checkliste fürs Schreiben: Wie Sie alle Ihre geschriebenen Inhalte angehen sollten

1. Definieren Sie Ihr Ziel

Was probieren Sie mit diesen Inhalten zu erreichen? Wie passt es zu den grösseren Zielen der Unternehmung?

2. Seien Sie sich bewusst, wie genau die Leser von Ihren Inhalten profitieren können.

Wie können sich die Leser mit Ihren Inhalten identifizieren? Wieso sollte es den Lesern etwas bedeuten? Wieso sollten sie es lesen?

3. Benutzen Sie die „na und?“ Strategie

In [Everybody Writes](#), empfiehlt Ann Handley, dass Sie sich stets „na und?“ fragen, um zu definieren, wie Ihre Inhalte den Lesern helfen können. Die Idee ist ganz einfach: Sie fragen sich immer wieder „na und?“ bis Sie alle vernünftigen Antworten ausgeschöpft haben oder bis Sie anfangen zu philosophieren.



NA UND?

Ein Tour Guide überlegt sich möglicherweise folgendes bevor er einen Blog Post erstellt:

“Ich möchte ankünden, dass Ich eine Tour zu den besten Kaffees in London durchführen werde.”

Na und? Weil es eine Menge guter Kaffees in London gibt.

Na und? Von den anderen Touren weiss ich, dass viele meiner Gäste Kaffee mögen.

Na und? Sie hätten gerne eine Tour, wo sie die besten Kaffees entdecken können.

Na und? Ich weiss über Kaffee bescheid und denke ich wäre die geeignete Person um eine solche Tour zu führen.

Na und? Die Touren würden die Leute glücklich machen.

Mit der “Na und?” Strategie können Sie sicherstellen, dass der Leser oder Gast ein Teil Ihrer Idee ist und Sie nicht nur für sich selber Inhalte generieren. Es lohnt sich Zeit dafür zu investieren!

**Erklären Sie Ihre Idee in einem Satz**

Die Kaffée Tour Idee könnte man zum Beispiel so zusammenfassen: “Meine neue Tour zeigt Kaffee-Freunden wo in London man die besten Espresso findet, aus-serdem kriegen Sie die Chance Kaffee-bohnen zu probieren, mehr über den Brau-Prozess zu lernen und über meine Er-fahrung als lebenslanger Koffein Am-bassador zu hören.”

Platzieren Sie Ihre zusammengefasste Idee an oberster Stelle Ihres Dokuments

Es wird Ihnen helfen fokussiert zu bleiben.

Überlegen Sie sich wie Ihre Erfahrung und Ihr Wissen der Idee weiter hilft.

Was könnten Sie Ihren Inhalten hin-zufügen, das für den Leser relevant ist? Was möchte der Leser über Sie wissen? Notieren Sie sich fortlaufend Ideen.

Entscheiden Sie, wie Sie den Inhalt strukturieren möchten.

Was auch immer Sie schreiben, schreiben Sie die wichtigsten Punkte auf und bringen Sie sie in eine gute Reihenfolge.

Schreiben Sie an eine Person.

Überlegen Sie sich während dem Schreiben, was Sie Ihrem Leser sagen möchten und fokussieren Sie sich darauf wie Sie ihm helfen können.

S
G
H
R
E
I
B
I



Das Geheimnis einer überzeugenden Touren-Beschreibung

Der beste Tipp für eine überzeugende Touren-Beschreibung ist es simpel zu halten:

- Benutzen Sie so wenig Wörter wie nötig.
- Schreiben Sie auf, was Ihre Kunden während der Tour oder Aktivität erleben werden. Was werden sie sehen und machen?
- Wenn Sie erstmals die grundlegenden Informationen haben, können Sie das ganze noch ein wenig aufpeppen. Probieren Sie die Leser dazu zu bringen, sich vorzustellen gerade auf der Tour zu sein: Falls sie sich vorstellen, wie sie die Tour genießen, steigt auch die Wahrscheinlichkeit, dass sie die Tour tatsächlich buchen. Um dies zu bewirken können Sie Wörter und einen allgemeinen Wortlaut wählen, die zur Tour passen.
- Erstellen Sie eine Liste mit Wörtern, die Ihre Tour beschreiben. Zum Beispiel: Spass, Adrenalin, Erholung, Luxus, Abenteuer, einzigartig usw. Fügen Sie einige dieser Wörter Ihrem Inhalt hinzu.
- Überlegen Sie sich was Ihre Kunden aus Ihrer Tour oder Aktivität gewinnen. Haben sie während der Tour Spass, erholen sie sich, oder erleben sie vielleicht ein Abenteuer? Ihre Touren-Beschreibung sollte dies vermitteln können.

**Wählen Sie
die Wörter
sorgfältig**

Falls Sie eine erholsame Wein-Tour für frisch verheiratete Paare anbieten, sollten Sie diese Tour mit dem entsprechenden Vokabular und Wortlaut beschreiben. Passende Schlagwörter wären hier zum Beispiel: „entspannend“, „luxuriös“, oder „Aktivität für Pärchen“. Schlagwörter wie „Abenteuer“, „Adrenalin“, oder „Familienurlaub“? Eher weniger.



Wie Sie durch hochwertige Blog Posts mehr Buchungen erzielen



[We've written before about the benefits of blogging](#) Auf unserem TrekkSoft Blog haben wir bereits über die Vorteile vom bloggen berichtet, aber um es kurz zusammenzufassen: Bloggen erlaubt Ihnen neue Kundschaft zu erreichen, bestehende Kundschaft einzubinden, und es hilft Ihrer Webseite bei Google-Suchen weiter oben zu erscheinen.

Falls Sie sich für den Wissenschaftlichen Aspekt interessieren: Studien haben ergeben, dass 81% der Online-Kunden in den USA Informationen und Tipps von Blogs vertrauen ([BlogHer](#)), und dass kleinere Unternehmen die bloggen 126% mehr Lead-Wachstum erfahren als solche die nicht bloggen ([ThinkCreative](#)). Es lohnt sich!

1. Geben Sie Ihren Kunden Inhalt, der nützlich für sie ist

Überlegen Sie sich, wie Sie Ihren Kunden behilflich sein können, ob das nun bedeutet einen Stadtführer zu erstellen oder eine Liste der besten Restaurants in Ihrer Umgebung zu posten. Bemühen Sie sich Ihren Kunden zu helfen und Ihre Kunden werden nicht nur Ihre Inhalte teilen, sondern auch nur gutes über Sie sagen.

Sie könnten einen Stadtführer als PDF für Ihre Webseite erstellen, der die besten Aktivitäten, Unterkünfte und Restaurants in Ihrer Umgebung zeigt.

Falls Sie noch andere Ideen für Inhalte, die Ihren Kunden helfen können brauchen, könnten Sie folgendes tun:

- 1 **Kombinieren Sie Ihr Wissen mit dem einer anderen Unternehmung in der Region, um den Stadtführer zu erstellen.** Besonders wenn Sie Cross-Selling mit dem TrekkSoft Partner Netzwerk betreiben.
- 2 **Fügen Sie Rabatt-Gutscheine** für Ihre und andere Lokale Unternehmungen ein.
- 3 **Stellen Sie eine Liste mit nützlichen Kontaktdaten und Tourismus- Informations Standorten bereit.**
- 4 **Sprechen Sie mit Einheimischen um eine Sammlung an Tipps für die Gegend zusammenzustellen.**
- 5 **Erstellen Sie eine kurze Liste mit nützlichen Sätzen in der lokalen Sprache oder dem lokalen Dialekt** um den Touristen bei der Kommunikation mit Einheimischen zu helfen.



2. Bringen Sie sich selber ein wenig SEO (Search Engine Optimisation) bei

Sie müssen SEO betreiben um Ihren Rang bei Suchmaschinen wie Google zu erhöhen. Als Touren-Anbieter möchten Sie natürlich den obersten Platz bei Google besetzen, wenn ein potenzieller Kunde nach Aktivitäten in Ihrer Region sucht. Daher lohnt es sich etwas Zeit dafür zu investieren.

Das wichtigste beim SEO ist es so natürlich wie möglich zu schreiben und nicht einfach so viele Schlüsselwörter wie möglich einzubinden, daher gilt:

- **Veröffentlichen Sie regelmässig Inhalte auf Ihrem Blog.** Nehmen Sie jede 2. oder 3. Woche als Grundsatz, Sie können jedoch auch mehr oder weniger oft etwas veröffentlichen, je nach dem wie es Ihnen geht. Regelmässig Inhalte auf Ihrem Blog zu veröffentlichen zeigt Google, dass Ihre Inhalte neu sind, ausserdem ergeben sich dadurch mehr Möglichkeiten für potenzielle Kunden Ihre Webseite auf Google zu finden.
- **Vereinfachen Sie die Navigation auf Ihrer Webseite um eine hohe „Bounce-Rate“** (Benutzer, die Ihre Webseite nach dem Betrachten der ersten Seite wieder verlassen) **zu verhindern.**
- **Verbessern Sie das Design Ihrer Webseite und bringen Sie Ihre Besucher somit dazu, mehr Zeit auf der Webseite zu verbringen** (Dies zeigt Google, dass Ihre Webseite qualitativ hochwertig ist und dies kann Ihren Rang steigen lassen).
- **Vermeiden Sie es minderwertige Webseiten mit Ihrer eigenen zu verlinken und probieren Sie auch sie davon abzuhalten sich mit Ihrer Webseite zu verlinken.**
- **Orientieren Sie sich daran, was Ihr idealer Kunde auf Google suchen würde.** Um dies herauszufinden können Sie ein Auge auf Suchbegriffe werfen (obwohl dies wegen Änderungen in Privatsphäre-Richtlinien von Google immer schwieriger wird). Sie können auch nachschauen was Google vorschlägt wenn Sie anfangen eine relevante Suchanfrage einzutippen (z.B. Stadtführungen in Berlin) und Inhalte rund um diese Vorschläge schreiben.





3. Gewöhnen Sie sich daran grossartige Inhalte zu veröffentlichen

Es genügt nicht, wenn Sie innerhalb einer Woche fünf Blog Posts veröffentlichen und dann drei Monate lang nichts mehr veröffentlichen. Überlegen Sie sich wie viel Zeit Sie fürs bloggen investieren können und bauen Sie eine Routine auf und halten Sie sich daran.

Unser TrekkSoft Team veröffentlicht pro Woche drei bis fünf Blog Posts, was für uns gut funktioniert. Es geht jedoch mehr darum was für Sie machbar ist, mehr als ein Blog Post pro Woche könnte bereits zu viel Aufwand bedeuten. Probieren Sie es mit einem bis drei Blog Posts pro Monat, denken Sie jedoch daran, dass einer pro Monat besser ist als keiner.

Eine der grössten Herausforderungen des Bloggens ist zu wissen, über was man schreiben möchte. Lesen Sie weiter um ein wenig Inspiration zu kriegen.



Colm Hanrattys

10 TIPPS

um Ideen für Blog Posts als Touren-Anbieter zu generieren

1. Brainstormen Sie mit einem Freund
2. Fragen Sie Google: Schauen Sie sich die vorgeschlagenen Suchbegriffe an, wenn sie Ihre Tour oder Aktivität eintippen
3. Brauchen Sie den Keyword Planer von Google falls Sie Google AdWords brauchen
4. Beantworten Sie in Ihrem Blog die Fragen Ihrer Kunden
5. Nehmen Sie Ihre Unternehmung auseinander um neue Themen zu finden.
6. Überlegen Sie sich Themen die Sie mit wenig Änderungen später nochmals posten können
7. Überlegen Sie sich Fragen an Ihre Kunden
8. Veröffentlichen Sie Fotoreportagen
9. Teilen Sie Tipps in Ihren Blog Posts
10. Stellen Sie das Team in einem Blog Post vor

Den ganzen Artikel von Colm Hanratty können Sie hier lesen

[You can read Colm's full blog article here.](#)



20 Blogthemen

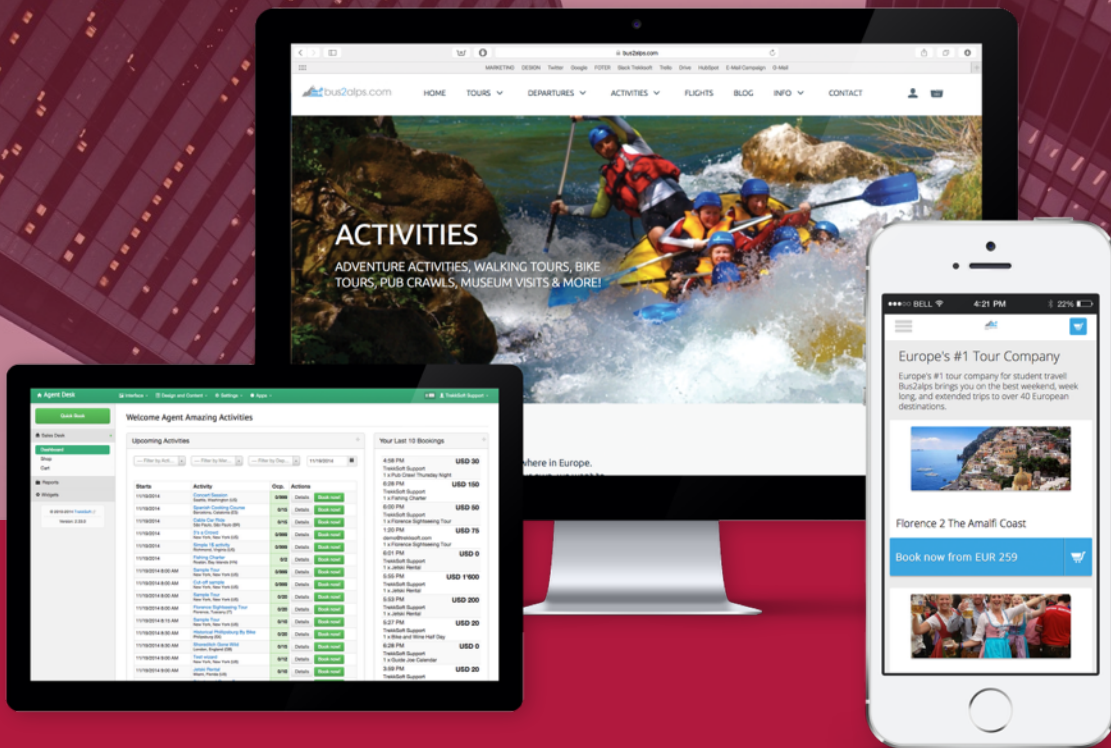
Vorschläge für Touren- und Aktivitäten-Anbieter

1. 10 Sehenswürdigkeiten die sie in (Ihr Standort) nicht verpassen dürfen
2. 15 Regenwetter Tipps für (Ihr Standort)
3. Lernen Sie das Team hinter (Ihre Unternehmung) kennen
4. Die 5 besten Aktivitäten in (Ihr Standort) im (Monat oder Saison)
5. Die 10 Dinge, die ich am meisten daran liebe in (Ihr Standort) zu leben
6. Der Grund warum Sie (Ihre Tour oder Aktivität) im (Monat oder Saison) buchen sollten
7. Die 20 besten Erinnerungen als Guide bei (Ihre Unternehmung)
8. Die 10 lustigsten Erlebnisse als Guide bei (Ihre Unternehmung)
9. Wie Sie das beste aus Ihrem nächsten (Ihre Tour oder Aktivität) machen
10. Herzlichen Glückwunsch an (Ihre Unternehmung) zum (Jahr) Jubiläum
11. 10 Fakten, die nur wenige über (Ihr Standort) wissen
12. Die 5 besten Restaurants in (Ihr Standort), die ich immer weiterempfehle
13. 15 Gründe, warum Sie (Ihr Standort) im (Monat oder Saison) besuchen sollten
14. Was ich als Eigentümer von (Ihre Unternehmung) über das Führen einer Unternehmung gelernt habe
15. 10 Tipps für aufstrebende Touren- und Aktivitäten-Anbieter
16. Ein Tag im Leben von (Sie)
17. Eine Packliste für einen Besuch in (Ihr Standort)
18. Was sollte man für (Ihre Tour oder Aktivität) mitnehmen und anziehen
19. Wie kann man sich auf (Ihre Tour oder Aktivität) vorbereiten
20. 5 Tipps für die erste/das erste mal (Ihre Tour oder Aktivität)

Bringen Sie Ihre Unternehmung einen Schritt weiter, indem Sie grossartige Inhalte mit einem Online Buchungssystem paaren. TrekkSoft bietet eine beliebte Lösung für Online-Buchungen, -Mieten und -Zahlungen, welches von Touren- und Aktivitäten-Anbietern in 112 Ländern gebraucht wird, an.

Finden Sie mehr über Uns und unser Team in Interlaken, Schweiz, heraus, indem Sie uns auf [TrekSoft.com](https://www.trekksoft.com) besuchen.

TREKK SOFT



ERSTELLEN SIE IHRE EIGENE BUCHUNGSPLATTFORM

mit nur ein paar wenigen Mausklicks!



WRITING HANDBOOK
Für Touren- und Aktivitäten-
Anbieter