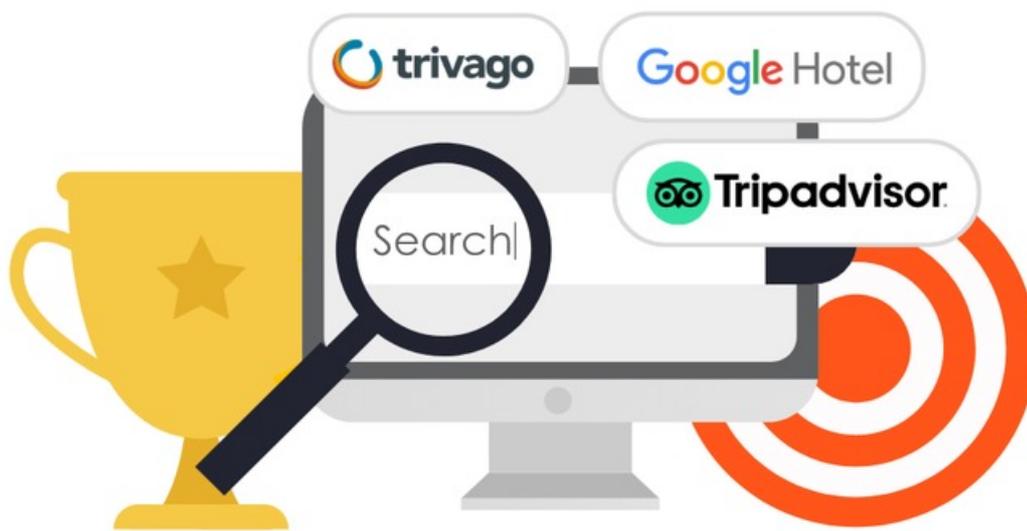


15.04.2021 - 16:24 Uhr

## Wie können Pay-Per-Click Ads Ihr Hotel während und nach der Covid-19 Krise unterstützen?



Pay-Per-Click Advertising ist für viele Hoteliers noch immer wie ein Buch mit sieben Siegeln. Wir sehen uns genauer an, was Pay-Per-Click Advertising ist und wie Sie erfolgreich damit durchstarten können.

### Wie können Pay-Per-Click Ads Ihr Hotel während und nach der Covid-19 Krise unterstützen?

Pay-Per-Click Advertising ist für viele Hoteliers noch immer wie ein Buch mit sieben Siegeln an. Wir sehen uns genauer an, was Pay-Per-Click Advertising ist und wie Sie erfolgreich damit durchstarten können.

Obwohl es schon lang nichts Neues mehr ist, fühlt sich Pay-Per-Click Advertising für viele Hoteliers noch immer wie ein Buch mit sieben Siegeln an. Dabei kann dieses Tool gerade jetzt eine wichtige Rolle dabei spielen, Ihrem Hotel zu mehr Direktbuchungen zu verhelfen. Wir sehen uns genauer an, was Pay-Per-Click Advertising ist und wie Sie erfolgreich damit durchstarten können.

### Kurze Einführung: Was ist Pay-Per-Click Advertising?

Pay-Per-Click Advertising, zu Deutsch PPC-Werbung, ist ein Online Marketing Modell, bei dem nach CPC (costs per click - Kosten pro Klick) abgerechnet wird. Sie bezahlen also jedes Mal, wenn ein Link, Bild oder Banner geklickt wird und Sie dadurch einen Webseitenbesucher erhalten. Reserviert dieser Besucher ein Zimmer, fallen keine Kommissionen an, denn es zählen allein die Klicks, egal ob daraus eine Buchung entsteht oder nicht. Klingt ganz nach Display-Werbung, oder? Nicht ganz. Bei Display-Werbung zahlen Sie, um Ihren Content (z.B. Banner oder Bilder) anzeigen zu lassen. Ob und wie viele Klicks dieser Content generiert, spielt keine Rolle.

### Wie holen Sie das meiste aus PPC-Werbung heraus?

Wenn Sie PPC-Werbung schalten, bieten Sie zunächst bei Suchmaschinen für bestimmte Keywords. Das heißt, Sie geben an, für welche Keywords Ihr Content angezeigt werden soll und wie viel Sie bereit sind pro Klick zu bezahlen. Je nach Relevanz Ihrer Website zu diesen Keywords und dem Wettbewerb für einzelne Suchbegriffe, wird der Mindestpreis eines Klicks berechnet.

### Die Qual der Wahl: Welche Keywords eignen sich für PPC-Werbung?

Grundsätzlich gilt, dass weitgefaste Begriffe (z.B. Hotel in Barcelona) beliebter und daher teurer sind. Außerdem stehen Sie hier in Konkurrenz zu OTAs, die häufig deftige Budgets für PPC-Werbung haben und Sie wahrscheinlich oft überbieten. Längere Suchbegriffe zu verwenden (z.B. Hotel für Familien; Hotel mit Meerblick und Privatstrand auf Sardinien), ist oft die kostenwirksamere Option.

Außer den geringeren Kosten, bietet diese Herangehensweise aber noch weitere Vorteile. Diese und wie Sie die besten Keywords finden, lesen Sie in unserem Blog Beitrag.

### **Präsenz in Suchmaschinenergebnissen durch PPC-Werbung verbessern**

Wenn Sie Ihren Hotelnamen und/oder Ihre Marke als Keyword für PPC-Werbung nutzen, können Sie sich ganz einfach einen top Platz in den Suchergebnissen sichern. Das hilft vor allem dann, wenn Gäste Ihr Hotel auf einer OTA entdeckt haben und Ihr Haus googeln, um mehr darüber zu erfahren und Angebote zu vergleichen. Wenn Ihre Hotel Website nun in den Suchergebnissen ganz oben steht, bekommen Sie mehr Webseitenbesucher und haben die Chance mehr Direktbuchungen zu generieren.

### **Zusätzliche Möglichkeit für PPC-Werbung - Retargeting**

PPC-Werbung kann auch für Retargeting eingesetzt werden. Dafür wird bei Ihren Webseitenbesuchern ein Cookie im Browser gespeichert. Danach sieht diese Person während des Surfens auf anderen Seiten Werbung für Ihr Hotel. Dies ist ein effektiver und effizienter Weg Webseitenbesucher auch später noch für sich zu gewinnen, da Retargeting voll automatisch ist und Ihnen flexible Einstellungsmöglichkeiten bietet (z.B. wann, wie oft und wie lange jemand Ihre Werbung sehen soll).

### **Was Meta-Suchseiten mit PPC-Werbung zu tun haben**

Über Meta-Suchseiten (z.B. trivago, TripAdvisor, Google Hotel Search) können Sie mehr Menschen auf Ihre Hotel Website aufmerksam machen, da der Link zu Ihrer Hotelbuchungsmaske direkt neben den Links zu Ihren OTA-Einträgen angezeigt wird. Auch hier finden wir das PPC-Modell: Sie zahlen ausschließlich, wenn dieser Link geklickt wird.

Die genaue Vorgehensweise können Sie - dem Link folgend- in unserem Blog lesen.

### **Erfolgreich auf Meta-Suchseiten unterwegs**

Auf Meta-Suchseiten präsent zu sein, ist ein guter Anfang, reicht aber noch nicht aus. Ratenparität ist extrem wichtig, da Meta-Suchseiten die Preise auf Ihrer Hotel Website direkt neben den Preisen der OTAs anzeigen. Sind Ihre Preise höher als die der OTAs, rutscht Ihr Listing nach unten und sie haben geringere Chancen auf Direktbuchungen. Ihre Meta-Suchseiten regelmäßig zu prüfen, kann Ihnen auch helfen OTAs zu entdecken, die Ihre Preise bewusst unterbieten und dagegen vorzugehen. Details dazu erläutern wir in unserem Blog Beitrag.

Wie Sie sehen, ist das Thema Werbung auf Suchmaschinen und Meta-Suchseiten eine spannende Angelegenheit, vor allem, da sich auf dem Gebiet zur Zeit viel tut. Neben dem traditionellen PPC-Modell erscheinen jetzt auch neue Modelle wie Pay-Per-Acquisition oder Pay-Per-Stay, bei denen pro Buchung oder nach Buchungswert abgerechnet wird. Da dieses Thema vor allem beim Einstieg sehr komplex und zeitaufwändig wirken kann, schlagen wir vor, sich Unterstützung von Experten zu holen, um erfolgreich durchzustarten. **Wie Ihnen PPC-Ads und Meta-Suchseiten während und nach Corona helfen können und weitere Vorteile können Sie in unserem Blog lesen und verfolgen.**

Unser erfahrenes Team steht Ihnen dabei gerne zur Seite. Melden Sie sich bei uns, um mehr darüber zu erfahren, wie wir Ihnen mit PPC-Werbung und Meta-Suchverbindungen zu mehr Direktbuchungen verhelfen können.

### **Über Hotel-Spider**

Hotel-Spider ist eine führende online Vertriebsplattform für die Hotellerie. Die einzigartige Lösung ermöglicht es einzelnen Hotels und Hotelketten, ihre Buchungen über alle Online-Kanäle (OTA, WBE, GDS, META, etc.) zu verwalten, zu optimieren und zu analysieren und automatisiert mit Hotelverwaltungsmanagement-Systemen zu arbeiten.

Marco Baurdoux  
Chief Executive Officer

T: +41 22 360 03 70  
[www.hotel-spider.com](http://www.hotel-spider.com)

Tourisoft / Hotel-Spider  
Route de Champ-Colin 18  
1260 Nyon Switzerland

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100081701/100868905> abgerufen werden.