

# Der Social-Media- Leitfaden für die Hotellerie:

Wie können Sie eine Webseite für  
Ihr Hotel einrichten und diese optimal  
zur Erzielung von Einnahmen nutzen?

[05](#) Der Einfluss von Social Media auf die Hotellerie

[08](#) Wie können Sie die sozialen Netzwerke Ihres Hotels erstellen und optimieren?

[18](#) Wie können Sie Social Media nutzen, um Ihren Umsatz zu steigern?

[25](#) Zusammenfassung der wichtigsten Ideen

[26](#) Quellen und weiterführende Literatur

[27](#) HiJiffy

In der wettbewerbsintensiven Hotellerie ist wirksames **Social-Media-Management** zu einem Muss für jeden Hotelier geworden, der sich von der Masse abheben möchte. Es kann jedoch eine Herausforderung sein, eine wirkungsvolle Social-Media-Präsenz zu schaffen, die die Sichtbarkeit Ihres Hotels maximiert und diese Präsenz in finanzielle Möglichkeiten umwandelt.





Dieser auf die Hotellerie spezialisierte Leitfaden zu sozialen Netzwerken begleitet Sie fachkundig durch die wichtigsten Schritte, damit Sie die Vorteile dieser Plattformen voll ausschöpfen können. In dieser Publikation werden unter anderem folgende Fragen beantwortet:

Welchen Einfluss haben Social Media auf die Hotellerie?

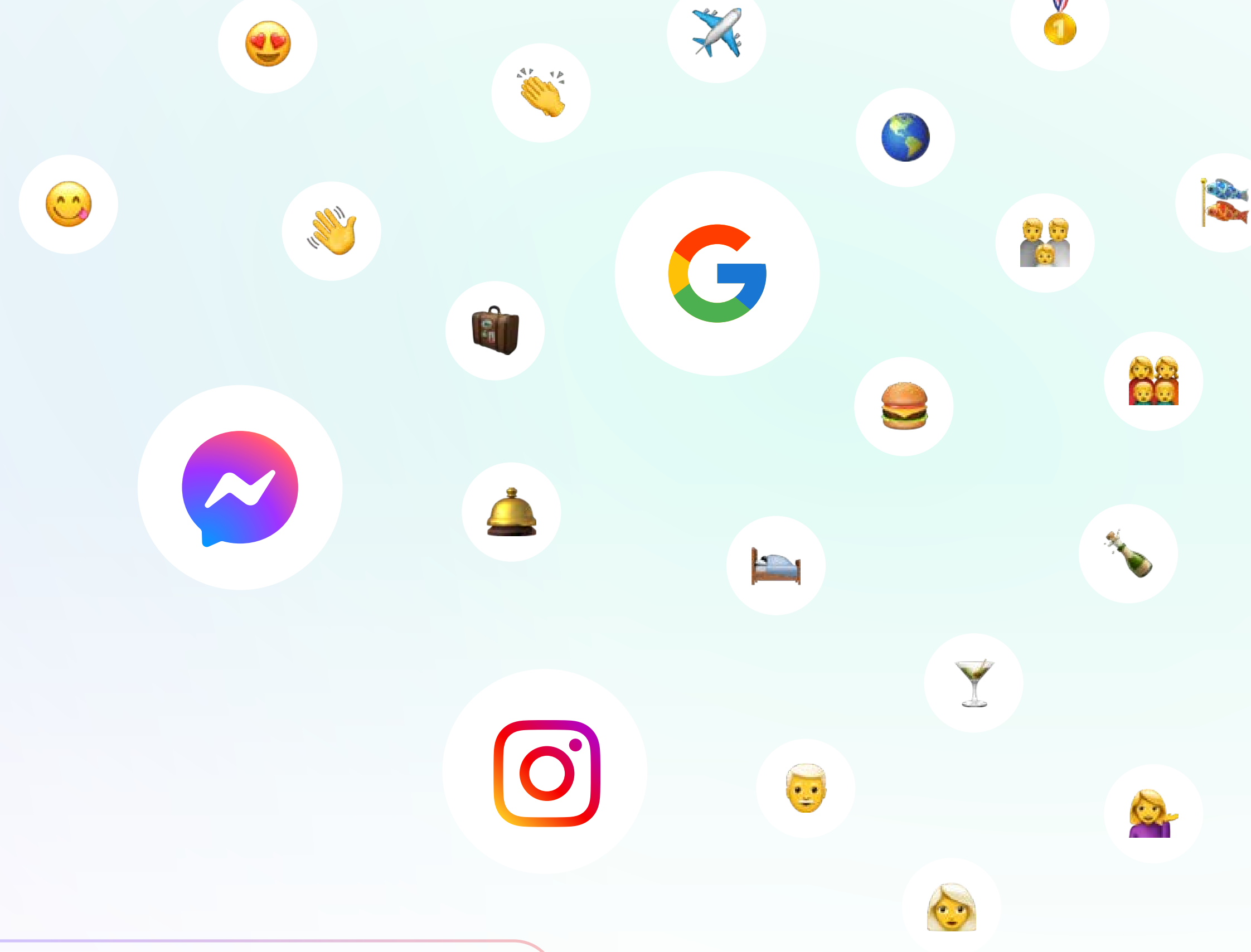
1

Wie lassen sich die sozialen Netzwerke Ihres Hotels (Facebook, Instagram und Google Business Profile) erstellen und optimieren?

2

Wie können Sie dies nutzen, um Ihren Umsatz zu steigern?

3





# Der Einfluss von Social Media auf die Hotellerie

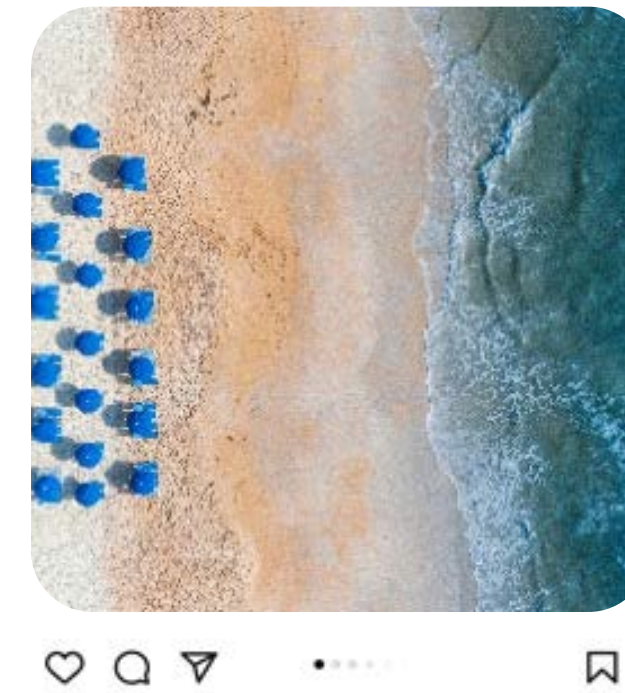
INSTAGRAM  
GOOGLE BUSINESS PROFILE  
FACEBOOK

Im Jahr 2023 haben soziale Netzwerke weltweit 4,88 Milliarden aktive Nutzer, was 60,6 % der Weltbevölkerung entspricht (BDM, 2023). Facebook führt die Rangliste an mit **3 Milliarden monatlich aktiven Nutzern**, dicht gefolgt von Youtube, WhatsApp, Instagram und WeChat.

Einst als Räume des Austauschs und des Teilens betrachtet, haben sich soziale Netzwerke zu wesentlichen Einflussinstrumenten entwickelt, die unsere Entscheidungen in Bezug auf Unterhaltung, Gastronomie und sogar Reiseziele beeinflussen. In der Hotellerie und Tourismusbranche beschränken sich soziale Netzwerke nicht mehr nur auf einfache Plattformen zum Teilen von Fotoerinnerungen, sondern werden allmählich zu vollwertigen Suchmaschinen für die Reiseplanung.

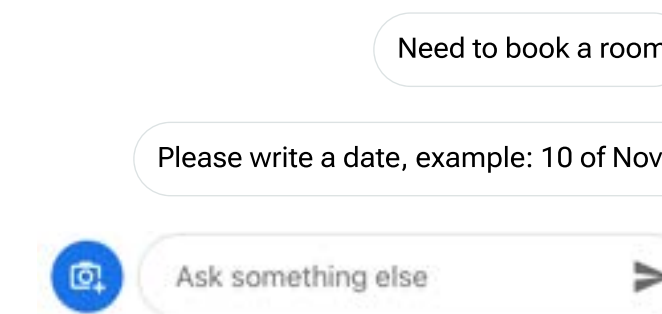
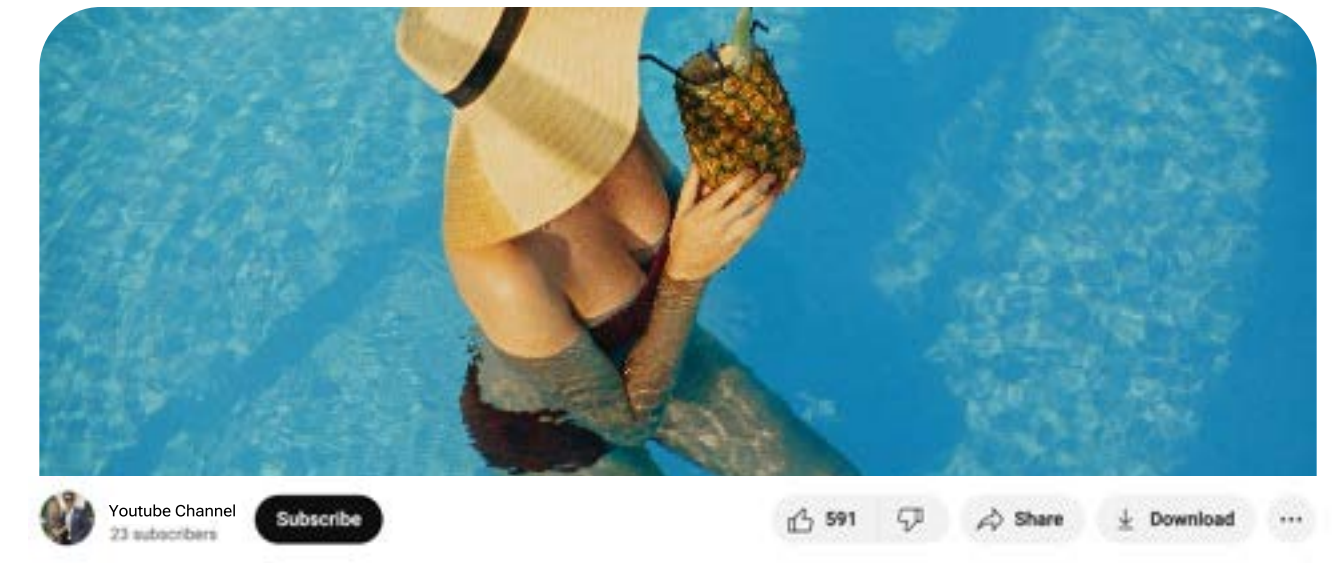
Ein aufschlussreiches Ergebnis zeigt, dass jeder fünfte Reisende soziale Netzwerke für seine Suche nutzt, sei es, um sein nächstes Reiseziel zu wählen (27 %) oder um das Hotel zum Übernachten auszuwählen (23 %). Darüber hinaus haben bereits 33 % der Nutzer ihre Meinung über ein Hotel geändert, nachdem sie in den sozialen Medien recherchiert haben, und laut einer anderen Studie haben sich 52 % der Reisenden entschieden, ein bestimmtes Reiseziel zu besuchen, nachdem sie Fotos oder Videos gesehen haben, die von ihren Freunden und Angehörigen auf diesen Plattformen geteilt wurden (Nosto, 2019).

<sup>1</sup> WebFX, 2023. Social Media, Mobile, and Travel: Like, Tweet, and Share Your Way Across the Globe.



33%

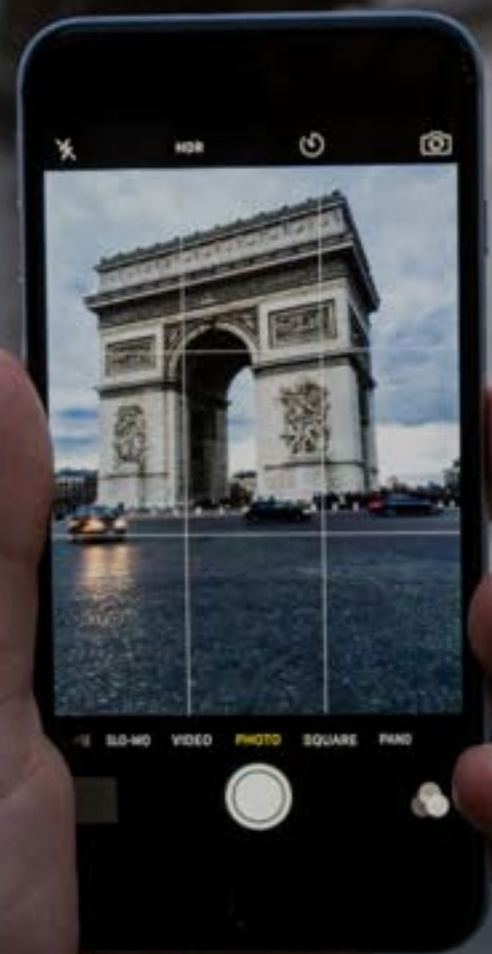
der Nutzer haben ihre Meinung über ein Hotel geändert nachdem sie in den sozialen Medien recherchiert haben



3 Milliarden Nutzer







PERFEKT FÜR  
INSTAGRAM

LOH  
SCHREIBEN SIE  
EINEN BEITRAG

Tipp 

Somit stellt die aktive Präsenz in sozialen Netzwerken einen großen strategischen Vorteil in der Hotellerie dar, der die Attraktivität Ihres Hotels für Reisende deutlich steigern kann. Die bloße Anwesenheit reicht jedoch nicht aus. Um das Beste aus diesem grandiosen Schaufenster herauszuholen, ist es wichtig, Ihre Webseiten attraktiv zu gestalten. Wie können Sie also die Social-Media-Kanäle Ihres Hotels erstellen und optimieren, um sie unwiderstehlich zu machen? Das werden wir nun zusammen herausfinden!



Google

Instagram

facebook

Wie können Sie die  
sozialen Netzwerke  
Ihres Hotels erstellen  
und **optimieren?**

# Facebook

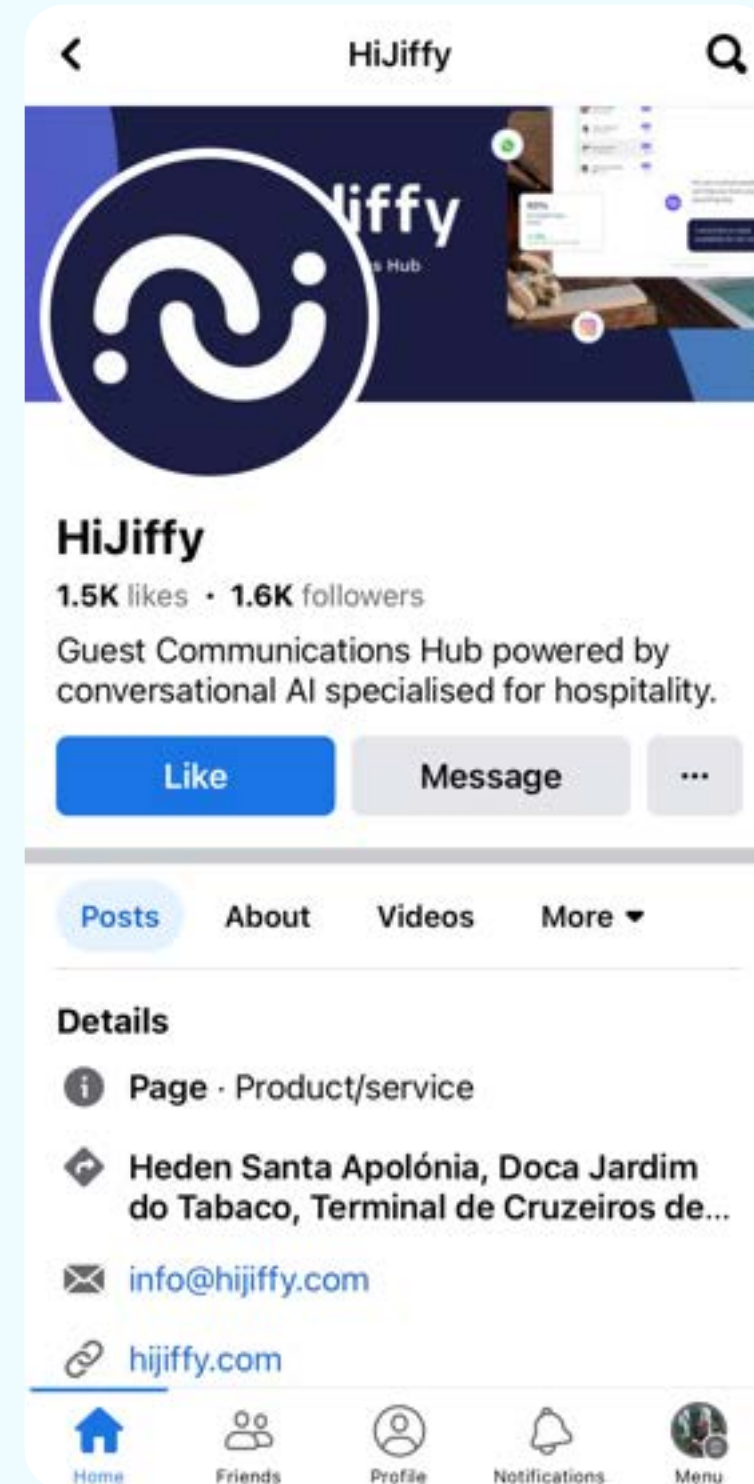
Wie bereits erwähnt, ist Facebook nach wie vor die wichtigste Social-Media-Plattform. Mit 40 Millionen monatlich aktiven Nutzern allein in Frankreich (Digimind, 2023) sind Ihre potenziellen Gäste auf Facebook bedeutend und erfordern besondere Aufmerksamkeit.

**Create a Page**  
Your Page is where people go to learn more about you. Make sure yours has all the information they may need.

Page name (required)  
Use the name of your business, brand or organization, or a name that helps explain your Page. [Learn More](#)

Category (required)  
Enter a category that best describes you.

Bio (optional)  
Tell people a little about what you do.



TO-DO:  
FACEBOOK SEITE ERSTELLEN



**Loggen Sie sich in Ihr persönliches Facebook-Konto ein.** Wenn Sie noch keines haben, erstellen Sie zunächst eines, damit Sie sich anmelden können.  
SCHRITT 1



**Gehen Sie zum Abschnitt „Seiten“,** im Menü auf der linken Seite oder klicken Sie hier und dann oben links auf „Seite erstellen“.  
SCHRITT 2







**Geben Sie die grundlegenden Informationen ein:** Geben Sie die Details Ihrer Seite ein: Name, Kategorie („Hotel“) und Biografie.  
SCHRITT 3



**Klicken Sie auf „Seite erstellen“.**  
SCHRITT 4

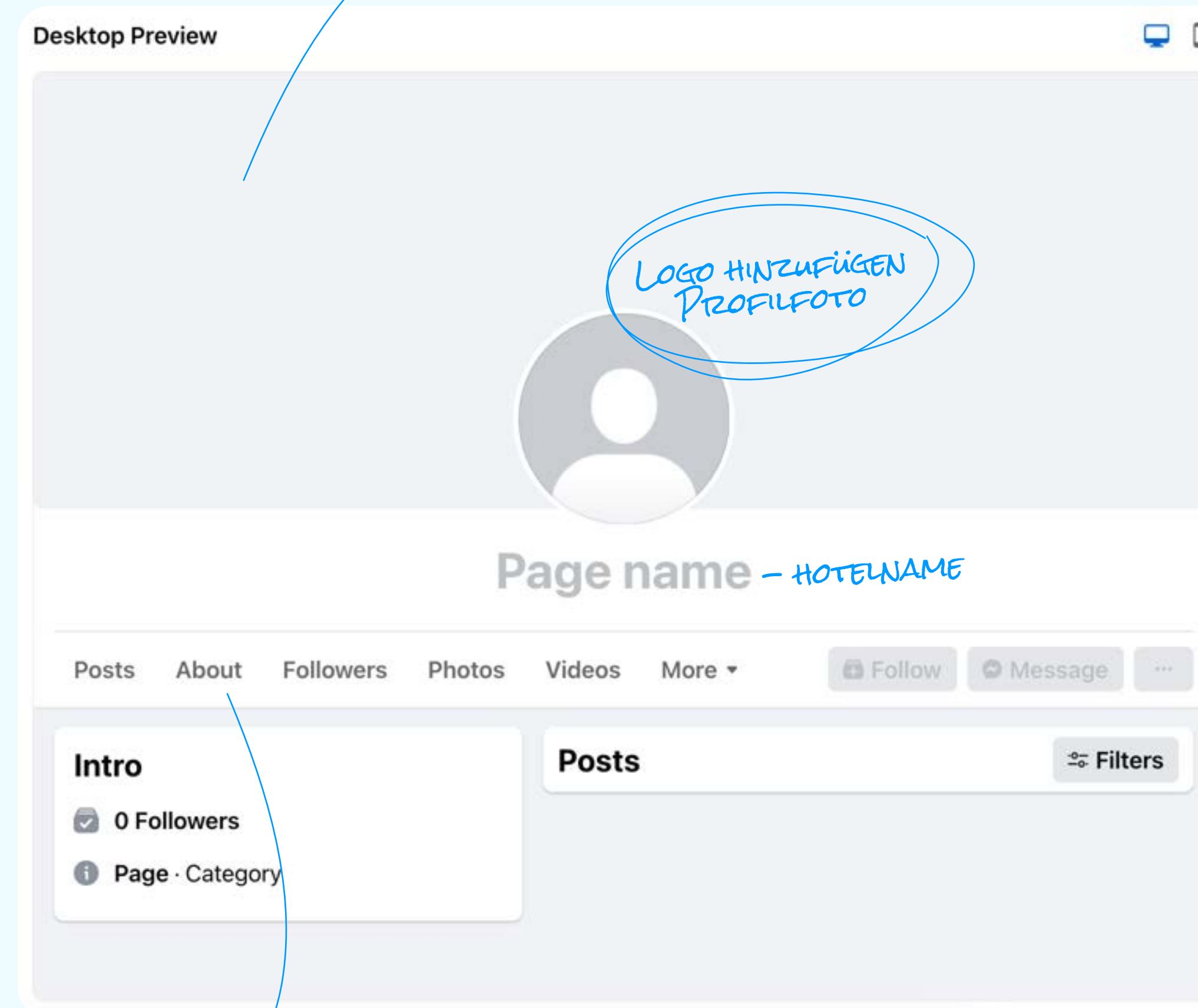


Sobald Ihre Seite erstellt ist, sollten Sie sie optimieren, indem Sie Folgendes sicherstellen:

-  **Der Name der Seite ist klar und Ihr Hotel ist leicht zu identifizieren.**
-  **Sie verwenden Ihr Logo als Profilbild und haben ein Cover gewählt, das die Atmosphäre Ihres Hotels widerspiegelt.** Wenn Sie beispielsweise ein Business-Hotel sind, können Sie eine Abbildung eines Tagungsraums hinzufügen, während ein familienfreundliches Hotel bessere Ergebnisse erzielt, wenn es eine Familie zeigt, die Spaß am Pool hat. Sie können auch ein Video hinzufügen und so verschiedene Teile Ihres Hotels auf einmal präsentieren.
-  **Sie haben eine klare, informative und prägnante Biografie geschrieben.** Reisende, die Ihre Facebook-Seite besuchen, möchten sofort verstehen, welche Art von Unterkunft Sie anbieten und wo Sie sich befinden. Sie können auch die wichtigsten Vorteile Ihres Hotels skizzieren, aber halten Sie sie so kurz und prägnant wie möglich.
-  **Sie haben alle wichtigen Informationen wie Ihre Geschäftsadresse, E-Mail-Adresse und Telefonnummer hinzugefügt.** So sind Sie für Ihre bestehenden und zukünftigen Gäste leicht erreichbar.



ABDECKUNG HINZUFÜGEN  
ATMOSPHÄRE WIDERSPIEGELN



KLAR UND INFORMATIV GESCHRIEBEN  
ADRESSE, E-MAIL UND TELEFON





# ✓ Checkliste für eine erfolgreiche Hotel-Facebook-Seite:

Wenn Sie diese Tipps umsetzen, stärken Sie Ihre Präsenz auf Facebook, gewinnen neue Gäste und sichern die Treue Ihres bestehenden Publikums, was zum Gesamterfolg Ihres Unternehmens beiträgt.

*SPEICHERN SIE DIES FÜR SPÄTER*



**Veröffentlichen Sie regelmäßig attraktive und ansprechende visuelle Inhalte.** Teilen Sie hochwertige Fotos und Videos, die die einzigartigen Merkmale Ihres Hotels hervorheben, wie z. B. Panoramablick, elegante Zimmer und einzigartige Erlebnisse.



**Verwenden Sie relevante Hashtags und markieren Sie andere Seiten, um Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen.** Verwenden Sie Hashtags, um Schlüsselwörter anzugeben und Menschen zu erreichen, die sich für dieses Thema interessieren. Optional können Sie Facebook-Gruppen beitreten und Ihre Beiträge dort teilen. Aber Vorsicht, vermeiden Sie Spam!



**Diversifizieren Sie den angebotenen Inhalt.** Beschränken Sie sich nicht auf das Posten von Fotos und Videos, sondern erkunden Sie die verschiedenen Funktionen, die Facebook bietet, wie z. B. das Erstellen von Veranstaltungen, Umfragen und Live-Videos, um Ihre Inhalte zu diversifizieren und Aufmerksamkeit zu erregen.



**Interagieren Sie mit Ihrem Publikum.** Reagieren Sie auf Kommentare und Direktnachrichten. Die Reaktionsgeschwindigkeit stärkt die Beziehung zu Ihren potenziellen Gästen und verbessert die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens. Dazu können Sie mithilfe von Lösungen auf Basis von künstlicher Intelligenz (KI) die Verarbeitung von mehr als 90 % Ihrer eingehenden Nachrichten automatisieren. Eine weitere Möglichkeit, die Interaktion mit Ihrem Publikum zu erhöhen, besteht darin, exklusive Rabatte oder Wettbewerbe anzubieten. Dies schafft Anreize für das Engagement und ermutigt die Nutzer, Ihre Seite zu teilen.



**Aktualisieren Sie Ihre Seite regelmäßig** mit relevanten Informationen über bevorstehende Veranstaltungen, Werbeaktionen und die verschiedenen Dienstleistungen, die Sie anbieten: Restaurant, Spa, Workshops usw.

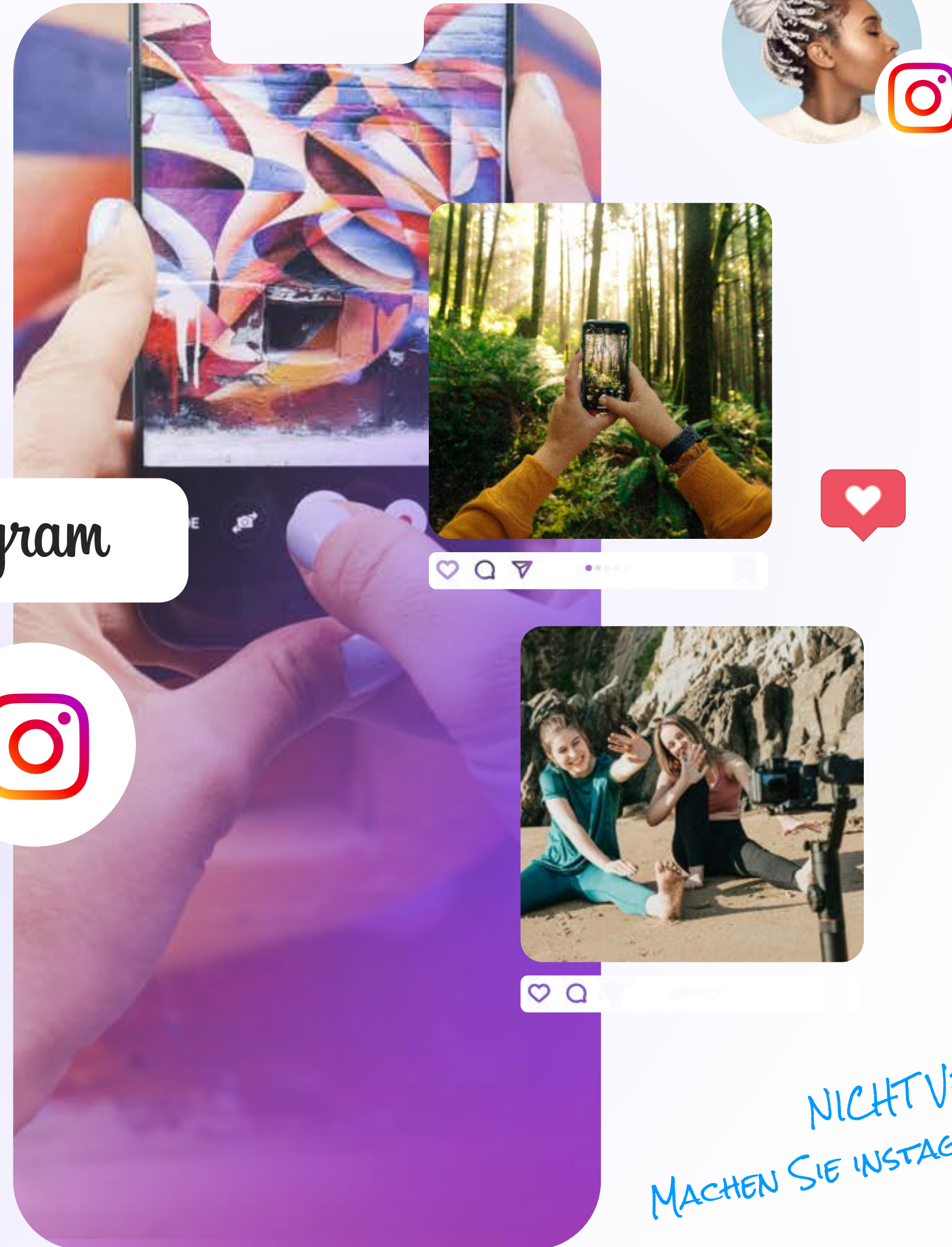


## Instagram

Mit 2 Milliarden Nutzern weltweit ist Instagram das drittbekannteste soziale Netzwerk der Welt, hinter Facebook und YouTube. 2023 wurden in Frankreich mehr als **26 Millionen monatlich aktive Nutzer** auf der Plattform gezählt, wobei fast die Hälfte von ihnen (45 %) in der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen angesiedelt ist (Digimind, 2023). Für die Hotellerie ist Instagram von strategischer Bedeutung, da es sich zum sozialen Netzwerk schlechthin entwickelt, um bei seinen Followern die Lust am Reisen zu wecken.

26 Millionen  
aktive Nutzer

Instagram

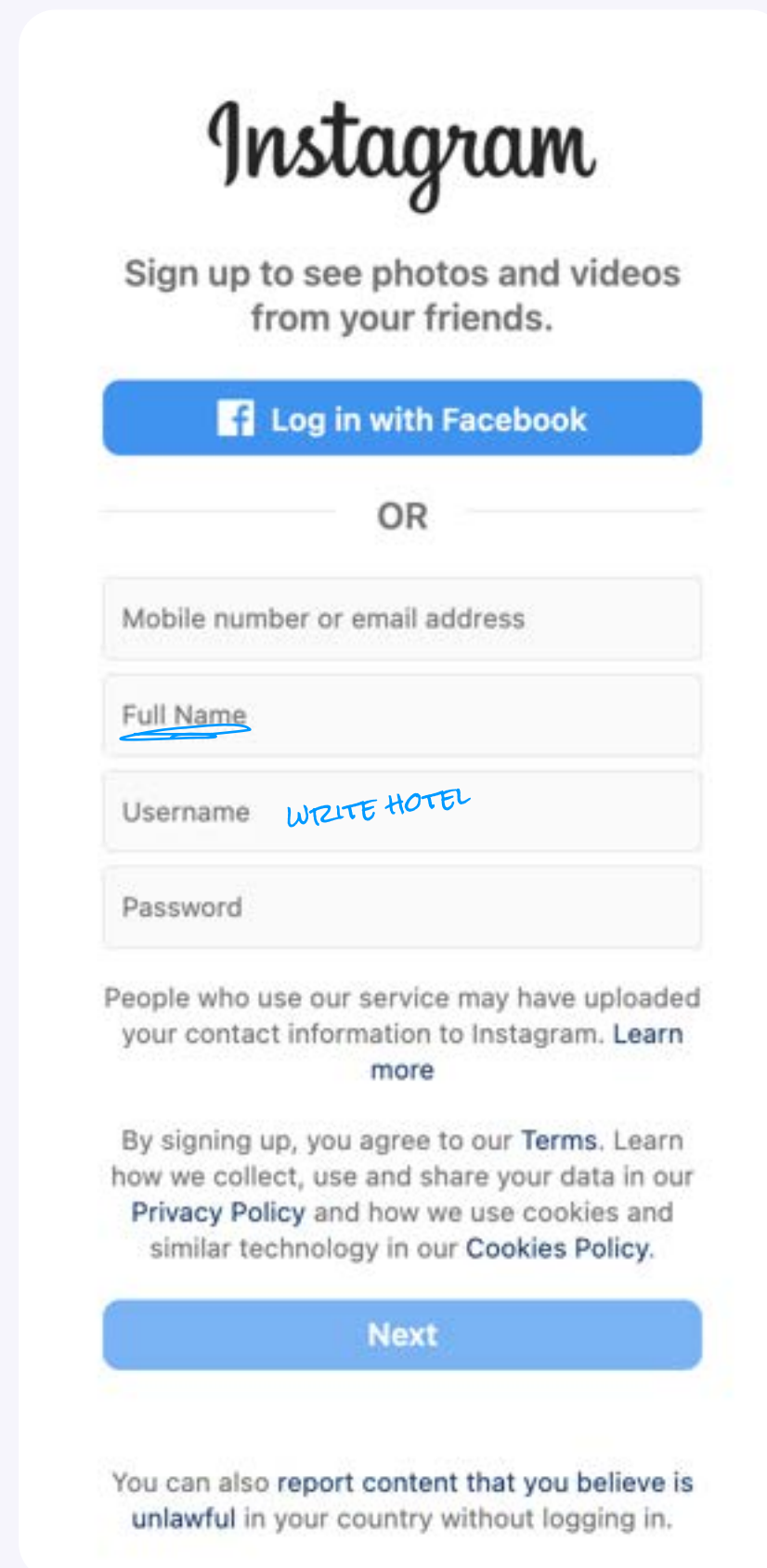
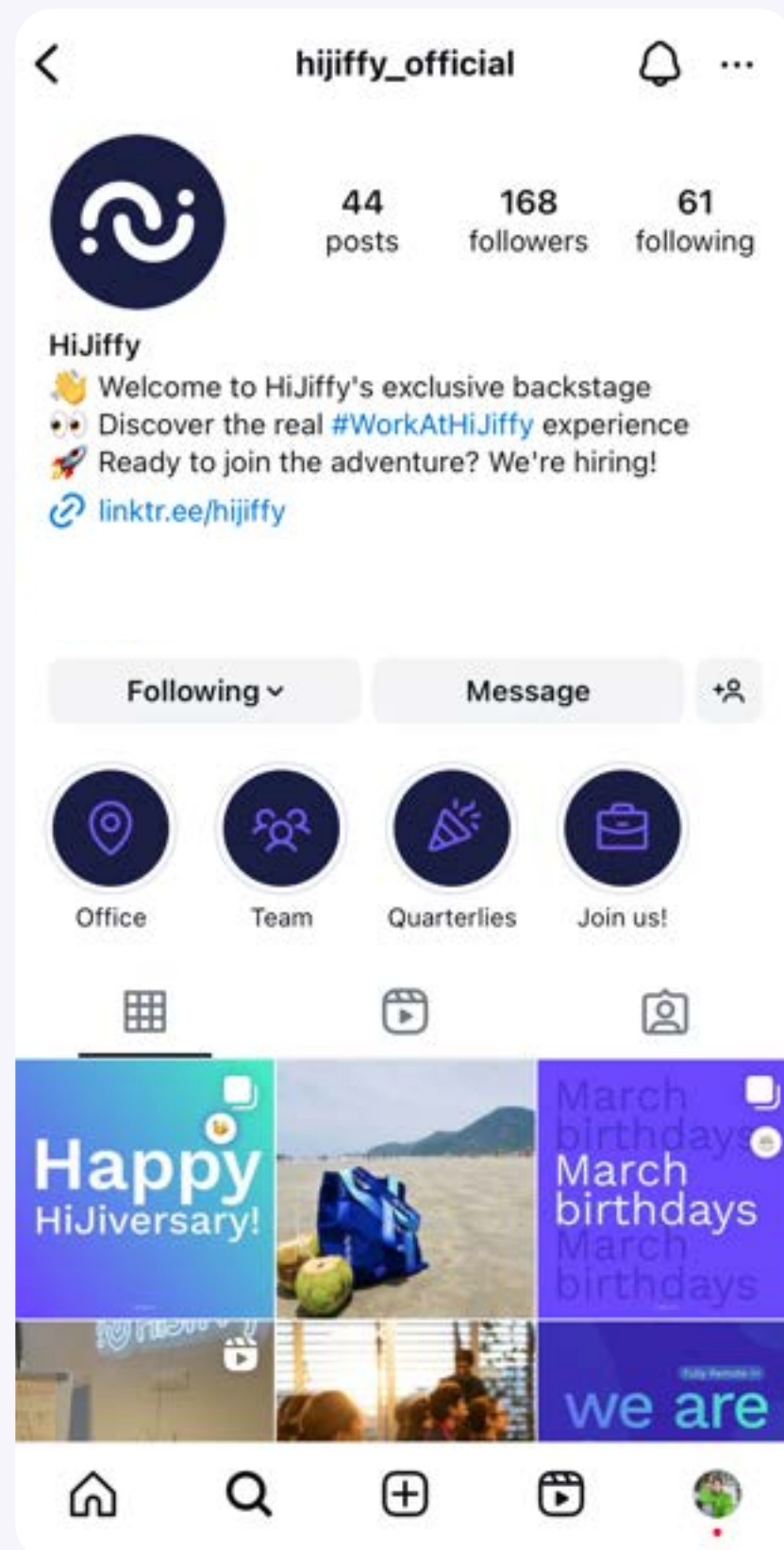


Laut dem neuesten Bericht von Kolsquare entfallen 63 % des Engagements im Reisesektor auf diese Plattform und allein der Hashtag #travel umfasst mehr als 674 Millionen Beiträge. Es ist also nicht verwunderlich, dass Instagram als die einflussreichste Urlaubsplattform gilt, dicht gefolgt von Facebook. Darüber hinaus ist es so, dass 40 % der Millennials ihr Urlaubsziel auf der Grundlage der „Instagrammability“ von Fotos auswählen (Travel Research Online, 2023), was die Rolle von Instagram als Inspirationsquelle für Reisende weiter stärkt. Es liegt daher in Ihrem Interesse, diese Gelegenheit zu nutzen, um Ihr Unternehmen auf ansprechende Weise zu bewerben.

*NICHT VERGESSEN:  
MACHEN SIE INSTAGRAMM-TAUGLICHE FOTOS!*



# Hier erfahren Sie, wie Sie Ihr Hotel-Instagram-Konto in 4 einfachen Schritten erstellen und optimieren können:



**TO-DO:**  
HOTEL SCHREIBEN  
FOTO UND BIOGRAFIE HINZUFÜGEN  
WEBSEITE

## Instagram



**Erstellen Sie ein Instagram-Konto.** Entscheiden Sie sich bei der Wahl eines Namens dafür, den Begriff „Hotel“ nach oder vor dem Namen Ihres Unternehmens zu verwenden, z. B. @hotelcentral und nicht nur @central.

SCHRITT 1



**Fügen Sie ein Profilbild, eine Biografie und einen Link zu Ihrer Website hinzu.** Wählen Sie Ihr Firmenlogo als Profilbild aus. Geben Sie für die Biografie kurz und bündig den Namen, die Lage und die Unterscheidungsmerkmale Ihres Hotels an (z. B. „Mehr als 50 kosmopolitische Hotels und paradiesische Resorts“). Ermutigen Sie aktiv zu Buchungen mit einer klaren Handlungsaufforderung und fügen Sie einen visuellen Touch mit Emojis hinzu.

SCHRITT 2



**Wechseln Sie zu einem Business-Konto.** Tippen Sie in Ihrem Profil auf das Zahnradsymbol oben rechts und dann auf „Business-Konto“. Beachten Sie, dass Ihr Unternehmen über eine Facebook-Seite verfügen muss, um zu einem Business-Konto wechseln zu können.

SCHRITT 3

<sup>2</sup>auf der mobilen Anwendung kann das Verfahren leicht abweichen



**Verknüpfen Sie Ihr Facebook-Konto.** Wenn Sie bereits eine Facebook-Unternehmensseite haben, wählen Sie einfach die entsprechende Seite aus. Wenn nicht, erstellen Sie zunächst eine Facebook-Seite für Ihr Hotel, indem Sie die im vorherigen Kapitel genannten Schritte ausführen. Wenn Sie Ihr Instagram-Konto mit Ihrer Facebook-Seite verknüpfen, ist es einfacher, Fotos auf beiden Plattformen gleichzeitig zu teilen und Instagram-Nachrichten für Ihre Facebook-Follower zu generieren. Denken Sie dennoch daran, Ihren Facebook-Followern mitzuteilen, dass sie Ihr Hotel jetzt auf Instagram finden können.

SCHRITT 4



# ☑️ Checkliste für einen erfolgreichen Hotel-Instagram-Account:



**Setzen Sie auf Reels.** Kurze Videos sind in der Reisebranche unerlässlich und bieten wirkungsvolles Storytelling mit der höchsten Engagement-Rate: 3,4 % im Vergleich zu 2 % für einen Beitrag ([Kolsquare](#), 2023).



**Schaffen Sie Nähe mit Stories.** Schaffen Sie eine direkte Verbindung zu Ihren Abonnenten mithilfe von Stories, die weniger viral sind als Reels, aber eine enge Beziehung zu Ihrem Publikum herstellen können. Denken Sie übrigens daran, die Formate zu variieren, um eine gute Balance zwischen Engagement und Viralität zu erreichen.



## **Verwenden Sie immer Hashtags.**

Beiträge, die Hashtags enthalten, erzielen 12,6 % mehr Engagement als solche ohne Hashtags ([Sprout Social](#), 2023).



## **Nutzen Sie Standortmarkierungen.**

Erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit durch die Verwendung von Standortmarkierungen. Bei Beiträgen, die dies tun, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie gesehen werden, um 79 % höher als bei Beiträgen, die dies nicht tun ([Jemsu](#), 2023).



**Schaffen Sie „Instagram-taugliche“ Räume.** Schaffen Sie in Ihrem Hotel Räume für Selfies und Gruppenfotos und ermutigen Sie Ihre Gäste zum spontanen Teilen.



**Erstellen Sie einen bestimmten Hashtag und ermutigen Sie Ihre Gäste, ihn zu verwenden.** Auf diese Weise können Sie wissen, wie viele Personen über Ihr Hotel sprechen oder Ihre Inhalte teilen, und vor allem ein Foto- und Videoverzeichnis erstellen, das für Personen, die sich für Ihr Hotel interessieren, leicht zugänglich ist.



**Teilen Sie die Beiträge Ihrer Gäste erneut.** Inhalte, die von Ihren Gästen generiert werden, sind kostenlose Werbung für Ihr Unternehmen.



## **Analysieren Sie die Statistiken.**

Verwenden Sie Ihre Unternehmensprofilstatistiken, um Ihre Zielgruppe zu verstehen und Ihre Inhalte entsprechend anzupassen.

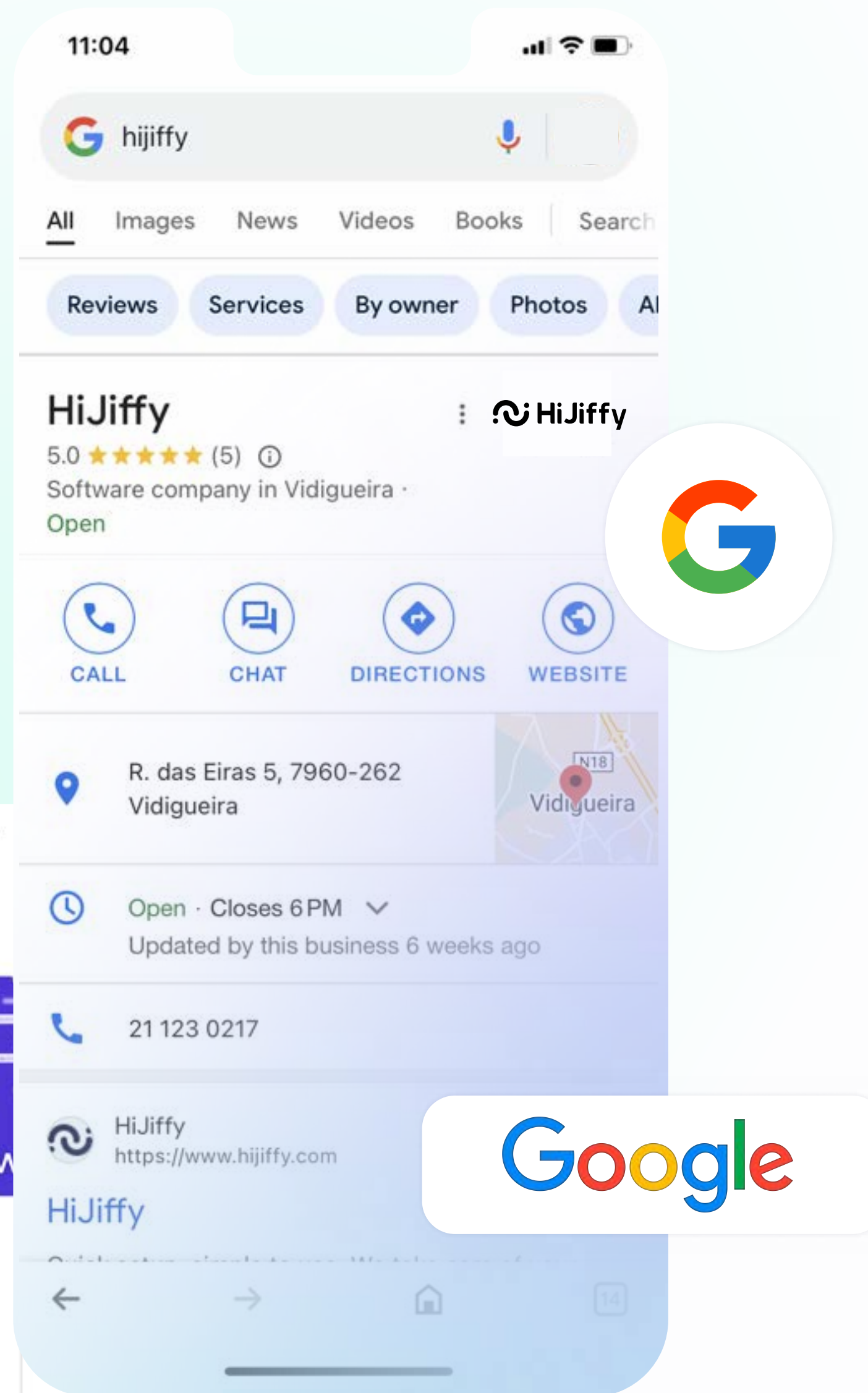
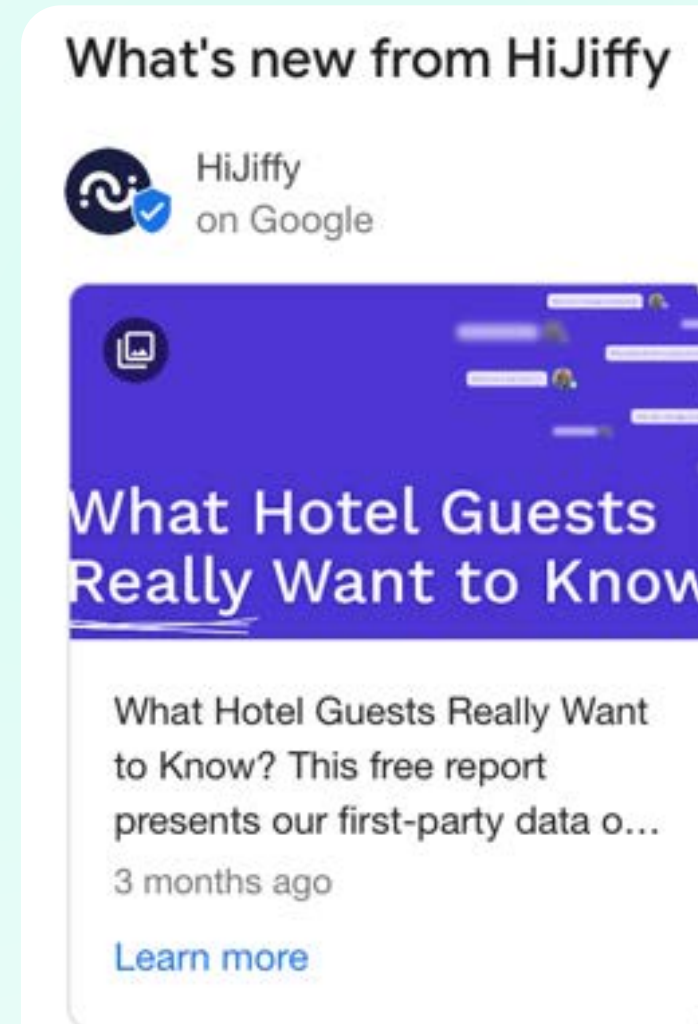
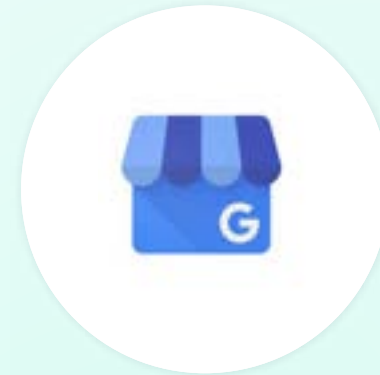


**Bewerben Sie Ihre leistungsstärksten Beiträge.** Identifizieren und bewerben Sie Ihre leistungsstärksten Beiträge direkt über die mobile App, um ein breiteres Publikum zu erreichen.

## Google Business Profile

(ehemals Google My Business)

Google Business Profile (GBP), ehemals Google My Business, ist ein unverzichtbares Tool für Hoteliers, denn es bietet eine umfassende Verwaltung ihrer Online-Präsenz auf Google-Plattformen, einschließlich der Suchmaschine (einschließlich Google Ads) und Google Maps. Die Erstellung eines GBP-Eintrags ist ein wesentlicher strategischer Faktor, der die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens erhöht und Direktbuchungen fördert: Mehr als die Hälfte der Interaktionen mit dem GBP-Profil führen zu Besuchen auf der Website (The Media Captain, 2023) und mehr als 5 % der Konsultationen führen zu einer Buchung (Search Engine Journal, 2019).



Wenn ein Nutzer beispielsweise bei Google nach Hotels in Paris sucht, stammen die Ergebnisse aus den GBP-Einträgen in Paris. Wenn Ihre Unterkunft aufgeführt ist, wird sie dem Benutzer direkt angezeigt und bietet ihm sofortigen Zugriff auf wichtige Informationen über Ihr Hotel, wie z. B. Standort, Öffnungszeiten, angebotene Dienstleistungen und Gästebewertungen, ohne dass ein Besuch auf Ihrer Website erforderlich ist. Diese Praxis ist alltäglich geworden, da 64 % der Verbraucher auf ihrer Google-Business-Profil-Seite nach den Kontaktinformationen eines Unternehmens suchen (The Media Captain, 2023). Auf diese Weise wird Ihr GBP-Eintrag zu einem digitalen Schaufenster, das einen direkten Einfluss auf die Entscheidungsfindung der Reisenden hat.

Gleichzeitig haben Sie durch die Erstellung eines GBP-Kontos die Möglichkeit, die Rezensionen Ihrer Gäste in Echtzeit zu verwalten und darauf zu reagieren. Diese Funktion stellt eine einzigartige Gelegenheit dar, positiv mit Ihren Gästen in Kontakt zu treten, Probleme schnell zu lösen und ein konsequentes Engagement für die Zufriedenheit der Gäste zu demonstrieren.





# Hier erfahren Sie, wie Sie das **Google Business Profile** Ihres Hotels in 3 einfachen Schritten erstellen:



Stellen Sie sicher, dass Sie ein **Gmail-Konto** haben, da Sie sonst Ihren GBP-Eintrag nicht erstellen und verwalten können.

SCHRITT 1



Gehen Sie auf **Google Business Profile**.

SCHRITT 2



Fügen Sie den Namen und die Informationen Ihres Unternehmens hinzu.

SCHRITT 3

## Grow your business on Google

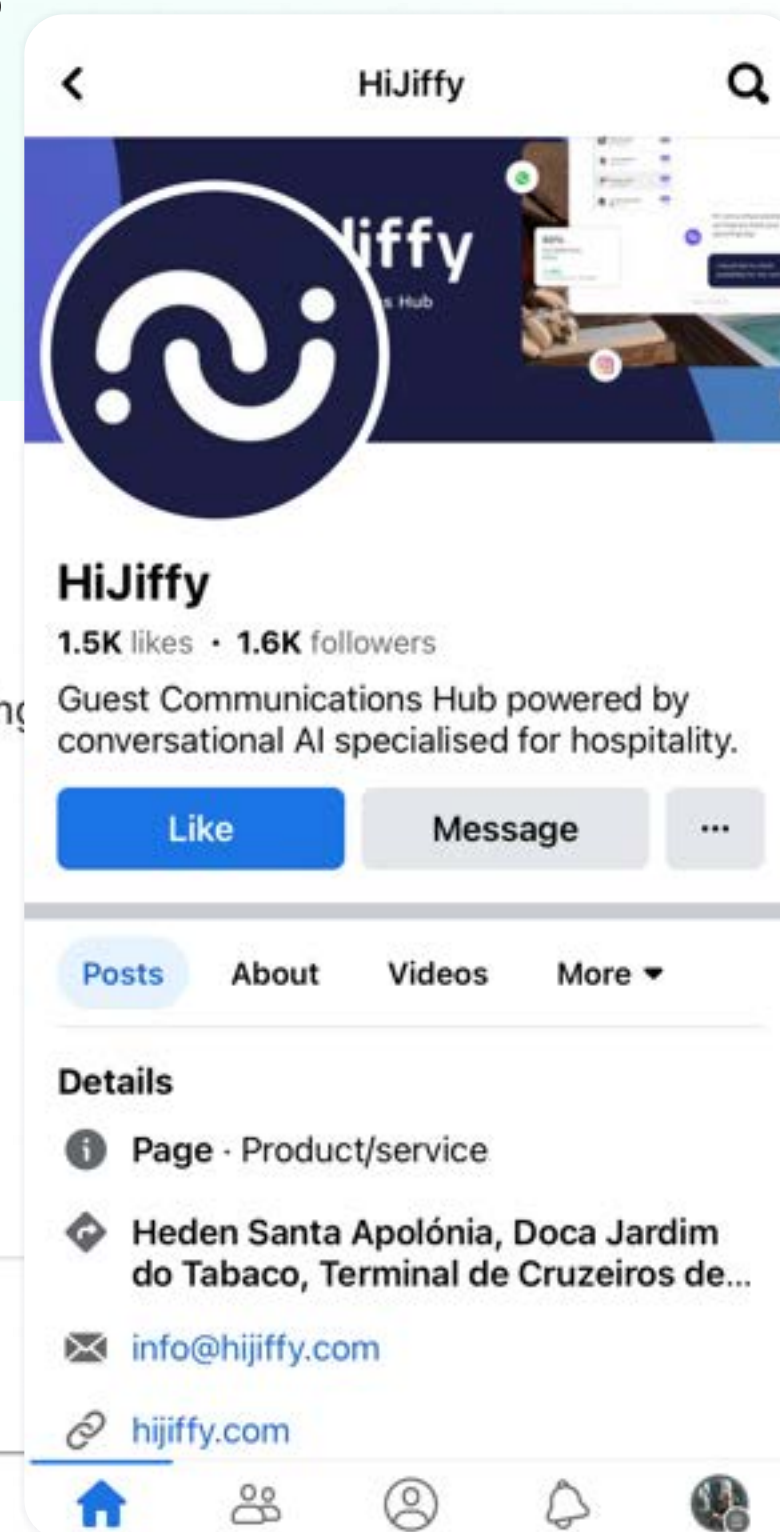
Reach millions of users in Search, Maps and more through a single platform

Add information about your establishment Be present on Google Interact

Enter your business name.

Facility Name\*

Following



Um Ihren Eintrag zu vervollständigen, müssen Sie eine Hauptkategorie (Hotel), die Adresse und die Telefonnummer Ihrer Unterkunft eingeben. Nachdem Sie Ihren Eintrag erstellt haben, müssen Sie eine Bestätigung von Google anfordern, damit er in der **Suche und in Google Maps** korrekt angezeigt wird.

Es reicht jedoch nicht aus, ein Google Business Profile zu haben: Die Herausforderung besteht darin, es so zu optimieren, dass es in den ersten Suchergebnissen erscheint und damit die Interaktionsrate verdoppelt. Tatsächlich ist die CTR (Click Through Rate) eines optimierten Angebots zweimal höher als der Durchschnitt (Geolid, 2023). Mehrere Kriterien, wie z. B. die ausgefüllten Informationen, die Vollständigkeit, die Bewertungen und die Anzahl der Bewertungen, beeinflussen die Listung eines GBP-Eintrags.

Eine eingehende Analyse, die 2023 von Geolid durchgeführt wurde und mehr als 1.500 GBP-Angebote in 15 verschiedenen Branchen abdeckt, zeigt, dass die Hotellerie der Sektor mit den wenigsten vollständigen Profilen (d. h. keines ist zu 100 % abgeschlossen) ist. Indem Sie in die vollständige Fertigstellung Ihres Profils investieren, wird sich Ihr Unternehmen leicht von der Konkurrenz abheben. Zudem hat diese Studie gezeigt, dass die Hotellerie der zweitgrößte Sektor mit den meisten Bewertungen ist. Durch die Kombination eines vollständigen und optimierten GBP-Eintrags mit einer beträchtlichen Anzahl von Gästebewertungen stellen Sie sicher, dass Ihr Hotel von Google deutlich hervorgehoben wird.



# ☑️ Checkliste für ein vollständiges und optimiertes Google Business Profile in der Hotellerie:

Vergewissern Sie sich, dass der GBP-Eintrag Ihres Hotels alle folgenden Angaben enthält:

- Titel.** Dies ist der Name Ihrer Institution.
- Beschreibung.** Fügen Sie eine Beschreibung hinzu, die prägnant ist, aber die Highlights Ihres Hotels hervorhebt.
- Haupt- und Nebenkategorien.** Definieren Sie sorgfältig die Hauptkategorie Ihrer Einrichtung (Hotel) sowie die Nebenkategorien, um eine genaue Beschreibung Ihrer Angebote zu erhalten.

- Öffnungszeiten.** Geben Sie Ihre regulären Öffnungszeiten sowie die Öffnungszeiten an Feiertagen an. Dies wird von Google geschätzt.
- Adresse.** Überprüfen Sie, ob Ihre Adresse korrekt und aktuell ist.
- Dienstleistungen und deren Beschreibung.** Beschreiben Sie die von Ihrem Hotel angebotenen Dienstleistungen im Detail.
- FAQ.** Verwenden Sie den FAQ-Bereich, um die häufigen Anfragen Ihrer zukünftigen Gäste zu antizipieren.

- Messaging-Funktion.** Aktivieren Sie die Messaging-Funktion um die Kommunikation mit Ihren Gästen zu erleichtern.

- Attribute.** Geben Sie alle zusätzlichen Dienstleistungen an, wie z. B. Rollstuhlzugang, Parkmöglichkeiten und die in Ihrer Einrichtung akzeptierten Zahlungsmittel.

- Fotos oder Videos Ihrer Einrichtung.** Fügen Sie hochwertige Medien hinzu, um Ihren Eintrag zu bereichern, Vertrauen aufzubauen und die Nutzerbindung zu erhöhen: Unternehmen mit Fotos in ihrem Eintrag erhalten 42 % mehr Anfragen nach Wegbeschreibungen und 35 % mehr Klicks als Unternehmen ohne Fotos ([Thrive, 2021](#)).

- Veröffentlichen Sie Google-Beiträge,** um besondere Veranstaltungen, Angebote, Rabatte oder andere besondere Dienstleistungen direkt von Google anzukündigen.

- Fügen Sie Ihre Social-Media-Links** hinzu, um einen direkten Zugang zu Ihren Content-Sharing-Plattformen einzurichten und Ihre Online-Präsenz zu steigern.

Zum Schluss noch zwei Bonus-Empfehlungen, mit denen Sie sich von der Konkurrenz abheben können:

Wie können Sie Social  
Media nutzen, um  
Ihren Umsatz  
zu steigern?

*FÜR SPÄTER SPEICHERN!*





Sobald Sie Ihre sozialen Netzwerke in ein attraktives Schaufenster verwandelt haben, können Ihre Interessenten Sie leicht identifizieren und werden natürlich dazu ermutigt, Sie zu kontaktieren, um mehr Informationen über Ihre Angebote zu erhalten oder sogar ihren Urlaub zu buchen. Um diese Chance zu maximieren, setzen immer mehr Hoteliers auf KI-basierte Lösungen, weshalb der Tourismus die fünftgrößte Branche ist, die Chatbots einsetzt (BotNation, 2022). Dieser wachsende Trend steht im Einklang mit den Erwartungen von mehr als 60 % der Reisenden, die Chatbot-Unterstützung befürworten, denn sie schätzen die Bequemlichkeit, welche die Technologie zu ihrem Erlebnis beiträgt (PwC, 2023).

Can you please help me with the reservation?



I would like to check availability for the next two weekends.



I need to update my reservation



**60 %**  
der Reisenden  
befürworten  
die Chatbot-  
Unterstützung



AI

basierte Lösungen

# KI: der wesentliche Faktor, um Ihr Einkommen in sozialen Netzwerken zu steigern

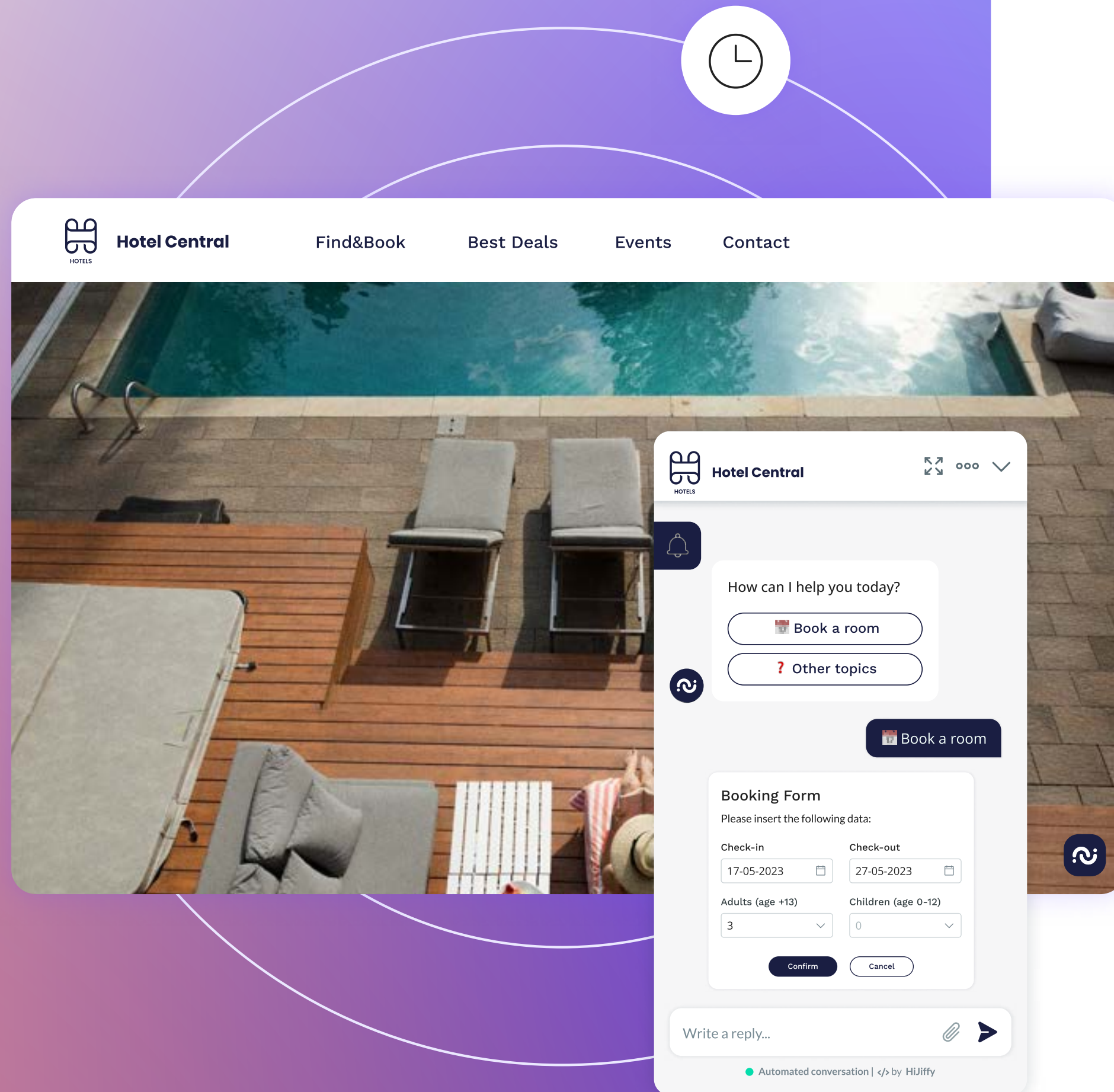
Die Anwendung von KI in der Hotellerie bietet unbestreitbare Vorteile, um Ihren Umsatz zu maximieren. Hier sind zwei wichtige Punkte, die Sie beachten sollten, um Ihre Social-Media-Kanäle zu echten Umsatztreibern zu machen:



Der Social-Media-Leitfaden für die Hotellerie: Wie können Sie eine Webseite für Ihr Hotel einrichten und diese optimal zur Erzielung von Einnahmen nutzen?

# Sofortige, personalisierte Interaktion mit Ihren Gästen

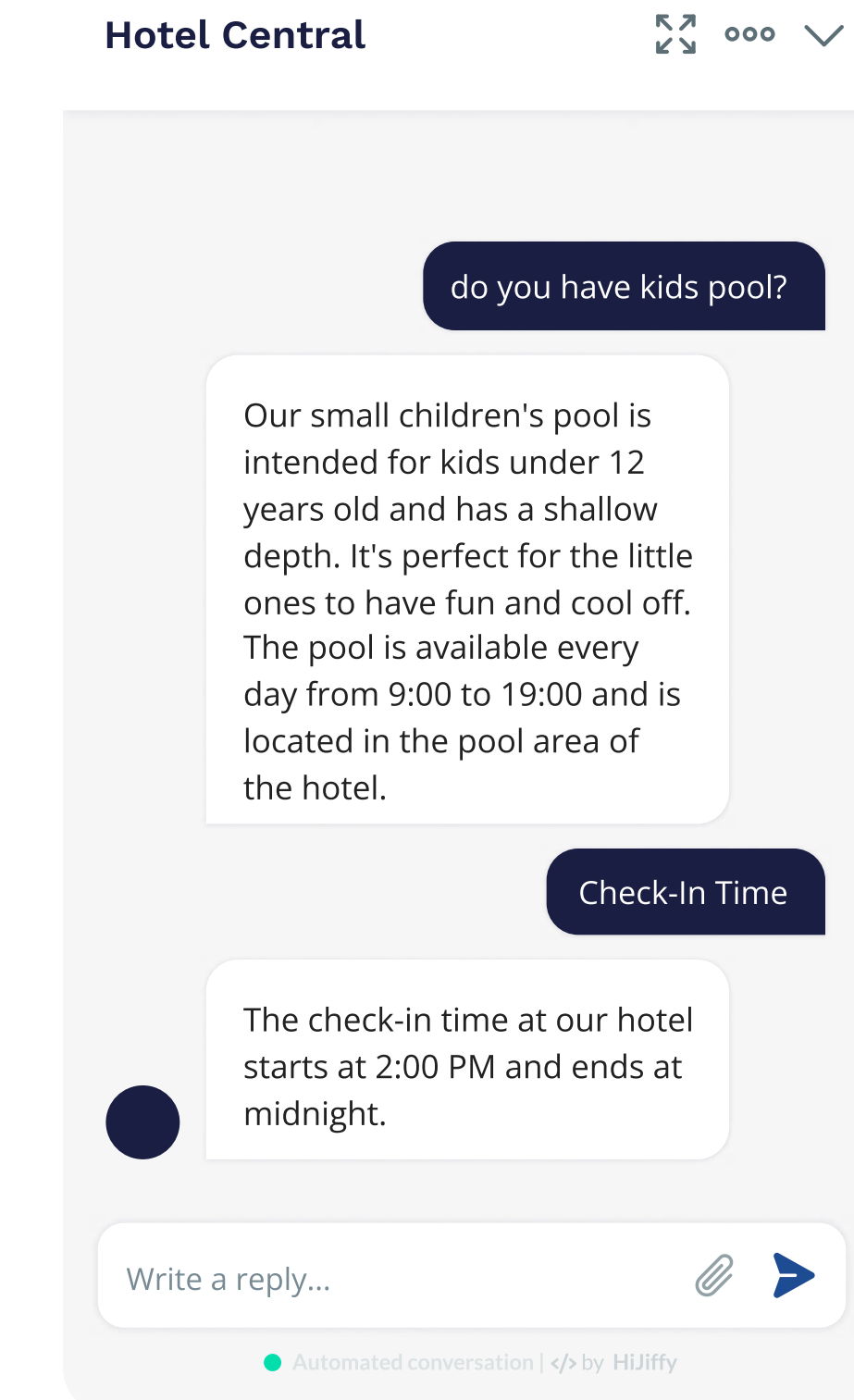
Tipp



Sobald Ihre optimierten und attraktiven Social-Media-Seiten die Aufmerksamkeit der Reisenden auf sich gezogen haben, werden sie versuchen, mehr über die Annehmlichkeiten, Richtlinien oder besonderen Dienstleistungen Ihres Hotels zu erfahren, wie die HiJiffy-Studie 2023 zu den wichtigsten Fragen von Hotelgästen zeigt. Die Integration eines Chatbots ist daher unerlässlich, um mehr als 80 % der Gästeanfragen autonom rund um die Uhr zu beantworten. Diese leistungsstarken Chatbots können nicht nur auf der Website Ihres Hotels eingesetzt werden, sondern auch auf den Social-Media-Kanälen wie Facebook Messenger, Instagram, Google Business Profile und anderen Messaging-Plattformen.

Darüber hinaus spielen Chatbots eine Schlüsselrolle, um Gästedaten schnell und effizient zu sammeln. Diese Funktion reagiert nicht nur proaktiv auf Gästebedürfnisse, sondern bietet auch personalisierte Empfehlungen, die auf die jeweiligen Vorlieben abgestimmt sind. Wenn Sie das Interesse der Gäste durch relevante Interaktionen aufrechterhalten, erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit einer Buchung erheblich.

Entscheiden Sie sich für eine Lösung, die alle Gästeinteraktionen in einem Omnichannel-Posteingang zentralisiert. Dieser Ansatz vereinfacht den Prozess radikal und eliminiert das Jonglieren zwischen verschiedenen Plattformen, um die Gästeanforderungen zu erfüllen. Das Ergebnis ist eine geringere Arbeitsbelastung für Ihre Mitarbeitenden, ein effizienteres Anfragemanagement und eine schnelle, konsistente Reaktion – alles von einer einzigen Plattform aus.





# Vereinfachen Sie den Buchungsprozess und steigern Sie die Buchungsrate. Tipp

The screenshot shows a chatbot interface for 'Hotel Central'. At the top, there are social media icons for WhatsApp, Telegram, Instagram, Google, and Messenger. The chatbot asks, 'How can I help you today?' and offers three options: 'Book a room', 'Change reservation', and 'Other topics'. A user responds, 'I'd like to see prices'. The chatbot then displays a calendar for December 2024 with dates 29, 30, and 31 highlighted. Below the calendar, a 'Booking details' box shows '2 nights at Hotel Central' from 29/12/2024 to 31/12/2024 for 2 adults and 1 child. A 'Change details' button is visible. At the bottom, three chat messages are shown: 'How can I make a reservation?' (with WhatsApp icon), 'I'd like to book a spa for two.' (with Messenger icon), and 'How can I cancel the massage appointment?' (with Google icon). The chatbot footer indicates 'Automated conversation | </> by HiJiffy'.

Sobald Sie alle Fragen Ihrer zukünftigen Gäste beantwortet haben, erleichtern Sie ihnen den Buchungsprozess, indem Sie die Möglichkeit bieten, dies direkt über die von ihnen genutzten sozialen Netzwerke zu tun. Laut Daten von WebFX haben mehr als die Hälfte der Hotels eine Buchungsmaschine oder ein Widget auf ihrer Facebook-Seite eingeführt, um den Buchungsprozess zu vereinfachen. Bei diesem Ansatz müssen die Interessierten nicht zu anderen Schnittstellen wie Ihrer Website wechseln, um eine Buchung abzuschließen, was zu einer deutlichen Verbesserung Ihrer Buchungsrate und damit Ihres Umsatzes führt.

Im Idealfall entscheiden Sie sich für eine KI-basierte Lösung, die sich leicht in Ihre Buchungsmaschine und Ihr PMS integrieren lässt: So können Sie die Verfügbarkeit und die Preise Ihrer Zimmer effizient anzeigen. Die Omnichannel-Lösung von HiJiffy lässt sich nahtlos in die führende Hotelsoftware auf dem Markt integrieren und vereinfacht die Implementierung des Chatbots in Ihren sozialen Netzwerken.



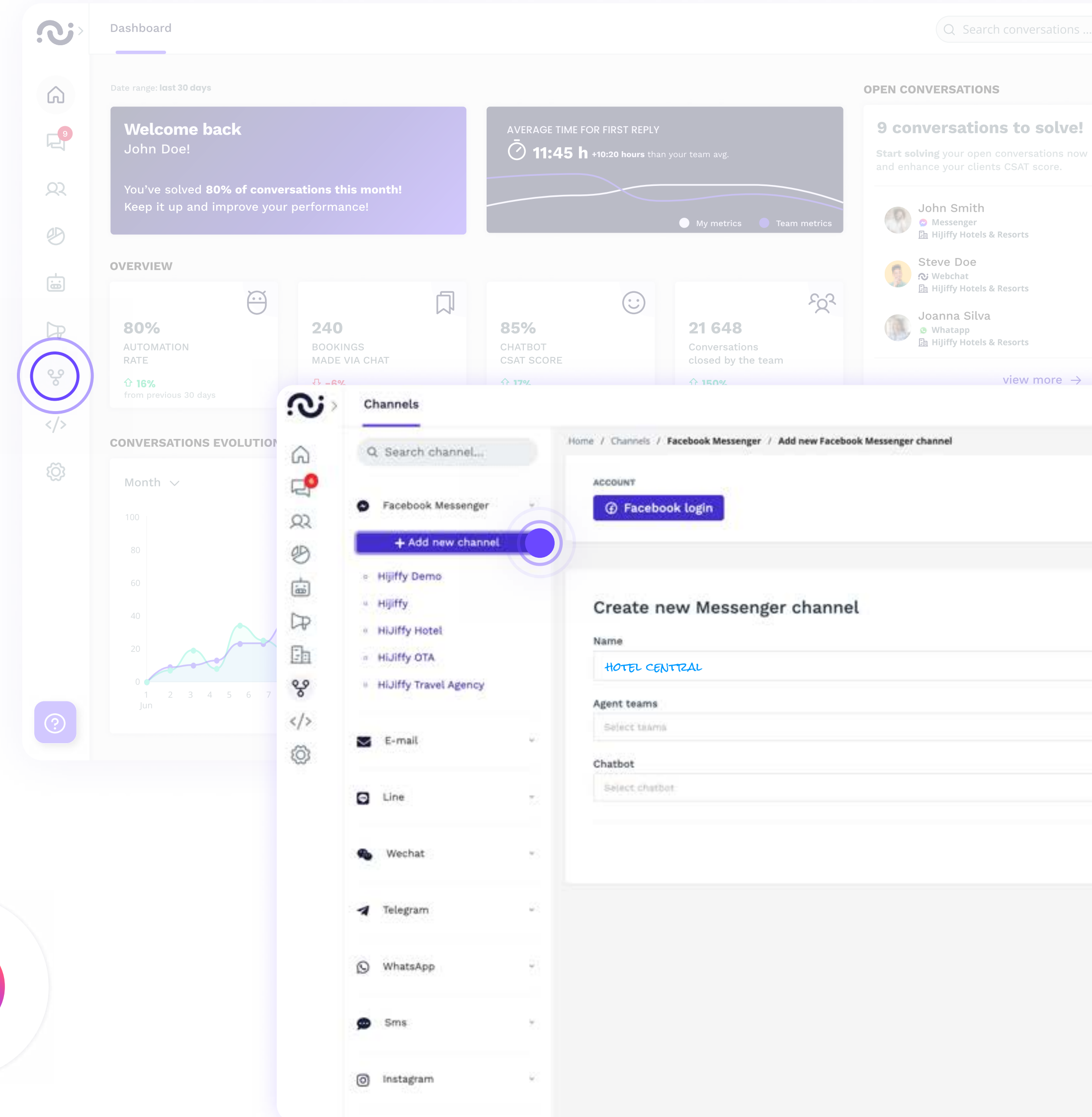
## Wie können Sie ganz einfach einen Chatbot in den **Facebook-Messenger** Ihres Hotels integrieren?

Verbinden Sie den Facebook-Messenger Ihrer Unterkunft mit der Omnichannel-Lösung von HiJiffy. Der Chatbot beantwortet automatisch die Fragen Ihrer zukünftigen Gäste und Ihre Agenten können Buchungen von einer zentralen Plattform aus verwalten: der HiJiffy-Konsole.

Befolgen Sie diesen vereinfachten Schritt, um Ihren Facebook-Messenger effektiv in die Konsole zu integrieren:



1. Gehen Sie zur Konsole und wählen Sie das Menü **„Kanäle“** auf der linken Seite.
2. Wählen Sie den Kanal **„Facebook-Messenger“** aus und klicken Sie auf „+ Neuen Kanal hinzufügen“.
3. Melden Sie sich bei Ihrem Facebook-Konto an. Dazu müssen Sie der Administrator der Facebook-Seite sein.
4. **Wählen Sie die Facebook-Seiten** aus, die Sie der Konsole hinzufügen möchten.
5. Wählen Sie auch Instagram-Seiten aus, um die Verwaltung in Zukunft zu vereinfachen. Stellen Sie dazu sicher, dass es sich bei Ihrem Instagram-Konto um ein Business-Konto handelt und dass es mit Ihrer Facebook-Seite verknüpft ist, damit Sie es auswählen können.
6. Wählen Sie die **Facebook-Seite aus, die sie verbinden möchten**, und klicken Sie auf „Verbinden“.
7. Jede Seite wird als neuer Kanal betrachtet. **Fügen Sie den Namen des Kanals hinzu**, wählen Sie Ihre Teams aus, die Zugriff haben sollen, den Chatbot und die mit dem Kanal verknüpften Eigenschaften.
8. **Speichern Sie die Änderungen.**
9. Wiederholen Sie diesen Vorgang für die anderen Seiten.



Für weitere Informationen klicken Sie [hier](#) oder wenden Sie sich an Ihren zuständigen Customer Success Manager.



## Wie können Sie einen Chatbot ganz einfach in den **Instagram**-Account Ihres Hotels integrieren?

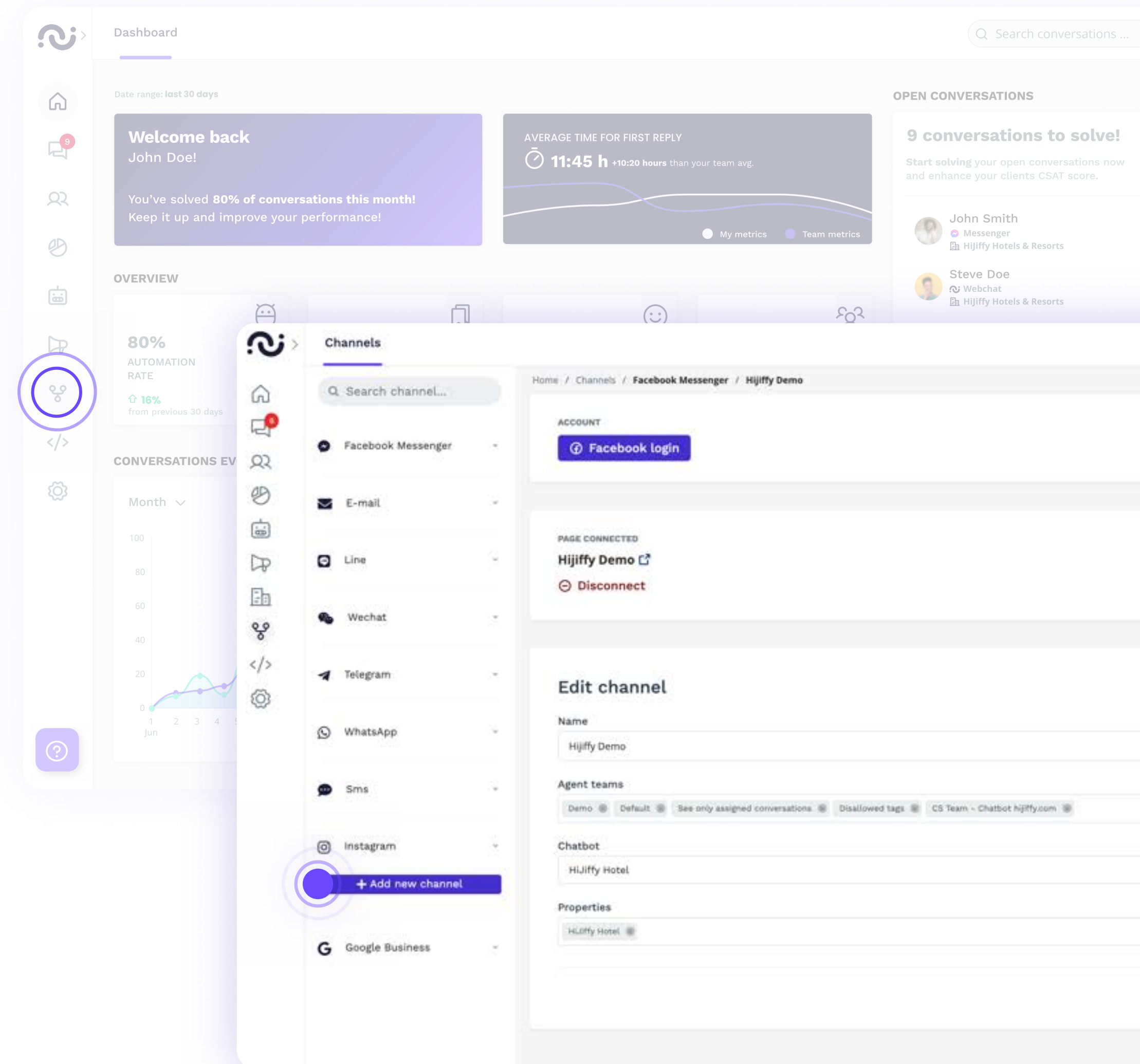
Optimieren Sie die Verwaltung Ihres Hotels auf Instagram, indem Sie ganz einfach einen Chatbot aktivieren. Die Integration dieses sozialen Netzwerks in die HiJiffy-Konsole ermöglicht es dem Chatbot, häufig gestellte Fragen von Gästen automatisch zu beantworten. Bei Bedarf können Unterhaltungen an den Posteingang der Konsole weitergeleitet werden, damit Ihr Team sie bearbeiten kann. Sie können mehrere Instagram-Konten hinzufügen, was ideal ist, wenn Sie mehrere Liegenschaften mit unterschiedlichen Konten haben.

Befolgen Sie diese einfachen Schritte, um das Instagram-Konto Ihres Hotels in die HiJiffy-Konsole zu integrieren:

**Instagram**

1. Gehen Sie zur Konsole und wählen Sie das Menü **„Kanäle“** auf der linken Seite.
2. Wählen Sie den Kanal **„Instagram“** aus und klicken Sie auf **„+ Neuen Kanal hinzufügen“**.
3. Wenn Ihre Facebook-Seite bereits verbunden ist, wählen Sie einfach das Instagram-Konto aus. Wenn nicht, melden Sie sich zuerst mit Ihrem **Facebook-Business-Konto** an.
4. Wählen Sie die Instagram-Seiten aus, auf denen Sie den Chatbot installieren möchten, und klicken Sie auf **„Installieren“**.
5. **Wählen Sie die Teams aus, die Nachrichten aus diesem Kanal** den Chatbot und die in diesem Kanal angezeigten Eigenschaften sehen dürfen.
6. Speichern Sie die **Änderungen**.

Für weitere Informationen klicken Sie [hier](#) oder wenden Sie sich an Ihren zuständigen Customer Success Manager.



## Wie können Sie einen Chatbot ganz einfach in das **Google-Business-Profile-Konto** Ihres Hotels integrieren?

Obwohl der Prozess im Gegensatz zum Facebook-Messenger und Instagram einfach ist, benötigen Sie die Unterstützung Ihres HiJiffy Customer Success Managers.

Hier sind die Schritte, um Ihr Google-Business-Profil-Konto mit der HiJiffy-Konsole zu verbinden:

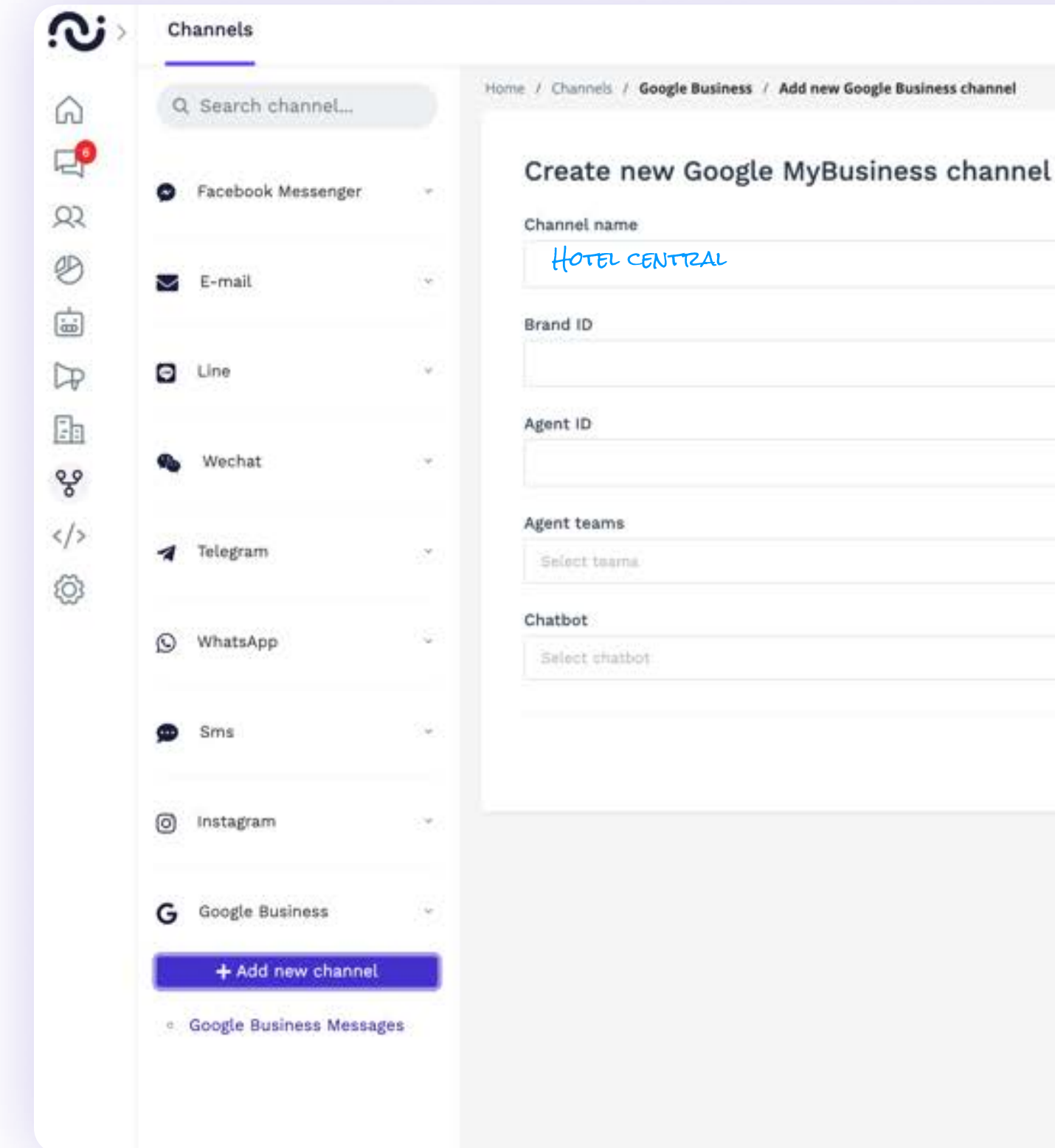


1. Vergewissern Sie sich, dass Sie über ein Google-Business-Profil-Konto verfügen. Wenn nicht, befolgen Sie die Schritte zum Erstellen Ihres Eintrags im Kapitel „Hier erfahren Sie, wie Sie das Google Business Profile Ihres Hotels in 3 einfachen Schritten erstellen“.
2. Aktivieren Sie Messaging in Ihrem GBP-Konto, indem Sie das Menü **„Nachrichten“** auswählen und auf **„Nachrichten aktivieren“** klicken.
3. Sobald das Customer Success-Team den Konfigurationsprozess begonnen hat, erhalten Sie **zwei separate E-Mails:**
  - Die erste enthält einen Sicherheitsschlüssel, mit dem Sie auf die zweite E-Mail antworten müssen. Antworten Sie nicht auf diese E-Mail, sie ist nur informativ.



Stellen Sie sicher, dass die E-Mail-Adresse, die Sie für den Empfang dieser beiden E-Mails verwenden, den Domainnamen Ihres Hotels oder Ihrer Gruppe enthält. Andernfalls wird es nicht von Google validiert. Diese Adresse ist speziell für den Versand von Bestätigungs-E-Mails gedacht und wird von Google nicht für andere Zwecke verwendet. Für weitere Informationen klicken Sie [hier](#) oder wenden Sie sich an Ihren zuständigen Customer Success Manager.

- In der zweiten E-Mail werden Sie um Erlaubnis gebeten. Antworten Sie an [bm-support@google.com](mailto:bm-support@google.com), indem Sie der folgenden Anweisung folgen und den Sicherheitsschlüssel hinzufügen, den Sie in der ersten E-Mail erhalten haben:  
  
„Ich, [Name des Markenmitarbeitenden] und [Titel des Mitarbeitenden], gewähre [Name des Messaging-Partners] das Recht, Geschäftsnachrichten unter Verwendung der in dieser E-Mail angegebenen Informationen zu senden. Sicherheitsschlüssel: [von Google bereitgestellter Sicherheitsschlüssel aus separater E-Mail]“.
4. Sobald Sie diesen Vorgang abgeschlossen haben und Ihr Hotel von Google bestätigt wurde, werden Sie benachrichtigt, dass die Verbindung aktiv ist.





# Zusammenfassung der wichtigsten Ideen:



## Erinnerung 1

Die Schaffung sozialer Netzwerke für Ihr Hotel ist unerlässlich, um Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und sich von Ihren Mitbewerbern abzuheben. Aber es reicht nicht aus, auf diesen Plattformen präsent zu sein. Man muss sie optimieren, um sie leicht zugänglich und attraktiv zu machen

## Erinnerung 3

KI ist ein mächtiges Werkzeug, das Ihnen hilft, Ihre Umsätze in sozialen Netzwerken zu steigern, indem es die sofortige und persönliche Interaktion mit Ihren Gästen erleichtert und den Buchungsprozess vereinfacht.

## Erinnerung 2

Über ihre Rolle als Schaufenster hinaus stellen soziale Netzwerke eine echte Chance dar, Ihre Einnahmen zu steigern und den Umsatz Ihrer Einrichtung anzukurbeln.

## Erinnerung 4

Die Integration eines auf die Hotellerie spezialisierten Chatbots mithilfe von Konversations-KI ermöglicht es Ihnen, mehr als 80 % der Fragen Ihrer zukünftigen Gäste direkt in ihren bevorzugten sozialen Netzwerken effizient zu bearbeiten. Entscheiden Sie sich für eine zentralisierte Lösung, wie z. B. die HiJiffy-Konsole, die Ihnen die Flexibilität bietet, alle eingehenden Nachrichten aus verschiedenen sozialen Netzwerken von einer einzigen Plattform aus zu verwalten.

# Quellen und weiterführende Literatur:

## Quellen

**BDM, 2023. Chiffres réseaux sociaux – 2023.**

<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

**BotNation. 2022. À qui et à quoi servent les chatbots ? Notre réponse secteur par secteur.**

<https://botnation.ai/site/fr/usages-chatbots/>

**Digimind. 2023. Facebook les chiffres essentiels en 2023 en France et dans le Monde.**

<https://blog.digimind.com/fr/agences/facebook-chiffres-essentiels>

**Digimind. 2023. Instagram, les chiffres incontournables en 2023 en France et dans le monde.**

<https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde>

**Geolid. 2023. Étude Google My Business: Chiffres clés et tendances en 2023.**

<https://lp.geolid.com/etude-google-my-business-chiffres-cles-et-tendances-2023>

**Jemsu. 2023. How to Use Location Tags on Instagram to Boost Your 2023 Visibility.** <https://jemsu.com/how-to-use-location-tags-on-instagram-to-boost-your-2023-visibility/>

**Kolsquare. 2023. L'influence marketing dans l'industrie du voyage en 2023.** <https://go.kolsquare.com/fr-fr/influence-marketing-dans-industrie-du-voyage-en-2023#download-assets>

**Nosto. 2019. 5 Statistics That Prove Social Media Will Influence Your Next Travel Destination.**

<https://www.nosto.com/blog/social-media-influence-travel-decisions/>

**PwC. 2023. Holiday Outlook Trends 2023.**

<https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/2023-holiday-outlook-trends.html>

**Search Engine Journal. 5% of Google My Business Listing Views Result in a Customer Action.**

<https://www.searchenginejournal.com/5-of-google-my-business-listing-views-result-in-a-customer-action/316723/>

**Sprout Social. 2023. Instagram statistics you need to know for 2023.** <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>

**The Media Captain, 2023. 30 Google Business Profile Stats and Facts.** <https://www.themediacaptain.com/25-google-business-profile-stats/>

**Thrive Agency, 2021. Google My Business Statistics You Should Know in 2021.** <https://thriveagency.com/news/google-my-business-statistics-you-should-know-in-2021/>

**Travel Research Online. 2023. The Impact of Social Media on Travel: Uncovering the Statistics.**

<https://www.travelresearchonline.com/blog/index.php/2023/02/the-impact-of-social-media-on-travel-uncovering-the-statistics/#:~:text=Social%20media%20plays%20a%20significant,97%25%20of%20Millennials%20doing%20so.>

**WebFX. 2023. Social Media, Mobile, and Travel: Like, Tweet, and Share Your Way Across the Globe.**

<https://www.webfx.com/blog/social-media/social-media-mobile-travel/>

## Weiterführende Informationen

**HiJiffy. 2023. Ce que les clients d'hôtels veulent vraiment savoir – Les 50 questions les plus fréquentes de l'été 2023 [Étude gratuite].**

<https://www.hijiffy.com/fr/ressources/e-book/ce-que-les-clients-dhotels-veulent-vraiment-savoir-les-50-questions-les-plus-frequentes-de-lete-2023-etude-gratuite>

**HiJiffy. 2023. L'IA conversationnelle dans les hôtels : comment transformer l'ensemble du parcours client [E-book gratuit].**

<https://www.hijiffy.com/fr/ressources/e-book/lia-conversationnelle-dans-les-hotels-comment-transformer-lensemble-du-parcours-client-e-book-gratuit>

**HiJiffy. 2022. Pourquoi l'IA conversationnelle devient-elle une tendance dans l'hôtellerie ?**

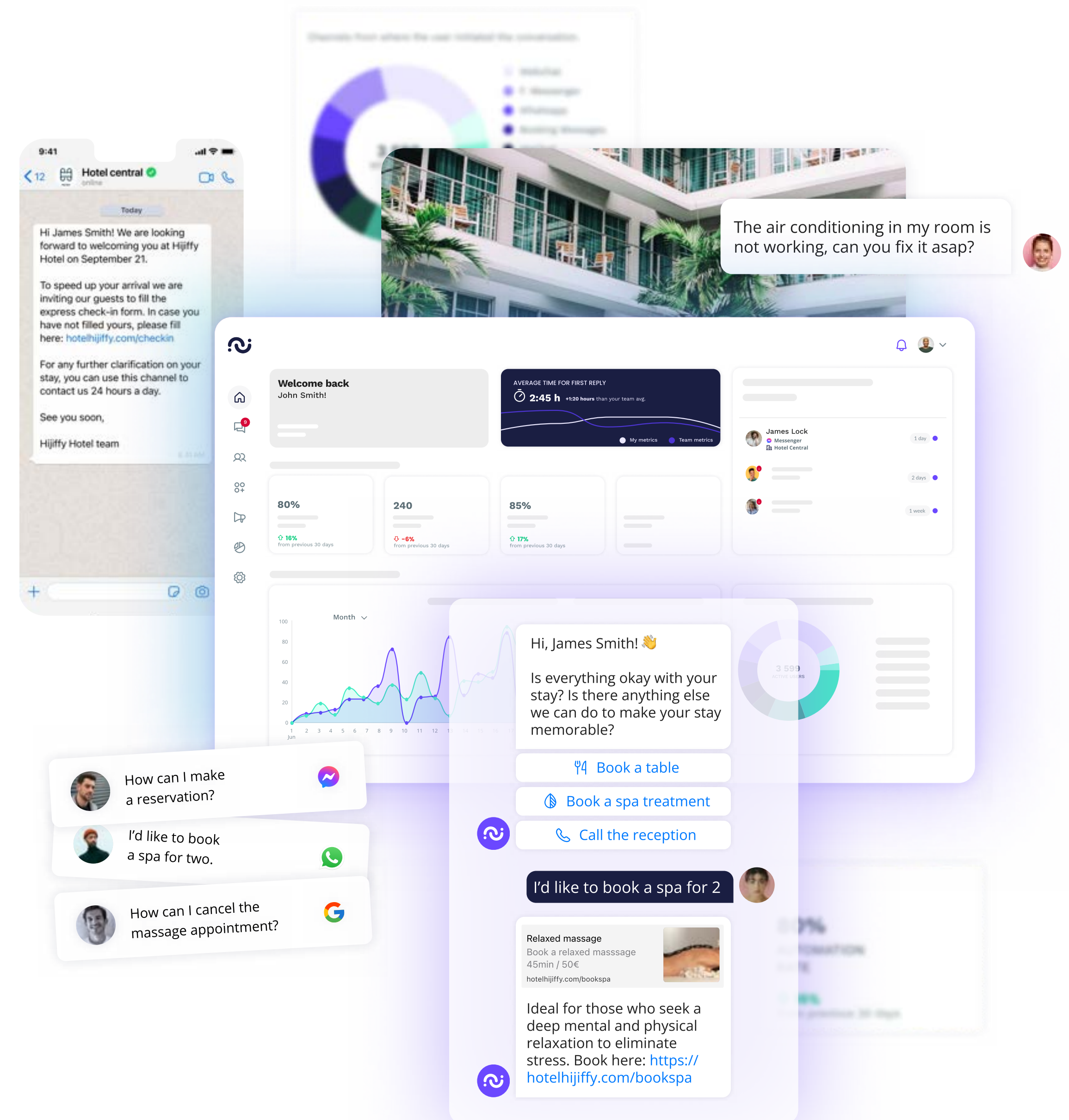
<https://www.hijiffy.com/fr/ressources/articles/ia-conversationnelle-tendance-dans-hotellerie>



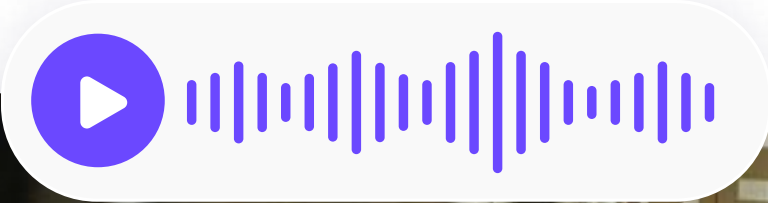
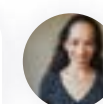
# Über HiJiffy

HiJiffy wurde im Jahre 2016 mit dem Ziel gegründet, **die fortschrittlichste Konversations-KI für die Hotellerie** zu entwickeln. Auf der Suche nach der idealen Verbindung zwischen Hotels und ihren Gästen, hat HiJiffy ein **leistungsstarkes Gästekommunikations-Hub** geschaffen.

Dank der firmeneigenen KI – **Aplysia OS** – ermöglicht HiJiffy Hoteliers, ihren **Umsatz** durch Direktbuchungen und Upselling zu steigern, während gleichzeitig **repetitive Aufgaben automatisiert** werden, um Betriebskosten zu senken und Personalmangel zu bewältigen.



I need to update my reservation



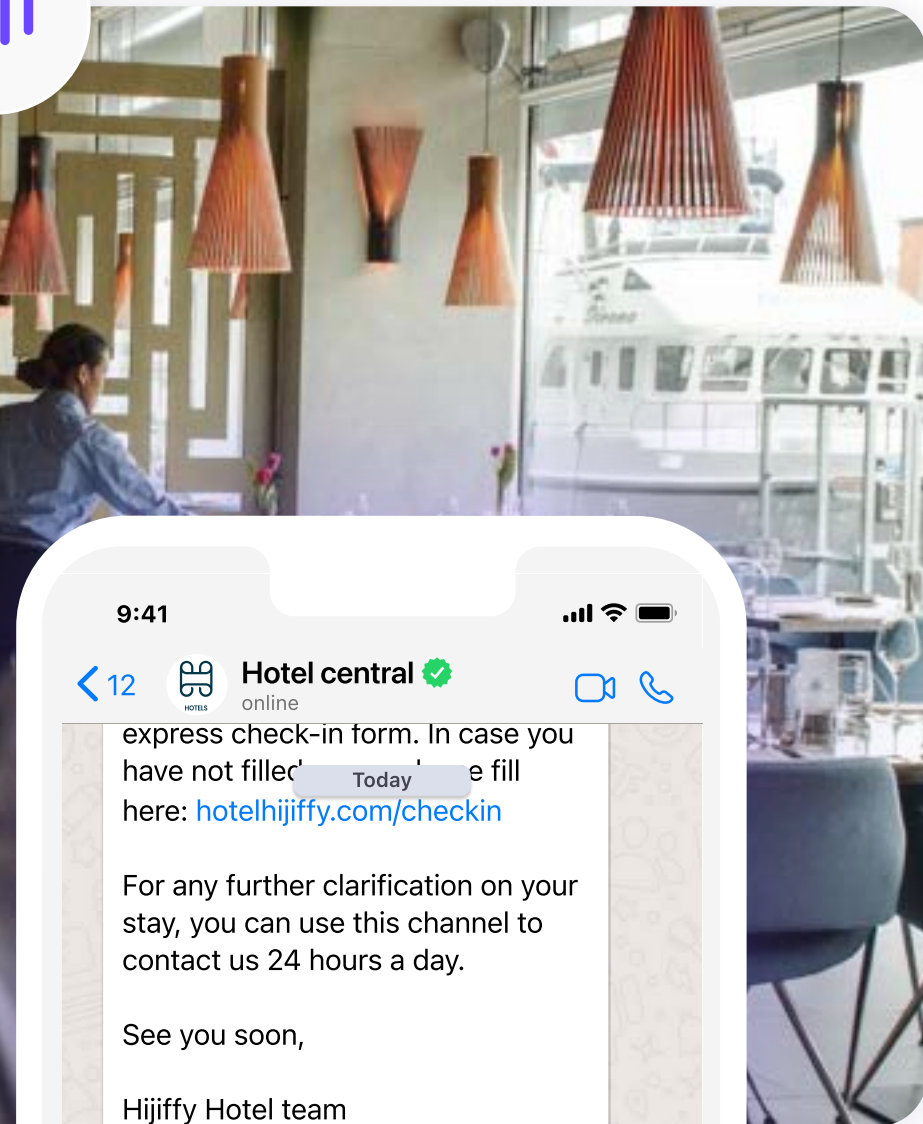
Seamless integrations

- GUESTCENTRIC ROIBACK
- MEWS EXPERIENCE
- Host planet
- Guestline sequoiasoft

50+ integrations

Hi, I'm in room 456, and I would like to have a king-size bed please.

こんにちは、456号室にいます。キングサイズのベッドをお願いします



9:41

Hotel central online

express check-in form. In case you have not filled it, please fill here: [hotelhijiffy.com/checkin](https://hotelhijiffy.com/checkin)

For any further clarification on your stay, you can use this channel to contact us 24 hours a day.

See you soon,

Hijiffy Hotel team

9:41 AM

0:17 9:41 AM ✓

0:17 9:41 AM ✓

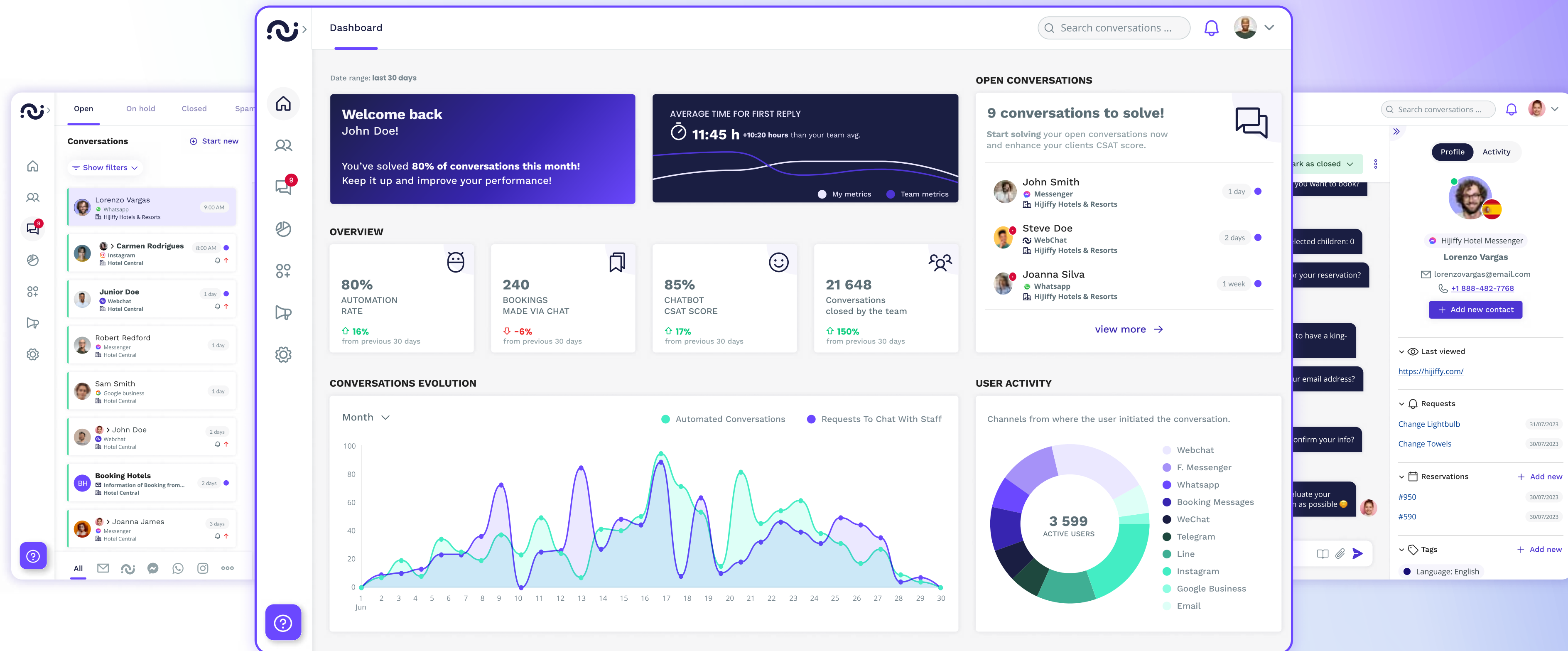
0:25 9:50 AM ✓

0:17 9:51 AM ✓

Im Jahr 2023 vertrauen mehr als 1.800 Hotels in über 50 Ländern auf die Omnichannel-Lösung von HiJiffy – der Gästekommunikations-Hub. HiJiffy vereint innovative Technologien wie selbstlernende KI, Stimmungsanalyse, Sprachassistentz, GPT-4 und vieles mehr, um die Gästekommunikation zu revolutionieren.



# Kundenerlebnis an einem Ort verwalten



**Zentralisieren, automatisieren** und **messen** Sie Ihre Kundenbetreuung und Kommunikation in einer einzigen leistungsstarken Plattform.

# Verbinden Sie sich mit uns

[info@hijiffy.com](mailto:info@hijiffy.com)

+351 21 123 0217

[hijiffy.com](https://hijiffy.com)



[Hotel Tech Report](#)

[#workatHiJiffy](#)

[Buchen Sie eine Demo](#)