



Influencer Marketing im mittelständischen Gastgewerbe

Eine kurze, interaktive Anleitung



Voraussetzungen schaffen - Die Planung

1. Zielgruppe festlegen*i*

- Wen spricht ihr Hotel genau an?
- Welche Hauptgruppen an Gästen bedienen Sie und welche kleinere Nebengruppen?

Planung ist ALLES. Wenn das Gerüst, steht kann der Rest langsam darauf aufgebaut werden. Hier gilt Qualität statt Quantität.

2. Ihren USP kennen*i*

- Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?
- Wofür steht Ihr Unternehmen und was macht es besonders?
- Was ist Ihre Business Mission?

3. Konkurrenzverhalten*i*

- Was macht Ihre unmittelbare Konkurrenz auf Social Media?
- Schauen Sie sich Beispiele von größeren Kettenhotels an, um einen Eindruck für einen gelungenen Social Media Auftritt zu erhalten

4. Corporate Design*i*

- Hat Ihr Unternehmen bereits ein Logo?
- Wie ist Ihre Internetseite gestaltet?
- Welche Farben finden sich in Ihrem Betrieb wieder?
- Halten Sie sich an dieses Design und verwenden Sie dieselben Farben oder Illustrationen

5. Budgetplanung*i*

- B2C Unternehmen, also auch Hotels sind mit 5-10% des Jahresumsatzes gut beraten
- Unternehmen mit einer Größe von 20-49 Mitarbeitern geben ca. 53.000€ für Marketing aus



i Klicken Sie auf das Symbol neben den Überschriften für weiterführende Informationen, Blogbeiträge etc. zu den jeweiligen Themen. Dies ist keine bezahlte Werbung.

Instagram Business Account innerhalb der App

Business Account anlegen

- Mit dem Business Account können Sie ab 100 Followern Ihre Zielgruppe in den Analytics sehen

Logo oder Bild vom Hotel

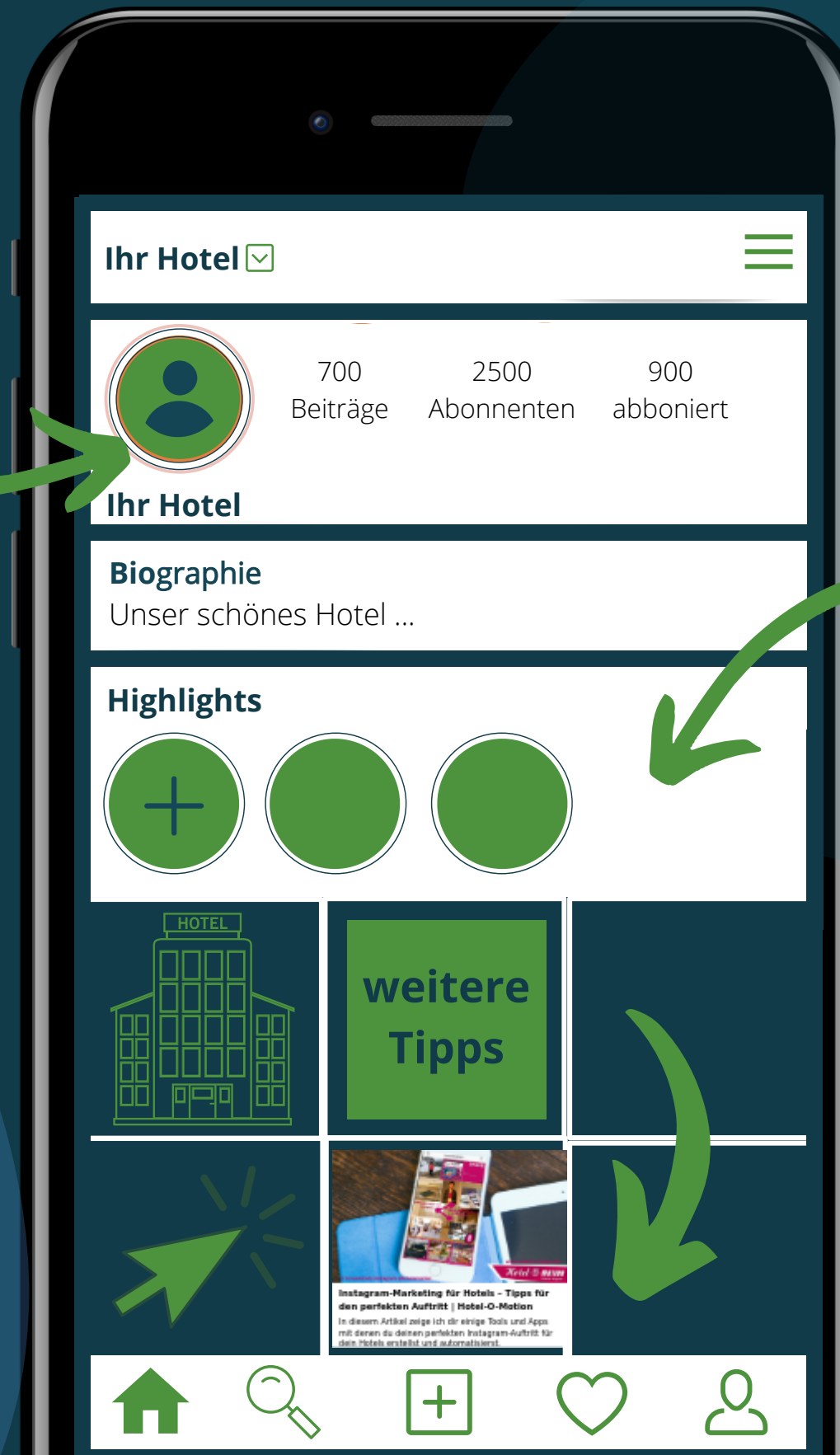
- kostenloses Designprogramm Canva 

Bio

- Hier stellen Sie Ihr Hotel kurz vor und verlinken Ihre Internetseite sowie Ihre Adresse
- Betonen Sie Ihren USP und Ihre Business Mission

Feed

- Der Feed sollte ansprechend, strukturiert und möglichst farblich stimmig aussehen
- Merke: Instagram ist eine Foto App, also für das Auge
- Sie können Ihre Posts/Stories mit Apps vorplanen und anordnen 



Story

- Versuchen Sie regelmäßig Storys zu posten
- Das können besondere Momente, spezielle Veranstaltungen etc. sein

Highlights

- Das sind Momente, die im Gegensatz zur Story gespeichert und thematisch geordnet werden können
- Speichern Sie hier also Storybeiträge oder speziellen Content wie z.B. Events

Reichweite

- Interagieren Sie mit ihren Gästen (Liken, kommentieren)
- FO Aufsteller: Wir sind auf Instagram!
- Gewinnspiele

Qualitative gute Fotos

- Legen Sie sich ein gutes Fotohandy zu (ein Handy für alles, Apps etc.)
- Bearbeiten Sie die Fotos ansprechend 

- Content ist King! Überlegen Sie sich ein spezielles Thema für Ihr Hotel
- Stellen Sie Ihr Hotel "instagramable" dar und seien Sie kreativ!





Wie findet man den passenden Influencer?

Fokussieren Sie sich auf Nano- und Micro-Influencer mit **einer** Reichweite von 1.000 bis 40.000 Followern

Geben Sie **Acht** auf Fake-Influencer, **erkennbar** anhand des Follower-Verhältnisses oder der Likes

Schauen Sie unter Ihren bereits aktiven Followern, ob Sie welche mit **min.** 1.000 Followern finden. Ihre Fans sind die besten Markenbotschafter!

Die Influencer können genau so gut Blogger mit ihrer eigenen Internetseite **sein** oder auch einem Youtube-Channel

Analysieren Sie das Profil und die anderen Kanäle sowie den Content. Passt alles zusammen und zu Ihnen?

Sie haben keine Zeit? Geben Sie **die Aufgabe als Projekt Ihren Azubis weiter** und stellen Sie ihnen die Unterlagen und vielleicht auch Weiterbildungen **zur Verfügung**. Sie werden sich über Ihr Vertrauen freuen. Eine Plattform zum Weiterbilden ist z.B. Udemy

Benutzen Sie Tools, um sich die Suche zu erleichtern und **begrenzen** Sie die Suche auf das Lokale und Regionale, oder Themen, wie wandern etc.

Denken Sie daran, wer Ihre Zielgruppe ist. Nicht der Influencer muss dieser **entsprechen**, sondern seine Follower

Auch Best Ager können durch Social Media erreicht werden und haben z.B. Enkel oder Kinder, **welche** zur Mundpropaganda **beitragen können**

Die Plattformen der Best Ager sind Facebook und Youtube

"Adults: Media use and attitudes report" 2019 zeigt, dass 58% der 55 bis 64-Jährigen ein Social Media Profil **besitzen**

Bauen Sie Kontakt zu dem Influencer auf und machen Sie sich einen ersten Eindruck

Wenn Sie das nötige Geld haben, können Sie eine Agentur beauftragen. Kennen Sie in Ihrer Umgebung Marketing-Agenturen? Sonst finden Sie hier eine **brachenführende Agentur**



Umsetzung Influencer Marketing



Nachdem Sie den passenden Influencer gefunden **ii** haben, ist der nächste Schritt eine Kampagne zu planen

Überlegen Sie sich, was Sie von dem Infleuncer erwarten

- **Was** soll er bewerben? Haben Sie z.B. ein neues Produkt, renoviert, eine besondere Attraktion? Lassen Sie z.B. ihr Hygienekonzept besonders betonen
- Beziehen Sie die Region mit ihren Sehenswürdigkeiten ein
- **Wie** soll der Influencer bewerben? Blogbeitrag schreiben, Bilder posten, eine Story machen? Eine Kampagne besteht aus mehreren Posts, Videos etc.
- **Warum** soll er bewerben, was bringt es dem Follower und was erhoffen Sie sich daraus? Schaffen Sie Attraktivität für potenzielle Kunden, Ihr Hotel zu besuchen z.B. durch Rabatte, Gutscheine oder Verlosungen unter den neuen Followern

Wie kann ich den Erfolg kontrollieren?



- Hierzu müssen vorab Vorkehrungen getroffen werden
- Je nachdem für welche Maßnahme der Evaluierung und des Trackings Sie sich entscheiden, müssen auch die technischen Voraussetzungen gegeben sein, z.B. bei Rabattcodes, die beim Buchungsprozess eingegeben werden können.
- Erfolge sind z.B. an neuen Followern direkt erkennbar. Im Kaufprozess - in diesem Fall Buchungsprozess - hat der Follower nun den Status eines potenziellen Kunden.
- In den oben verlinkten Artikeln werden ebenfalls Möglichkeiten zur Erfolgsmessung erwähnt. **ii**



Teilen Sie dem Influencer Ihre Vorstellung mit und tauschen Sie sich aus. Welche Ideen hat er selbst? Am Ende bleiben aber SIE der Auftraggeber, also müssen Sie wissen, was Sie wollen. Die Sympathie muss stimmen, sodass weitere Kooperationen in Zukunft stattfinden könnten.

Welche Entlohnung ist **ii** angemessen?

- Fokussieren Sie sich, wenn es um ein festes Entgelt geht, auf Nano Influencer, da Micro Influencer höhere Summen verlangen könnten.
- Wenn Sie eine Kampagne planen, sind Sie mit einem Nano Influencer gut beraten.
- Einzelne Postings für eine kostenlose Übernachtung als Gegenleistung können auch auf Micro Influencer zutreffen.
- Ihre Fans oder langjährigen Follower könnten Sie sogar freiwillig bewerben.

