



**MEETING  
MARKET**

by Expedia

MEETINGMARKET HANDBOOK

---

**TIPPS & IDEEN**  
**FÜR DIE ERFOLGREICHE**  
**EINFÜHRUNG IHRER**  
**MICE BOOKING ENGINE**





## Praxistipps und Ideen, wie Sie Ihren neuen MICE-Service erfolgreich einführen können.



Vielen Dank, dass Sie MeetingMarket by Expedia Ihr Vertrauen schenken.

Wenn die MICE Buchungsmaschine auf Ihrer Webseite implementiert ist, dann ist es Zeit, einen kleinen Marketing- und Kommunikationsplan zu erstellen, der Ihren Veranstaltungskunden den neuen, großartigen Onlinebuchungsservice vermittelt.



Basis dieses Marketingplans ist das Kaufprozess-Modell AIDAR, das darauf abzielt, Kunden nicht nur zu gewinnen, sondern nachhaltig aufzubauen.

**A = Awareness – Aufmerksamkeit:** Machen Sie Ihr Kunden auf den neuen Service aufmerksam. Das ist eine gute Nachricht für Ihre Kunden!

**I = Interest - Interesse:** Wecken Sie das Interesse des Kunden, indem Sie die Vorteile, wie Zeitersparnis und Flexibilität aufzeigen.

**D = Desire - Wunsch:** Wecken Sie den Wunsch es zu nutzen, indem Sie eine emotionale Komponente hinzufügen. Z.B. eine Erfolgsgeschichte eines Kunden.

**A = Action - Aktion:** Machen Sie Ihrem Kunden den ersten Schritt leicht, indem Sie z.B. die erste Buchung gemeinsam durchführen.

**R = Repeat - Wiederholung:** Machen Sie Ihre Kunden zu Wiederholungsbuchern, die immer gerne wieder zurück kommen.



Sehr gern unterstützen wir Sie in der Umsetzung Ihrer Maßnahmen. Und wir hören gerne, welche Erfahrungen Sie sammeln und welches Kunden-Feedback Sie erhalten.



## **8 wichtige Maßnahmen, Ihre neue MICE Buchungsmaschine zum Bestseller zu machen!**

**1**

**Machen Sie Ihre MICE Buchungsmaschine sichtbar und zugänglich auf Ihrer Website**

Tipp: Binden Sie das neue Preiskalender Widget auf Ihrer Website ein.

**2**

**Zeigen Sie allen Kollegen mit Kundenkontakt die neue Möglichkeit. Auch Ihr Rezeptionsteam kann am Wochenende ein schnelles Tagungsangebot versenden**

Tipp: Mit dem Angebotsgenerator kann man keinen Fehler machen.

**3**

**Senden Sie Newsletter an Ihre Veranstaltungsplaner und Firmenkunden**

Tipp: Gute Aufhänger sind: Tagungsraum in 2 Minuten gebucht. Oder: Ab sofort: Online sehen, ob Ihr Tagungsraum zum Wunschtermin frei ist.

**4**

**Teilen Sie Ihre News in den sozialen Netzwerken, um zusätzliche Reichweite zu erzielen**

Tipp: ein Screenshot der Buchungsmaschine verdeutlicht den Service. Tipp: Führen Sie auf eine Landing Page Ihrer Webseite, die den Prozess erklärt.

**5**

**Erstellen Sie Angebote mit dem Angebotsgenerator. Erklären Sie Ihren Kunden die Vorteile**

Tipp: Sie sparen direkt Zeit und der Kunde kann die Buchung selbst abschließen.

**6**

**Zeigen Sie Ihren Veranstaltungskunden in einem Workshop oder Webinar Ihre neue MICE Buchungsmaschine**

Tipp: Vielleicht nutzen Sie einen Teamviewer zur Erklärung.

**7**

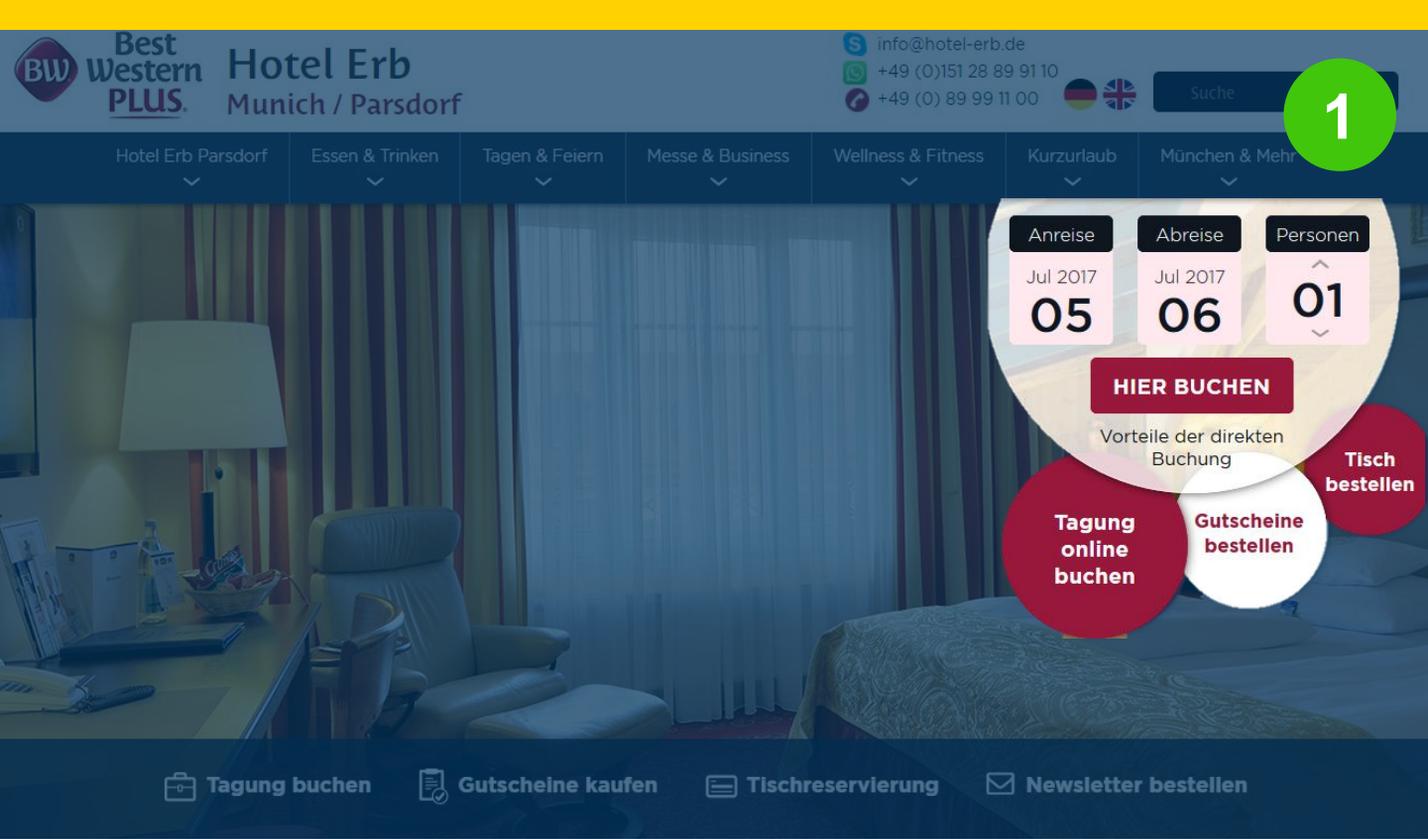
**Bewerben Sie Ihren neuen Service in allen bestehenden Kommunikationskanälen**

Tipp: In digitalen Medien verlinken Sie direkt in die Buchungsmaschine oder zum Preiskalender –Widget..

**8**

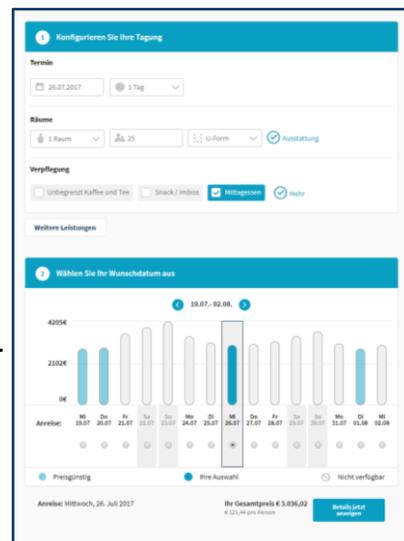
**Beeinflussen Sie die Kaufentscheidung Ihrer Kunden mit Rabatten, besonderen Add-Ons oder Gratisleistungen**

Tipp: Geben Sie Ihren Kunden auf die erste online Tagungsbuchung XX% Rabatt.



## Machen Sie Ihre MICE Buchungsmaschine sichtbar und zugänglich auf Ihrer Webseite

Binden Sie Ihre MICE Buchungsmaschine so auf Ihrer Website ein, dass ihre Kunden den Service ohne Suchen finden. Wo immer der Kunde sich über Ihr Tagungsangebot informiert, muss klar sein, wo es in den Buchungsweg geht.



### Preiskalender Widget einbinden

Mit dem neuen Preiskalender Widget können Ihre Kunden die Veranstaltung direkt auf Ihrer Hotelwebsite konfigurieren. Das Beste: Die Preise werden für +/- eine Woche kalkuliert. So sieht ihr Kunde direkt, welche Tage verfügbar sind und zu welchem Preis.



### Banner mit klaren Botschaften

In allen Bereichen des Tagungsangebotes führen sichtbare Banner in den Buchungsprozess. Unter jedem Tagungsraum, neben der Preiserläuterung und aus dem Anfrageformular.



### Nutzen Sie verschiedene Kaufeinstiege und Botschaften

Ein Besucher möchte vielleicht nur schnell wissen, ob ein Raum frei ist. Bieten Sie als **Linktext an: Ist der Raum frei? Hier prüfen**. Ein anderer Kunde soll für den Chef schnell herausfinden, was das 12 Personen Seminar kosten würde. **Linktext: Was kostet die ganze Tagung? Hier konfigurieren!**



## **Zeigen Sie allen Kollegen mit Kundenkontakt die neue Möglichkeit. Auch Ihr Rezeptionsteam kann am Wochenende ein schnelles Tagungsangebot versenden**



Ein Gast reist am Abend an und möchte wissen, ob er für morgen noch einen Besprechungsraum buchen kann? Kein Problem, Ihr Nachtportier kann es sofort herausfinden und den Raum mit Kosten bestätigen.



Am Samstag ruft ein Veranstaltungsplaner an und erfragt, ob es am Montag noch einen Raum für 6 Personen gibt? Die Kollegen an der Rezeption können es selbstständig prüfen, Auskunft geben und Angebot oder Bestätigung versenden.



Der Oberkellner zeigt einen Veranstaltungsraum und erklärt dem Kunden die neuen Vorteile der Onlinebuchbarkeit.



**Das funktioniert nur, wenn sich alle sicher fühlen und eine gute Schulung bekommen.**

## Senden Sie Newsletter an Ihre Veranstaltungsplaner und Firmenkunden

-  Newsletter sind besonders erfolgreich, wenn man die Zielgruppe genau definiert und eine überzeugende Botschaft hat. Stellen Sie Ihren Firmen & Veranstaltungskunden der letzten 2 Jahre Ihren neuen Service vor. Vergessen Sie nicht auch Kontakte anzuschreiben, die Veranstaltungen angefragt aber nicht gebucht haben.
-  Nehmen Sie das Thema MICE Echtzeitbuchung immer wieder in Ihren Newslettern an Corporate- & Tagungskunden auf. Dabei können Sie die Inhalte Ihrer Nachrichten immer wieder verändern. Unten finden Sie ein Beispiel, wie Sie Ihre Newsletter-Kampagne über eine längere Laufzeit aufbauen können:

Mailing 1: **„Tagungen online buchen – neuer Service in unserem Hotel“**

Mailing 2: **„5 Gründe warum Sie unsere MICE Buchungsmaschine lieben werden“**

- Einfache Veranstaltungskonfiguration
- Direkte Preisauskunft
- Automatische Verfügbarkeitsprüfung
- Super schnell: In 5 Minuten gebucht.
- 24/7 für Sie da – auch an Weihnachten

Mailing 3: **„Veranstaltungen online konfigurieren und buchen – so geht’s“**

- Erklären Sie Ihren Kunden wie diese selbstständig buchen können. Toll ist hierfür ein einfaches Erklärvideo.

Mailing 4: **„Gratis Kaffeepause für Ihre Tagung“**

- Kaufanreiz für MICE Online Buchung schaffen

-  Idealerweise stellen Sie diese Inhalte auf einer eigenen MICE Rubrik auf Ihrer Wesbite zur Verfügung. Siehe Seite 6.

## Teilen Sie Ihre News in den sozialen Netzwerken, um zusätzliche Reichweite zu erzielen.

Teilen Sie die gute Nachricht in den Social Media Kanälen, in denen Sie bereits aktiv sind. Beachten Sie dabei die Eigenheiten des jeweiligen Social-Media Kanals. Emotionale und lustige Themen sowie Beiträge mit Bildern erhalten meistens mehr Reichweite als rein textbasierte Postings.

Wir empfehlen Ihnen folgende Vorgehensweise:



### 1. Gestalten Sie eine Landing Page auf Ihrer Webseite.

Erklären Sie auf dieser Seite, welche Vorteile Ihre Kunden von der neuen Onlinebuchbarkeit von Tagungen, Seminaren, Workshops haben.

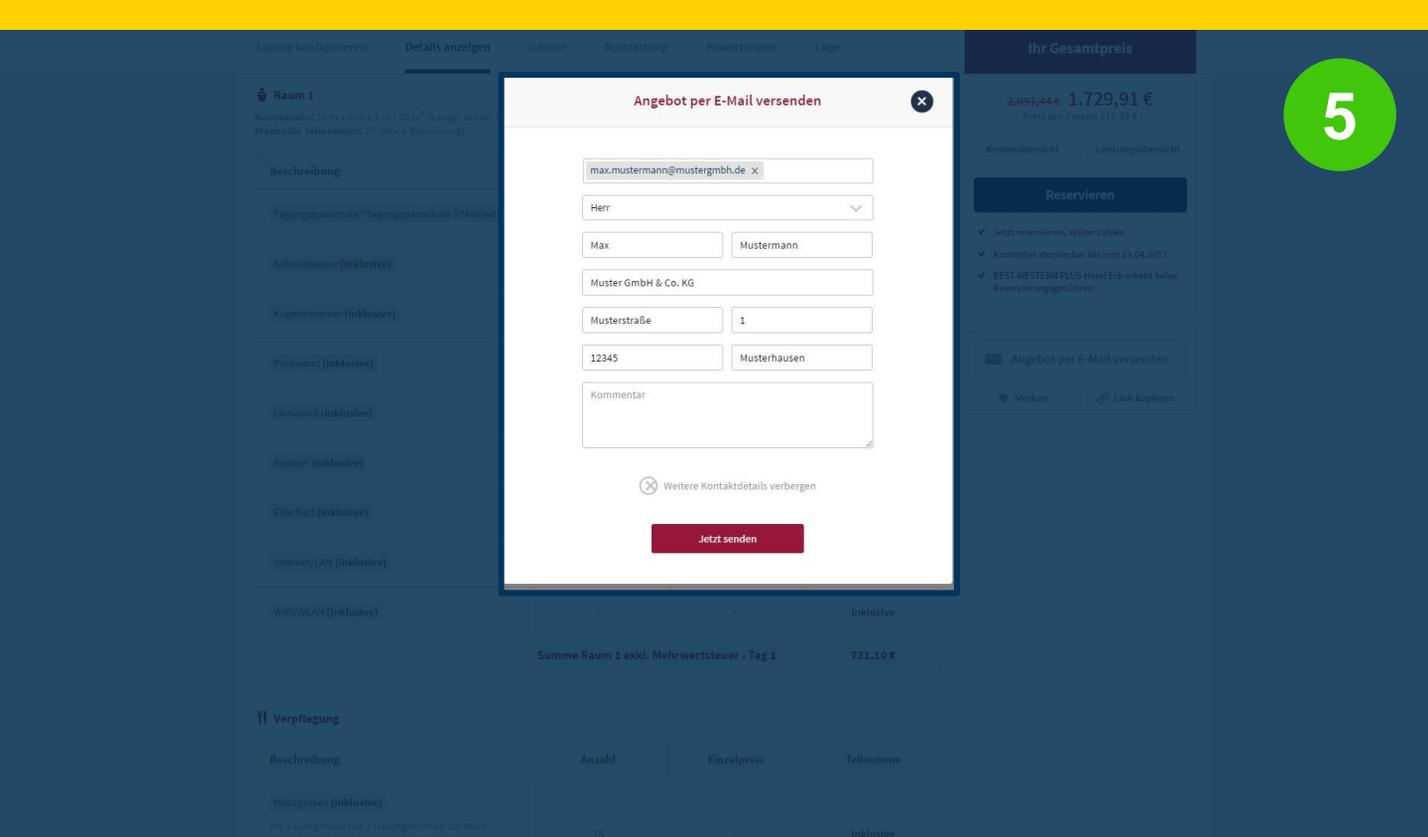
- Einfache Veranstaltungskonfiguration
- Direkte Preisauskunft
- Automatische Verfügbarkeitsprüfung
- Super schnell: In 5 Minuten gebucht.
- 24/7 für Sie da – auch an Weihnachten

Natürlich verlinken Sie von dieser Seite auf ihr Preiskalender Widget oder ihre MICE Buchungsmaschine.



### 2. Teilen Sie die Seite auf Ihren Social Media Kanälen

Nutzen Sie unterschiedliche Meldungen, um Ihren Followern verschiedenste Gründe zu bieten, Ihre Info-Seite und Ihre Buchungsmaschine zu nutzen. Hierzu können Sie sich z.B. an den oben aufgeführten Aussagen orientieren.



## Erstellen Sie Angebote mit dem Angebotsgenerator. Erklären Sie Ihren Kunden die Vorteile.

Direkte Tagungsanfragen mit einem webbasierten Angebot aus dem Angebotsgenerator zu beantworten, ist der effektivste Weg, sofort einen Nutzen aus Ihrer neuen MICE Software zu ziehen. Gleichzeitig bringen Sie Ihren Kunden auch Ihre MICE Buchungsmaschine näher, da der Kunde die Buchung hier abschließt.



### Definieren Sie für Ihr Haus die Art der Anfragen, die Sie ab sofort webbasiert anbieten wollen.

Ideal sind die Standardanfragen mit ein bis zwei Räumen, 10 Zimmern, einem Lunch und zwei Kaffeepausen. Legen Sie fest, bei welcher Art von Anfrage der Angebotsgenerator genutzt werden muss. Beispiel:

- Gruppen bis 30 Personen
- max. 3 Tage
- max. 2 Räume



### Schulen Sie Ihre Mitarbeiter

Erläutern Sie Ihrem Team, welche Vorteile es durch die Nutzung des Angebotsgenerators hat. Erklären Sie, aus welchen Komponenten der Angebotsgenerator seine Preise zieht. Begleiten Sie die ersten Anfragen und zeigen Sie, wie einfach ein Angebot mit dem Angebotsgenerator erstellt wird.



### Messen Sie Ihren Erfolg durch Angebotsgenerator

Wieviel Zeit können Sie einsparen? Wie entwickelt sich die Erfolgsquote von Anfrage zu Buchung? Wieviel % Ihrer Anfragen können Sie automatisiert beantworten? Wie reagieren Ihre Kunden auf den schnellen Service?



Unsere Software wird stetig weiterentwickelt. Sollte Ihnen auffallen, dass Ihnen wichtige Funktionen des Angebotsgenerators fehlen, lassen Sie es das MeetingMarket Team wissen!



## Zeigen Sie Ihren Veranstaltungskunden in einem Workshop oder Webinar Ihre neue MICE Buchungsmaschine

Nutzen Sie eine persönliche Demonstration Ihrer MICE Buchungsmaschine vor Ihre Kunden dazu, Vorteile für Ihre Kunden herauszustellen und Schritt für Schritt zu erläutern, wie einfach und schnell Ihre Kunden Veranstaltungen selbstständig konfigurieren und direkt buchen können.



### Informieren Sie Ihren Kunden über diese Vorteile:

- Sie müssen uns nicht mehr anrufen, wenn Sie wissen möchten, ob ein Raum frei ist.
- So prüfen Sie Preise für Tagungen mit oder ohne Zimmer in wenigen Minuten.
- Ihre erste Tagungs-Onlinebuchung belohnen wir mit einem Geschenk/Rabatt.
- Schnell einen Sektempfang dazu buchen? Kein Problem in unserer Tagungs-Buchungsmaschine.
- Warum seitenlange Tagungsverträge unnötig sind.



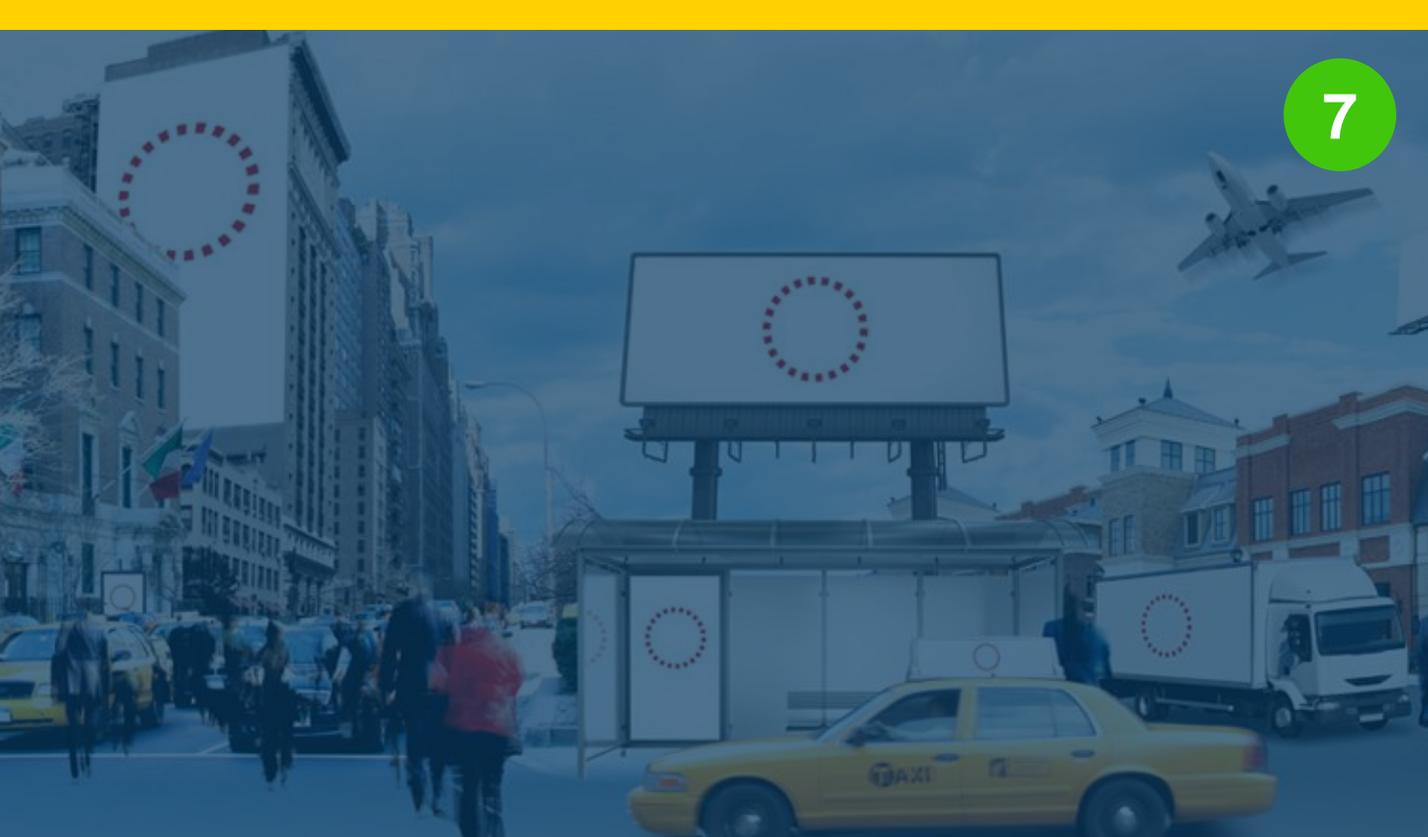
### Zeigen Sie wie es geht

- Senden Sie den Link zur Onlinebuchung per Mail
- Besonders innovative Teams laden zu einer Teamviewer Sitzung ein
- Profis produzieren ein Webinar, z.B. mit [Webinaris.com](https://www.webinaris.com) und senden den Link dazu zum Kunden → [schönes Beispiel der Arcona Hotels](#)



### Bereiten Sie sich und Ihr Team auf unterschiedliche Reaktionen vor:

- Endlich. Wurde auch Zeit!
- Toll, probiere ich gleich mal aus!
- Was? Das soll ich jetzt auch noch selber machen?



## Bewerben Sie den neuen Service in allen bestehenden Kommunikationskanälen

Nutzen Sie alle Ihnen zur Verfügung stehenden Kommunikationsmittel und –kanäle um Ihren neuen Service zu bewerben. Wiederholen Sie sich ruhig, denn Ihre Kunden haben eventuell ganz falsche Bilder im Kopf, wenn sie hören: Tagung online buchen. Mehr als 20 Jahre wurden damit Anfrageformulare und RFP – Prozesse beworben.



### Im Hotel

Aufsteller im Tagungsraum. Information auf Tischsets in Tagungsrestaurants. Durch Push-Nachrichten an Trainer und Tagungsleiter über digitale Gästeinformationen (Suite Pad, Room Pad, Betterspace etc.)



### Schriftliche Kommunikation: E-Mail-Signatur, Angebote, Rechnungen

Einmal eingerichtet, erfährt Ihr Kunde in allen schriftlichen Kontaktpunkten, dass es einen neuen Service gibt. Dass Sie innovativ sind. Dass Sie effizient arbeiten. Am besten ist der direkte Link zum Preiskalender oder zu Ihrer MICE Buchungsmaschine.



### Messen, Anzeigen, Werbebriefe, Hausbesichtigungen

Überall dort, wo Sie über Ihr Tagungsangebot “sprechen” können Sie Ihren neuen Service hervorheben – z.B. mit einem kleinen Einklinker auf Ihrem Anzeigenmotiv.



### Für Profis: AdWords Kampagnen für Ihre Tagungsangebote

Nutzen Sie gezielte Suchmaschinen-Werbung, um auf Ihre Tagungsangebote inkl. Ihres innovativen Services hinzuweisen und gezielt Suchmaschinen-Nutzer auf Ihre Website zu locken. Hinweis: Lassen Sie sich gut beraten. Mit AdWords kann man auch viel Geld verbrennen.



## **Beeinflussen Sie die Kaufentscheidung Ihrer Kunden mit Rabatten, besonderen Add-Ons oder Gratisleistungen.**

Oft braucht es nicht viel, um die Schwelle von “wollen” zu “handeln” zu überschreiten. Eine Sonderangebot mit rabattiertem Preis ist ein wirksamer Hebel. Doch auch mit einer kleinen Belohnung in Form eines kostenlosen Add-Ons können Sie recht kostengünstig wirksame Kaufanreize schaffen.



Add-Ons können sein:

- Kostenfreier Kaffee für alle bei Ankunft
- Sektempfang auf Kosten des Hauses bei Tagungsende
- Upgrade für den Tagungsleiter
- Parken ist für die Teilnehmer kostenlos
- Ein Picknick-Paket bei Abreise für alle

## Feedback erwünscht

Wir hoffen, Ihnen mit diesem kleinen Handbuch gute und einfach umsetzbare Tipps und Anregungen zur erfolgreichen Bewerbung Ihrer MICE Buchungsmaschine gegeben zu haben.

Genau wie unsere Software entwickeln wir auch unsere Tipps und Handbücher fortlaufend weiter. Daher freuen wir uns auf Ihr Feedback, Ihre Erfahrungen und Anregungen, die Sie mit anderen Hoteliers teilen möchten. Kommen Sie einfach auf uns zu. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

## MICE to Meet You. Please Get in Touch.

### Expedia.com Ltd

The Angel Building  
407 St John Street  
London EC1V 4EX, UK



### Martin Munk

Head of Brand Communication MICE & Groups  
E-Mail: [mm@meetingmarket.de](mailto:mm@meetingmarket.de)  
Phone: +49 (0)761 217 153 017