

Kennzahlen im Bereich Online-Marketing, E-Commerce & CRM

Eine der Besonderheiten im Bereich Online-Marketing & E-Commerce, sowohl in positiver als auch negativer Hinsicht, ist, dass jede Aktion und deren Erfolg oder eben Misserfolg durch die Messbarkeit direkt sichtbar wird.

Aus diesem Grund sind Kennzahlen im Online-Marketing und E-Commerce von entscheidender Bedeutung, da sie objektive Einblicke in die Performance von Marketingmaßnahmen bieten. Sie ermöglichen es, den Erfolg, die Effektivität und den ROI zu messen und zu analysieren. Dabei gilt es zu beachten, dass generierte Buchungen im E-Commerce nicht unbedingt direkt mit den letztendlichen On-The-Books Buchungen im Hotel übereinstimmen. Weiterhin ist nicht immer definiert, mit welcher Lead-Time die E-Commerce Buchungen über die eigenen Kanäle getätigt werden und somit den direkten Umsatz im betrachteten Zeitraum beeinflussen.

Die E-Commerce-Kennzahlen helfen jedoch Marketingleitern und Geschäftsinhabern zu verstehen, wie gut ihre Online-Marketingstrategien funktionieren, welche Kanäle am effektivsten sind und welche Optimierungen vorgenommen werden müssen. Sie ermöglichen auch die Identifikation von Trends, Verhaltensmustern der Kunden und potenziellen Engpässen im Buchungsprozess.

Das Verständnis von KPIs hilft bei der Anpassung von Marketingstrategien in Echtzeit, um die Marketingeffizienz zu steigern und Ressourcen effektiv zu nutzen. Zudem können KPIs helfen, die Diskrepanz zwischen Online-Buchungen und tatsächlichen Hotelbuchungen zu verstehen, die durch Stornierungen, No-Shows und andere Faktoren entstehen können. Dies ermöglicht eine präzisere Budgetplanung und Strategieentwicklung für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung im E-Commerce und im Hotelbetrieb.

Im Bereich CRM werden weitere Kennzahlen und Faktoren wie individuelles Kundenverhalten, Ressourcenallokation, Identifizierung von Trends & Chancen sowie die Agilität des eigenen Unternehmens gemessen und mit dem Ziel analysiert eine langfristige Beziehung zu ihren Kunden aufzubauen und zu pflegen.

Die Kombination der Kennzahlen aus beiden Schwerpunktbereichen ermöglicht es Marketingverantwortlichen und Geschäftsinhabern die notwendigen Einblicke und Auswertungsmöglichkeiten zu erhalten, um mit ihrem Hotel langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, Kundenbedürfnisse zu verstehen und eine effektive und erfolgreiche Gesamt-Marketing-Strategie zu entwickeln und kontinuierlich auszubauen.