

DAS ANDERE EREDIN HOLLAND



INTERREG V A Project
"Grenzeloze Toeristische Innovatie" (GTI)

FACTSHEET 2 ONLINE MARKETING IN DUITSLAND

GTI
ACADEMIE

FEITEN

→ Top 5 travel agencies Duitsland

- 1 Ab-in-den-Urlaub.de
- 2 Expedia.de
- 3 Booking.com
- 4 HolidayCheck.de
- 5 Opodo.de

Net buiten de top 5: Facebook en Google. Kijk ook naar de beoordelingen op Facebook!

→ Wat inspireert Duitsers voor een vakantie?

- Hoe ziet het er daar uit? **55%**
- Wat is daar te beleven? **44%**
- Hoe leeft de bevolking daar (tradities en cultuur)? **41%**

→ Wie inspireert Duitsers voor een vakantie?

- 89%** Vrienden en familie
- 45%** Toeristische bedrijven
- 7%** Social influencers, YouTubers, Bloggers

→ Online boekingen



van de vakanties ... worden online geboekt

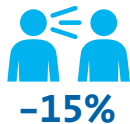


van de pakketreizen

→ Meer online, minder persoonlijk. In 10 jaar...



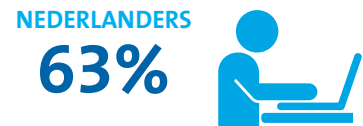
online boekingen



persoonlijk gesprek

VERSCHILLEN IN ZOEKGEDRAG TUSSEN DUITSERS EN NEDERLANDERS

Percentage dat vóór het boeken **alleen online** heeft gezocht...



Wie zoekt vóór zijn boeking naar **reviews, beoordelingen en adviezen**...



Wie zoekt voor zijn boeking naar **aanbiedingen, coupons en acties**...



→ Hoewel Duitsers meestal niet op zoek zijn naar kortingen, laat 31,8% zich er toch door beïnvloeden

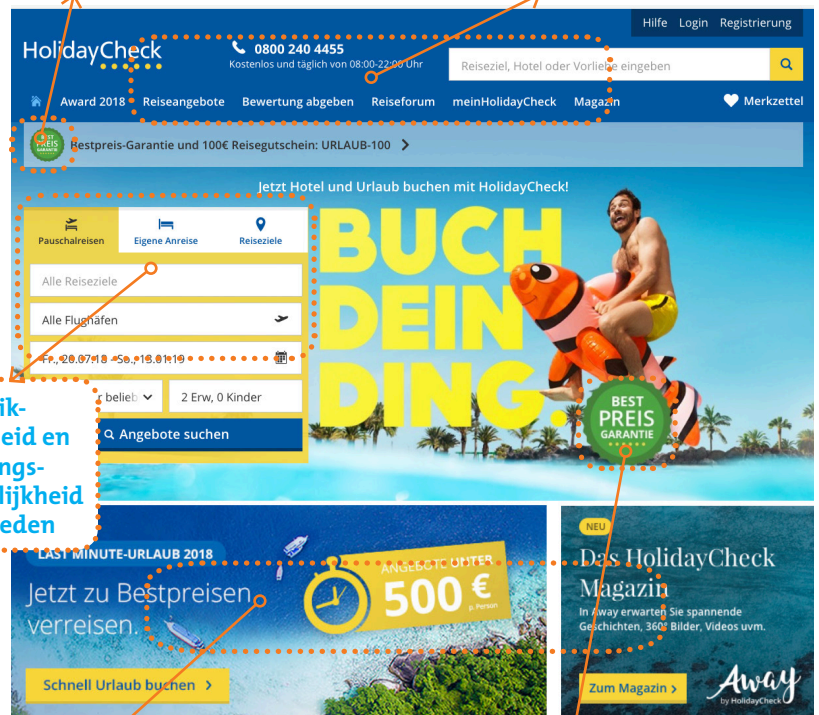
HOE ZIET EEN GOEDE WEBSITE VOOR DE DUITSE MARKT ERUIT (VOORBEELD: HOLIDAYCHECK.DE)?

Call-to-Action Button

Oproep tot actie (boeking, koop tickets, inschrijving nieuwsbrief, ...). Niet zo nadrukkelijk aanwezig als op de NL-site.

Overzichtelijke navigatie en rustige lay-out

De lay-out van de Duitse website en landingspagina's rustig, duidelijk navigeerbaar en overzichtelijk vormgeven. Heldere titels, ondertitels en opsommingen in een klassiek design worden gewaardeerd.



Beschikbaarheid en boekingsmogelijkheid aanbieden

Inspirerende beelden

Grote, professionele foto's en video's die het aanbod in een oogopslag tonen. Regelmatig verversen en rekening houden met de seizoenen.

Vertrouwen uitstralen

Duitsers zijn over het algemeen kritischer en vooraf beter geïnformeerd. Awards, beoordelingen, betalingsmogelijkheden en kwaliteitskeurmerken prominent op de website plaatsen.

TIPS & TRENDS

GOED OM TE WETEN

- Sociale bewijskracht: Slechts 14% vertrouwt de mening van een bedrijf. **70% vertrouwt de mening van anderen**. Laat dus meningen van “echte mensen” zien. Duitsers focussen op kwaliteit. Verzamel goede Duitse reviews en laat ze zien op je Duitse website.
- Vertrouwen en **prijs/prestatie-verhouding** zijn doorslaggevende argumenten voor Duitse gasten.
- Duitsers zijn kritisch! Garanties worden letterlijk genomen. Zorg dus dat je **alle beloftes waar maakt**.
- Veel Duitsers maken gebruik van **Ad blocking**. Houd er rekening mee bij de opzet van zoekmachinecampagnes. Displaycampagnes zijn vaak minder succesvol.
- Duitsers zijn geen kopie van Nederlanders! Benader Duitsers als een **aparte doelgroep**:
 - Eigen website
 - Eigen online marketing kanalen
 - Eigen social mediaVerplaats je in de positie van de Duitse gast en bekijk jouw product vanuit dat oogpunt.
- Tips voor een **Duitse website**:
 - Foutloos, zonder spelfouten (dus geen Google Translate)
 - Niet 1-op-1 vertalen maar herschrijven
 - Relevante content
- Belangrijkste **Online Marketing mogelijkheden** in Duitsland
 - SEO/SEA
 - Review-websites (HolidayCheck, Tripadvisor, Campinginfo)
 - Affiliate Marketing
 - E-Mail Marketing
 - Social Media

DO'S AND DON'TS

- Duitsers zijn gevoelig voor autoriteit. **Straal vertrouwen uit** en wees de expert!
 - Plaats keurmerken
 - Toon brancheorganisatie-logo's
 - Toon logo's betaalmethodes, maar let erop dat de betaalmethode ook vanuit Duitsland toegankelijk is en werkt.
- Kweek het gevoel van **schaarste!** Iets verliezen doet meer pijn dan winnen.
- **Sympathie**
 - Maak het persoonlijk
 - Een echte “Over ons” pagina
 - Mensen willen kopen van mensen
 - Alleen echte foto's, geen stock.
- **Usability**
 - De site moet geen vragen oproepen
 - Geen jargon gebruiken
 - Je moet kunnen boeken!
- Let op! **Verplichtingen** voor een Duitse website
 - Volledige contactgegevens/impressum
 - Privacy verklaring
 - Algemene voorwaarden
 - Social media plugins
 - Juridisch laten controleren
 - Tip voor het colofon: maak het zo persoonlijk mogelijk. Dat geeft vertrouwen.
 - Wat gebeurt er met de data van de bezoeker?
- **Check regelmatig uw website** of hij aan de eisen voldoet:
 - Google Mobile Check: <http://bit.ly/GTI-Tipp8>
 - Google Page Speed: <http://GTI-Tipp6>
 - Google Structured data: <http://GTI-Tipp7>

TRENDS

- MOBILE FIRST** Het gebruik van de desktop-pc is op zijn retour ten gunste van mobiele apparaten. Toeristische websites worden vaker met de smartphone of tablet bezocht dan vanaf een computer. Zorg dus voor een **responsive** website.
- CONTENT MARKETING** Informatieve, actuele, adviserende en onderhoudende inhoud die antwoord geeft op de zoekwoorden wordt steeds belangrijker. Steekwoorden: **inspiratie - storytelling - relevantie - meerwaarde**.
- VIDEO'S** Het aandeel dagelijkse video-kijkers op internet is de laatste twee jaar in Duitsland verdubbeld. **86% kijkt online video's**. Maak voor speciale doelgroepen aparte video's en neem ze op in de website.
- AUGMENTED REALTY** Ontwikkelingen als Google Glass maken het mogelijk onze **omgeving op andere manieren online te tonen**. Extra kansen voor de toeristische sector.