

Touchpoint Marketing

VERONIQUE KELLER, Fachstelle Paralandwirtschaft & Hauswirtschaft

Das Jahr neigt sich dem Ende zu und schon bald steht die neue Saison vor der Tür. Jetzt ist der ideale Zeitpunkt um sich mit dem Marketing seines Produktes auseinanderzusetzen. Mit Touchpoint Marketing berühren Sie Ihre Gäste bei jeder Marketingmassnahme.

In Zeiten der individualisierten Qualität und des immer (noch) wachsenden Angebots fällt es Ihren Gästen/Kunden zunehmend schwerer, sich für das richtige Produkt bzw. den Hof zu entscheiden. Vor allem, wenn sie zuvor noch nie bei Ihnen waren. Vor dieser Herausforderung stehen Sie als Marketing-Profi jeden Tag. Doch wie kann das Touchpoint Marketing dabei weiterhelfen?



Quelle: www.tourismfastforward.com

Sie kennen alle die 6 Phasen der Customer Journey (Reise des Kunden):

Die Phasen 1-6 durchläuft der Kunde vor und nach der Entscheidung bei Ihnen ein Produkt zu kaufen oder auf dem Hof Ferien zu verbringen.

Nun ist es Ihre Aufgabe im Marketing, entlang dieser 6 Phasen Ihre zukünftigen Gäste / Kunden bereits in der Kommunikation zu „berühren“. Wie gelingt Ihnen das?

Zuerst müssen Sie natürlich Ihre Zielgruppen und Wunsch-Zielgruppen kennen, denn Sie müssen wissen, wie Ihre Gäste ticken und an welchen „Kontaktpunkten“ Sie Ihre Gäste antreffen bzw. abholen können.

Phase 1: Suchen und inspirieren

In dieser Phase suchen Ihre Gäste/Kunden aktiv nach Informationen. Ihr Betrieb sollte daher auf all jenen Kanälen (Facebook, Instagram, Pinterest etc.) vertreten sein, auf denen sich auch Ihre Gäste „befinden“. Vermitteln Sie **berührende, inspirierende Informationen** in Form von Texten, Bildern und Videos.

Phase 2: Entdecken und planen

Ihre Gäste/Kunden haben bereits eine erste Entscheidung für Ihren Betrieb getroffen. Nun suchen Sie nach **emotional berührenden Erlebnissen**, die die Lust auf Urlaub oder Einkauf bei Ihnen verstärken bzw. die Lust machen „selbst erlebt“ zu werden. Eine ansprechende Website, mit z.B. schönen Bildern kann helfen.

Phase 3: Buchen

Jetzt ist die Entscheidung für Sie gefallen und Ihre Gäste haben gebucht. Mit der Entscheidung für Sie haben sich Ihre Gäste **gegen all die anderen Urlaubsangebote und Einkaufsmöglichkeiten** entschieden. **Beglückwünschen Sie Ihre Gäste/Kunden** zu dieser Entscheidung und überlegen Sie, wie ein berührender Marketing Touchpoint in diesem wichtigen Moment aussehen könnte. Ein möglicher Touchpoint kann eine schriftliche Danksagung sein oder beim Einkauf ein kleines Geschenk.

Phase 4: Ergänzen und verbessern

Machen Sie es wie das „Werbewunder Weihnachten“. Kein anderer Tag schafft es, die Menschen in eine so umfassende Vorfreude zu versetzen wie das Christkind bzw. der Weihnachtsmann. Schüren Sie berührende Vorfreude, schaffen Sie bereits Beziehung mit Ihren Marketingmassnahmen zwischen dem Moment der Buchung und dem Moment des Ankommens. Die Kunden können z.B auf Blogs, Website, GoogleMaps sich vorgängig bereits einen ersten Eindruck von ihrem Hof verschaffen. Dies schafft Sicherheit und ein sicherer Kunde konsumiert mehr.

Phase 5: Erleben

In dieser Phase der Customer Journey treten unter anderem die Inhouse-Werbemittel für das Cross-Selling (Querverkauf, Zusatzverkauf) auf den „Plan“. Möchten Sie Ihren Gästen noch besondere Erlebnisse vermitteln? Überlegen Sie, ob dies bereits **auf eine berührende Art und Weise** passiert oder ob „bereits Informationen aufliegen“, die der Gast durchblättern kann.

Phase 6: Reflektieren

Der letzte Eindruck bleibt – und der „**Highlight**“-Moment desurlaubes oder Einkaufs. Je intensiver diese Erlebnisse sind, **desto länger bleiben Sie im Gedächtnis** Ihrer Gäste/Kunden. Helfen Sie gerne auch mit berührenden „Erinnerungen“ in dieser längsten Phase der Customer Journey nach. Sie können den Kunden mit einem Newsletter, Blog oder WhatsApp Nachrichten immer wieder auf Ihren Hof aufmerksam machen.

Fazit:

Alle Informationen und Emotionen die Sie auf Ihrer Website, Ihren Social-Media-Kanälen, in Ihrem Newsletter, in Ihren Werbemitteln, mit Ihren Merchandising-Artikeln, im Rahmen einer Kooperation und bei Ihren PR-Artikeln vermitteln, sollten ab heute Ihre Gäste an jeder Stelle der „Kundenreise“ berühren. So berühren, dass ein gutes Gefühl bei Ihren Gästen entsteht.