

Für mehr Buchungen und weniger Zeit am PC | eine Schritt-für - Schritt Anleitung



Ein detaillierter Plan, der dir zeigt, wie du mehr direkte Buchungen generierst, weniger Zeit am PC verbringst und Plattformen wie booking.com für deine Sichtbarkeit nutzt.

Inhalt

Einleitung	3
Die Grundlagen der direkten Buchungen	4
Optimierung der Website für direkte Buchungen	5
Nutzung von Plattformen für mehr Sichtbarkeit	10
Automatisierung und optimierte Prozesse	12
Kundenbindung und Zufriedenheit	15
Fazit	16

Einleitung

Willkommen zu deiner Schritt-für-Schritt- Anleitung! Diese Anleitung zeigt dir, wie du mehr direkte Buchungen generierst, weniger Zeit am PC verbringst und Online-Reiseportale (OTAs) wie booking.com strategisch für deine Sichtbarkeit nutzt.

Direkte Buchungen sind der Schlüssel zu mehr Unabhängigkeit und höheren Gewinnen. Mit den richtigen Maßnahmen kannst du deine Gäste direkt auf deine Website lenken, ohne hohe Provisionen an Drittanbieter zahlen zu müssen. In den nächsten Kapiteln erhältst du bewährte Tipps und Strategien, die du sofort umsetzen kannst.

Lass uns loslegen!

Kapitel 1: Die Grundlagen der direkten Buchungen

Warum sind direkte Buchungen so wichtig?

Direkte Buchungen bedeuten:

- Keine Provisionen an Online-Plattformen wie booking.com – mehr Umsatz für dich.
- Direkter Kundenkontakt – du bestimmst die Kommunikation, keine Mail-Adressen von Drittanbietern wie booking.com
- Volle Kontrolle über Preise, Verfügbarkeiten und Bedingungen.

Gäste bevorzugen häufig eine Buchung direkt beim Gastgeber, wenn sie einen echten Mehrwert erkennen und der Gastgeber es ihnen leicht macht. Deine Aufgabe ist es, ihnen diesen Anreiz zu bieten.

Pro-Tipp: Anreize schaffen

Diese Anreize können verschiedene sein, der klarste und wichtigste ist aber der preisliche Anreiz. Schlage die Provision für die Vertriebsplattformen auf deinen Zimmerpreis auf, sodass die Gäste über die eigene Website immer den besten Preis erhalten und Du dennoch deinen Umsatz erzielst.

Pro-Tipp 2: Anreize kommunizieren

Die potenziellen Gäste müssen natürlich auch erfahren, dass sie bei der direkten Buchungen bares Geld sparen können. Wir empfehlen unseren Kunden, diesen preislichen Anreiz auch auf der Website zu kommunizieren, z.B. als Störer. -> Siehe dazu auch Folie 7.

Kapitel 2: Optimierung deiner Website für direkte Buchungen

Benutzerfreundlichkeit: Der Weg zur schnellen Buchung

Deine Website ist der wichtigste, direkte Vertriebskanal deines Betriebs. Daher muss der Website ein großer Augenmerk gewidmet werden. Deine Website sollte klar strukturiert sein, sodass Gäste in wenigen Schritten buchen können. Achte auf:

- Eine übersichtliche Menüführung.
- Eine Buchungsmaske, die direkt auf der Startseite sichtbar ist.
- Klare Preisangaben und Verfügbarkeiten.

Deine Website hat genau ein Ziel: ein suchenden Gast in einen buchenden Gast oder eine Anfrage zu verwandeln. Darauf muss sich die Website konzentrieren

Pro-Tipp: in der Vergangenheit mussten Websites alle drei bis sieben Jahre komplett überarbeitet werden. Diese Relaunch-Projekte waren teuer und zeitintensiv. Heute können Websites auch als "Software-Produkt" gebaut werden, wodurch teure Überarbeitung nicht mehr zwingend notwendig sind. Technische und rechtliche Aktualisierungen erfolgen zentral in der Software.

Kapitel 2: Optimierung deiner Website für direkte Buchungen

Mobile Optimierung: Dein Schlüssel zu mehr Buchungen

Immer mehr Reisende buchen über ihr Smartphone. Stelle sicher, dass deine Website mobilfreundlich ist:

- Schnelle Ladezeiten.
- Gut lesbare Schriftgrößen und klickbare Buttons.
- Ein einfacher Buchungsprozess ohne überflüssige Eingaben.

Pro-Tipp: der Anspruch auf "Individualität" der Website wird immer geringer. Durch den Fokus auf das mobile Endgerät müssen Website nicht mehr individuell und somit teuer sein. Wiederkehrende Elemente im Aufbau haben sogar den Vorteil, dass sich potenzielle Gäste besser zurechtfinden.

SEO-Grundlagen: Besser gefunden werden

Suchmaschinenoptimierung (SEO) hilft dir, auf Google besser sichtbar zu sein. Achte auf:

- Relevante Keywords wie "Ferienwohnung in [Region] buchen" in deinen Texten.
- Hochwertige Bilder und ansprechende Beschreibungen als Alt-Tags setzen

Pro-Tipp: Oft wird die Local SEO unterschätzt. Das Listing und die Auffindbarkeit in digitalen Branchenverzeichnissen wie gelbeseiten.de sind wichtige Quellen für Google. Eine manuelle Verwaltung der Listings ist sehr aufwändig, es gibt dafür aber passende Tools.

Kapitel 2: Optimierung deiner Website für direkte Buchungen

Aktualität & saisonale Anpassungen

Die Aktualität der Website ist nicht nur wichtig für potenzielle Gäste, sondern auch für die Google-Suchmaschine. Hilfreich dazu sind auch saisonale Inhalte, wie Veranstaltungen, Infos aus den Skigebieten oder regionale Infos.

Pro-Tipp: achte darauf, Anpassungen an der Website eigenständig und ohne Zutun der Agentur vornehmen zu können. Somit kannst Du schnell, unkompliziert und ohne Kosten Aktualisierungen oder saisonale Anpassungen vornehmen.

Arbeite mit Störer-Bausteinen und Overlay-Pop-Ups

Störer-Bausteine und Overlay-Pop-Ups können sehr spannende Elemente auf einer Website sein, um potenzielle Gäste auf Besonderheiten, Angebote oder Rabatte hinzuweisen. Wichtig ist jedoch, dass die Elemente auch wieder deaktiviert werden können. Ansonsten gehen die Bausteine den Gästen "auf die Nerven" und verlieren ihren Überraschungseffekt.

Pro-Tipp: Auch bei diesen Werkzeugen ist es hilfreich, dass Anpassungen ohne Zutun deiner Webagentur erfolgen kann.

Kapitel 2: Optimierung deiner Website für direkte Buchungen

1. Meine Website ist technisch top & benutzerfreundlich

- ☐ Die mobile Version meiner Website ist modern, übersichtlich und intuitiv zu bedienen
- ☐ Meine Seite lädt schnell – auch bei schlechter Internetverbindung unterwegs
- ☐ Die Verbindung ist sicher (https – mit SSL-Zertifikat)
- ☐ Besucher landen automatisch auf der richtigen Sprachversion (z. B. Deutsch oder Englisch)
- ☐ Meine Website ist barrierefrei – auch für Menschen mit Einschränkungen gut nutzbar

2. Der Buchungsprozess ist so einfach wie möglich

- ☐ Die direkte Buchungsmöglichkeit ist klar und gut sichtbar eingebunden
- ☐ Der Buchungsbutton ist auf allen Seiten präsent – am besten immer erreichbar
- ☐ Der gesamte Buchungsvorgang ist in wenigen Schritten machbar
- ☐ Eine Buchung funktioniert ohne zwingende Registrierung
- ☐ Preise und Konditionen sind sofort ersichtlich – keine versteckten Kosten
- ☐ Die Gäste sehen direkt, ob ihre Wunschdaten verfügbar sind
- ☐ Die Buchung funktioniert auch mobil problemlos
- ☐ Ich biete eine einfache Zahlungsmöglichkeit (z. B. Kreditkarte, PayPal, Sofortüberweisung)
- ☐ Ich bestätige die Buchung sofort automatisch – mit einer persönlichen Nachricht

Kapitel 2: Optimierung deiner Website für direkte Buchungen

3. Ich baue Vertrauen auf – schon beim ersten Klick

- ☐ Echte Gästebewertungen sind auf meiner Seite eingebunden
- ☐ Meine Auszeichnungen oder Siegel sind sichtbar (wenn vorhanden)
- ☐ Ich zeige mich als Gastgeber/in – mit einem Foto und ein paar persönlichen Worten
- ☐ Meine Bilder sind professionell, einladend und zeigen mein Haus so, wie es ist

4. Meine Inhalte sind klar, aktuell & suchmaschinenfreundlich

- ☐ Alle Infos zu meiner Unterkunft, Lage, Ausstattung & Umgebung sind schnell zu finden
- ☐ Ich teile Tipps und Aktuelles (z. B. Veranstaltungen, Ausflugsideen) über einen Blog oder Newsbereich
- ☐ Ich achte auf gute Google-Sichtbarkeit durch passende Keywords
- ☐ Ich verwende regionale Begriffe – damit man mich leichter findet

5. Direktbucher werden bei mir belohnt

- ☐ Ich biete Vorteile für alle, die direkt bei mir buchen (z. B. Bestpreis, ein Willkommensgruß oder flexible Stornierung)
- ☐ Ich erkläre den Unterschied zwischen einer Direktbuchung und Buchung über Plattformen
- ☐ Ich mache deutlich: Bei mir buchen Gäste persönlich – ohne Provisionen

Kapitel 2: Optimierung deiner Website für direkte Buchungen

6. Ich bin erreichbar und antworte persönlich

- ❑ Gäste können mich schnell erreichen – per Telefon, E-Mail oder WhatsApp
- ❑ Ich habe einen kleinen FAQ-Bereich mit Antworten auf häufige Fragen
- ❑ Nach einer Anfrage bekommt jeder Gast eine persönliche Antwort oder Bestätigung
- ❑ Ich reagiere auch außerhalb klassischer Bürozeiten – zumindest kurz per Nachricht (automatische Antworten)
- ❑ Ich informiere Gäste vor Anreise aktiv – z. B. mit einer Info-Mail oder Willkommensnachricht

Pro-Tipp - Check-Up-Termin bei ConceptStark

👉 **Kontaktiere uns jetzt für eine persönliche Beratung!**

Jeder Gastgeber hat seine eigene Ausgangssituation. Im Zuge des Checkups analysieren wir deinen Stand, besprechen erste konkrete Maßnahmen für deinen Betrieb, um mehr mehr Buchungen zu erzielen und weniger Zeit am PC zu verbringen. Dazu zeigen wir Dir, wie wir und die Tramino-Software dabei unterstützen können.

Jetzt Check-Up-Termin buchen



Kapitel 3: Nutzung von Plattformen für mehr Sichtbarkeit

Strategische Nutzung von Plattformen wie booking.com

Plattformen wie booking.com oder Airbnb müssen keine Feinde sein, sondern können dir helfen, mehr Sichtbarkeit zu erreichen. Nutze sie als Marketingkanal - durch eine passende Strategie.

So kommst Du in die Umsetzung

- Erstelle ein ansprechendes Profil mit professionellen Bildern und klaren Beschreibungen.
- Biete keine exklusiven Vorteile über Plattformen wie booking.com, welches es nicht auch auf der Website gibt
- Prüfe die Möglichkeiten zur Synchronisation von Preisen und Verfügbarkeiten durch deine aktuellen Systemlandschaft

Pro-Tipp: vermeide Hinweis auf die Vorzüge der direkten Buchungen auf den Plattformen. Diese Hinweise widersprechen den Nutzungsregelungen der Plattformen und können zur Sperrung des Accounts führen.

Kapitel 3: Nutzung von Plattformen für mehr Sichtbarkeit

Optimierung deiner Plattform-Profile

Halte Verfügbarkeiten und Preise stets aktuell. Nutze positive Bewertungen, um das Vertrauen potenzieller Gäste zu gewinnen. Aktualisiere regelmäßig deine Profile mit neuen Bildern und Infos.

Pro-Tipp: Mit einem Buchungsmanagement werden Preise und Verfügbarkeiten per Schnittstelle übertragen. Diese Funktion heißt "Channel-Management" und hilft dabei, Daten aktuell zu halten und reduziert die Gefahr von Doppelbuchungen auf ein Minimum.

Nutze die Funktionen der Plattformen mit Bedacht

Handy-Rate, Genuis-Programm, Sonderaktionen - Plattformen wie booking.com bieten viele Funktionen, um die Sichtbarkeit auf den Plattformen zu erhöhen und mehr Buchungen zu generieren. Teste und nutze die Funktionen, nicht alle Funktionen funktionieren gleich gut in den Betrieben.

Pro-Tipp: Aber auch Vorsicht vor "Angeboten" und Tipps von Plattformen wie booking.com. Die mehr Buchungen werden in der Regel immer durch einen reduzierten Preis oder eine erhöhte Provision ermöglicht. Diese Kosten trägt der Gastgeber. Daher nicht leichtfertig ein "Angebot" oder eine Aktion von booking.com bestätigen.

Pro-Tipp 2: schlage erhöhte Provisionen oder den Zuschlag für das Genius-Programm über den Channel-Manager auf, so kannst Du den Mehrwert der Aktion nutzen und behältst dennoch deinen Zimmerumsatz.

Kapitel 4: Automatisierung und Zeitmanagement

Keine Plattformen manuell pflegen

Die manuelle Pflege von Preisen und Verfügbarkeit sorgen noch immer bei vielen Gastgebern für eine hohe Arbeitsbelastung. Durch die Gefahr von Doppelbuchungen bei der verspäteten Aktualisierung von Verfügbarkeiten, sind diese Gastgeber oft auch nur auf einer Plattformen buchbar. Das reduziert die Sichtbarkeit und verhindert Buchungen.

Pro-Tipp: Preise und Verfügbarkeiten können per Schnittstelle aus einem Buchungsmanagement übertragen werden. Diese Funktion heißt "Channel-Management" und hilft dabei, Daten aktuell zu halten und reduziert die Gefahr von Doppelbuchungen auf ein Minimum.

Weniger Aufwand, mehr Effizienz

Vor Anreise und nach Abreise bestehen viele Aufgaben für die Gastgeber, welche ohne System und passende Abläufe manuelle Arbeit erfordern. Daten für den Meldeschein müssen abgefragt werden, Zahlungen nachverfolgt und eingetragen, der Zeitpunkt der Anreise geklärt, Rückfragen geklärt werden. Diese Aufgaben kosten Zeit, welche besser in die Website oder die Gästezufriedenheit investiert werden.

Pro-Tipp: Mit einem Buchungsmanagement können viele Standardaufgaben automatisiert werden. Automatische An- und Abreise-Mails, die Verbuchung von Zahlungen oder automatische Zahlungserinnerungen erledigen diese Arbeitsschritte und schaffen Freiräume für Gastgeber.

Kapitel 4: Automatisierung und Zeitmanagement

Weniger Zeit für Anfragen und Angebote benötigen

Das manuelle Beantworten von Anfragen und Mails per Outlook kostet viel Zeit. Infos zu den Ferienwohnungen eingeben, Preis berechnen und eintragen, Datum ergänzen, etc. Oft nutzen Gastgeber dazu Excel oder Word. Nach Bestätigung durch den Gast, muss dieser auch noch eine Bestätigung erhalten. Diese Abläufe können deutlich vereinfacht werden, was Zeit spart und den Gastgeber nicht "vor dem PC" bindet.

Pro-Tipp: durch ein Buchungsmanagement inkl. Angebotsfunktion kann die Erstellung von Angeboten deutlich vereinfacht werden, z.B. auf 6 Klicks. Dazu können Gäste die Angebote bei Verfügbarkeit buchen und erhalten automatische die Buchungsbestätigung.

Bessere Organisation für weniger Stress

Plane regelmäßige Zeitblöcke für die Verwaltung, sodass du mehr Zeit für deine Gäste hast. Täglich kleinere Zeitblöcke reduzieren das Stresslevel, da der "Berg" an Aufgaben gar nicht zu groß wird. Reduziere die Anzahl an Newsletter, welche Dich erreichen auf ein Minimum bzw. auf die wirklich hilfreichen Newsletter.

Pro-Tipp: Auch ein Aufgabentool wie Wunderlist, Google Task oder von Microsoft können helfen, all To-Dos und besonders wiederkehrende Aufgaben zu erfassen und zu strukturieren.

Pro-Tipp - Check-Up-Termin bei ConceptStark

👉 Kontaktiere uns jetzt für eine persönliche Beratung!

Jeder Gastgeber hat seine eigene Ausgangssituation. Im Zuge des Checkups analysieren wir deinen Stand, besprechen erste konkrete Maßnahmen für deinen Betrieb, um mehr mehr Buchungen zu erzielen und weniger Zeit am PC zu verbringen. Dazu zeigen wir Dir, wie wir und die Tramino-Software dabei unterstützen können.

Jetzt Check-Up-Termin buchen



Kapitel 5: Kundenbindung und Zufriedenheit

Warum zufriedene Gäste Gold wert sind

Ein zufriedener Gast kommt wieder oder empfiehlt dich weiter. Dein Ziel sollte es sein, ein einzigartiges Gästeerlebnis schaffen, z.B. durch personalisierte Angebote (z. B. kleine Willkommensgeschenke), sowie eine professionelle Kommunikation vor, während und nach dem Aufenthalt.

Pro-Tipp: Funktionen zur Automatisierung bieten neue Funktion. Bitte Gäste eine Tag vor Abreise um eine Bewertung und bitte explizit, negative Punkt oder Kritik persönlich anzusprechen, Zum einen haben die Gäste somit am letzten Tag Zeit für eine Bewertung, dazu können negative Erlebnisse von Dir noch umgedreht werden. ,

Feedback und Bewertungen aktiv nutzen

Gäste vertrauen Bewertungen mehr als jeder Werbung. Bitte deine Gäste aktiv um eine Bewertung auf Google oder OTAs und antworte auf alle Bewertungen – positiv wie negativ.

Pro-Tipp: negative Bewertungen werden immer zuerst gelesen. Somit kann eine gute Antwort ein starkes Verkaufsargument werden. Bleibe freundlich, aber selbstbewusst und bestimmt.

Pro-Beispiel:

- **Bewertung:** "Semmel am Frühstücksbuffet waren trocken"
- **Antwort:** "Wir haben die Qualität der Semmel mit unserer Landbäckerei im Dorf besprochen und können keine qualitativen Mängel feststellen."


Fazit

Mit dieser Schritt-für-Schritt-Anleitung hast du das Wissen und die Werkzeuge, um mehr direkte Buchungen zu generieren, weniger Zeit am PC zu verbringen und OTAs strategisch für deine Sichtbarkeit zu nutzen. Jetzt liegt es an dir, diese Tipps umzusetzen und deine Buchungen nachhaltig zu steigern.

Starte noch heute mit der Optimierung deiner Strategie!

Mehr Unterstützung gewünscht?

Wenn du tiefer in das Thema einsteigen oder Unterstützung bei der Umsetzung benötigst, stehen wir dir mit unseren Experten zur Seite. Als offizieller Tramino-Service-Provider helfen wir dir bei der Einrichtung, Website-Gestaltung und Optimierung deines Buchungssystems.

 **Kontaktiere uns jetzt für eine persönliche Beratung!**