

Suchmaschinenmarketing im Tourismus: Digitales Tourismusmanagement

Von Eric Horster

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #510488 in BcherVerffentlicht am: 2014-10-22Abmessungen: 7.28 x .59b x 4.76l, Einband: Taschenbuch170 Seiten | File size: 19.Mb

Von Eric Horster : Suchmaschinenmarketing im Tourismus: Digitales Tourismusmanagement before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Suchmaschinenmarketing im Tourismus: Digitales Tourismusmanagement:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Fr

Einsteiger in das wichtige Thema Suchmaschinen

Von Stefanie Suchmaschinen spielen eine extrem wichtige Rolle beim Treffen von Reise-Entscheidungen, deswegen sollte sich jeder Mitarbeiter im Tourismusmarketing ein grundlegendes Wissen über ihre Funktionen, Bedeutung und Hintergründe aneignen. Dafür eignet sich das Buch "Suchmaschinenmarketing im Tourismus" sehr gut. Es erklärt sehr praxisnah die Rolle von Suchmaschinen, ihre Bedeutung für den Tourismus, stellt Möglichkeiten vor, wie die Website des Unternehmens oder der Destination anhand von Keywordanalysen und Suchmaschinenoptimierung besser von Google gefunden wird und beschreibt im Detail die wichtigsten Faktoren und Prozesse der Suchmaschinenwerbung mit Google Adwords. Grafiken und Diagramme helfen bei der Erklärung von für Anfänger schwierigen Zusammenhängen oder Sachverhalten, leider sind aber alle schwarzweiß, was das Lesen etwas beschwerlich macht. Die Bungsfragen erinnern an Lehrbücher, sind in diesem Zusammenhang aber wenig passend, denn man funktioniert in diesem Bereich weniger durch Fragen beantworten als vielmehr durch Anwenden und Arbeiten mit echten Websites und echten Kampagnen. Das Buch hilft allen, die sich um ihre Website und deren Marketing selber kümmern aber auch Mitarbeitern, die verstehen wollen, was ihre Agentur "da eigentlich den ganzen Tag macht", um die Zusammenarbeit noch weiter zu verbessern. Selbst wenn sich Details häufig ändern, wie etwa Begriffsbezeichnungen in der Navigation von Google Analytics, so hilft dieses Buch dabei, sich in die Hintergründe einzuarbeiten und auf praktische Arbeit vorzubereiten.

1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Buch für Praktiker mit einem schnellen und effizienten Überblick

Von Claudia Bauhuber Das Buch ist sehr anwendungsorientiert geschrieben und richtet sich daher in erster Linie an Praktiker, Arbeitnehmer aus Tourismus- und Destinationsorganisationen und weniger an Studierende / Lehrende an Universitäten und Hochschulen. Dies zeigen die diversen Praxistipps, anwendungsbezogenen Hinweise, Blogempfehlungen, Beispiele touristischer Anbieter (weg.de) oder Destinationen (Obermatten) und die Bungsfragen am Ende eines Kapitels. Es ist weniger als wissenschaftliches Lehrbuch zu verstehen, da die theoretische Perspektive leider etwas zu kurz kommt. Zielgruppen für dieses Praxisbuch sind aus meiner Sicht eher Manager aus Destinationsorganisationen und Reiseveranstalter, weniger Hotellerie und Online Portale. Gut gelungen: Logische Struktur und Aufbau des Buches Interviews mit Experten in den einzelnen Themenbereichen Grafische Erklärungen und Beschreibungen Definitionen der Begrifflichkeiten

Wünschenswert wäre gewesen: Mehr weibliche Expertenstimmen aus touristischen Organisationen und Wissenschaft Mehr wissenschaftliche Literatur / theoretische Fundierung, weniger graue Literatur (z.B. Wikipedia als Quellenangabe, begründet in der Aktualität der Thematik)

Empfehlen würde ich das Buch jedem/jeder Praktiker/in, der/die auf der Suche nach einem Überblick im digitalen Tourismusmanagement mit den speziellen Themengebieten SEO und SEA im Tourismus ist. Der gute Aufbau und die logische Struktur des Buches verschaffen Einsteigern schnell und effizient ein solides Anwendungswissen in ein doch sehr komplexes Themengebiet.

0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine Pflichtlektüre für angehende Touristiker. Auch für bereits erfahrene Praktiker durchaus lesenswert. Von thommyk Das Fachbuch von Prof. Dr. Eric Horster ist für angehende Touristiker eine Pflichtlektüre. Auch für bereits erfahrene Praktiker durchaus lesenswert. Der Aufbau ist sehr gut strukturiert und führt den Leser, bzw. die Leserin sanft in die komplexe Materie ein. Über die Grundlagen der digitalen Suche bis zur Suchmaschinenoptimierung für touristische Produkte, wird anhand von Praxisbeispielen die Thematik des Suchmaschinenmarketings für den Tourismus ausführlich erläutert. Dazu gehören sogar Kurzartikel renommierter Branchenexperten. Besonders wichtige sowie interessante Bereiche innerhalb des Suchmaschinenmarketings, wie beispielsweise die Erfolgskontrolle und Optimierung von AdWords-Kampagnen, sind vom Autor gut erklärt.

Kurzbeschreibung Die Reiseentscheidung im Internet beginnt häufig bei Suchmaschinen. Von dort inspizieren Reisehungrige Ströme per Satellitenaufnahmen, schmökern in Hotelbewertungen und suchen nach passenden Unterkünften. Dieses Buch geht aus theoretischer und aus praktischer Perspektive auf das Thema Suchmaschinenmarketing ein und zeigt neue Entwicklungen und Trends auf. Die vielen Grafiken (exzellent illustriert von Claudia Uecker) fassen das Geschriebene kompakt zusammen und strukturieren somit die mitunter komplexen Inhalte. Über den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Dr. Eric Horster ist Studiengangsleiter des Online-Masterstudiengangs Tourismusmanagement sowie Professor im Studiengang International Tourism Management an der Fachhochschule Westküste in Heide.