Ausblick – wohin wollen wir?

Unsere Hauptaufgabe sehen wir Inhalte zum Tourismus im Internet zu platzieren und diese rasch offline auffindbar machen. Daher wählen wir eigene Namen und verfassen rasch Beiträge und Seiten. Dafür bauen wir jeweils eigene Webseiten mit entsprechenden Domainnamen.

Wir haben über die Vor- und Nachteile von Domains immer wieder Gedanken gemacht. Irgendwann kostet es viel Geld und jede Webseite muss verwaltet werden. Anderseits bereitet es viel Freude, selber über die Inhalte bestimmen zu können, die wir ins Netz stellen.

Die Multisites, die wir für „ferien.io“, „gus.reisen“, „gfie.net“ und „i54.ch“ neben „reise.coach“ einsetzen, gestalten die Arbeit einfach und effektiv, jedoch ist eine Domain mit drei Begriffen oft nicht klar.

Klar, die „reisen“ Länder und Themennamen sind einfach, doch auch jedes Jahr mit Gebühren verbunden, wir zahlen bis zu CHF 450,- pro Name, im Schnitt sind es immer noch CHF 50,- und wir fragen uns schon, wie lange wir das durchhalten können. Denn so richtig setzen Sie sich die Namen nicht durch und uns fehlt schlicht Zeit und Geld für die Vermarktung.

Unsere Strategie ist weiterhin der Bereich Tourismusmarketing und wir sind gut aufgestellt. Das sind im wesentlichen drei Bereiche:

Agentur IPS-Internetmarketing
Wir gestalten hier Webseiten und können Online Kampagnen aufsetzen. Als Werkzeuge setzen wir WordPress ein, die Werbung erfolgt mit Google Adwords und durch Aktionen mit Bloggern.

Tourismus Consulting
Von Tourismus verstehen wir etwas, wir arbeiten an Buchprojekten, besuchen Messen und Vorträge und sammeln mit

eigenen Projekten viel Erfahrung. Die vielen Domains sind unser Kapital Tourismusmarken zu schaffen.

Nachbarschaftsökonomie i54
In der Region Baden wollen wir in Zukunft den grössten Teil der Kunden gewinnen und bauen an Netzwerken mit lokalen Läden, Restaurants und Dienstleistern. Zum einen sind wir als Google Local Guide unterwegs, andererseits testen wir neue Ideen.

Nun mit dem Reise.Coach gehen wir den Pfad für unsere Reisende ein Coachprogramm zu entwickeln. Wir experimentieren damit. Es wird schwierig ein Programm zu entwickeln, was für die meisten Reisenden stimmt. Sie finden unsere Ansätze unter folgender Seite

Zweck vom Reisecoach

Selbstverständlich arbeiten wir mit unseren Reiseveranstalter GUSReisen und den Visadienst profitabel, um investieren zu können.

Wohin sich der Reisecoach entwickeln wird, können wir aktuell nicht absehen. Wir sind überzeugt, dass sich diese Domain langfristig lohnt. Je länger wir uns mit Internet und Tourismus beschäftigen, um so mehr stellen wir fest, dass nur der Preis zählt und Emotionen vernachlässigt werden. Diese Situation stellt niemanden zufrieden. Die Weiterbildung zum Reisecoach wird sich damit für alle Reiseberater lohnen.