

06.10.2020 – 20:26 Uhr

Sojern weitet sein kooperatives Marketingprogramm auf Europa und den Nahen Osten aus

London (ots/PRNewswire) -

[Sojern](#), ein Anbieter digitaler Marketinglösungen für die Touristik, kündigte heute sein kooperatives Marketingprogramm an, das Destination-Marketing-Organisationen (DMOs) dabei helfen soll, die Nachfrage der Reisenden zu steigern. Reisezielvermarkter und ihre Partner können nun Kunden direkt mit digitaler Mehrkanal-Werbung über Video, Displays, Native, Facebook und Instagram erreichen.

Die COVID-19-Pandemie hat massive Auswirkungen auf Reise und Tourismus gehabt. Dieses Programm ermöglicht die Zusammenarbeit zwischen DMOs, Hotels und Touristenattraktionen, um die Markterholung mit digitalen Marketingkampagnen zu unterstützen. Unabhängig vom Ziel der Kampagne oder den spezifischen Zielen jedes Teilnehmers wird Sojern Reisende finden und sie dazu bewegen, das Hotel, die Attraktion oder das Reiseziel zu besuchen.

Linn Totland, **Leiterin des B2C-Marketings bei Fjord Norway**, einem der ersten Anwender des Programms, sagte: "Als DMO haben wir nach einer Lösung gesucht, mit der wir besser in der Lage wären, die direkten Auswirkungen des Destinationsmarketings auf den Nettoprofit der Tourismusunternehmen in unserer Region zu messen. Die Tourismusbranche wurde durch Covid-19 massiv in Mitleidenschaft gezogen, und jetzt müssen wir mehr denn je dafür sorgen, dass unser Marketingbudget vernünftig eingesetzt wird und einen positiven ROAS generiert. Das kooperative Programm von Sojern ist definitiv ein großer Schritt in die richtige Richtung für unsere Branche, was die datengestützten Entscheidungen, die effektive Zusammenarbeit zwischen den DMOs und unseren Partnern (Hotels, Attraktionen) und die Messung betrifft."

"Wir wissen, wenn Menschen eine Reise planen, und können sie beeinflussen. Wir haben Buchungen im Wert von über 11 Milliarden Euro für mehr als 10.000 globale Reisemarken getätigt, darunter Reiseziele, Attraktionen, Hotels, Fluggesellschaften, Kreuzfahrtveranstalter und andere. In diesem Programm für kooperatives Marketing haben wir die operative Komplexität der Durchführung und Messung von gemeinsamen Markenbildungs- und Leistungskampagnen beseitigt und den Kooperationsteilnehmern vergünstigte Medien zur Verfügung gestellt. Jetzt können Sie den lokalen Tourismus mit unserem All-in-one-Paket für Werbung und Analysen ankurbeln", sagte **Chris Blaine, VP für APAC & EMEA bei Sojern**.

Zu Beginn dieses Jahres wurde Sojern von der UNWTO als Halbfinalist für die Auszeichnung "Healing Solutions for Tourism" [nominiert](#).

Erfahren Sie mehr über kooperatives Marketing: "[Co-Op Marketing for Destinations: The Path Forward for Covid-19 Recovery](#)."
Erfahren Sie mehr über die Lösungen von Sojern: www.sojern.com/destinations/.

Informationen zu Sojern

Sojern bietet digitale Marketinglösungen für die Reisebranche. Gestützt auf künstliche Intelligenz und Daten zu den Absichten der Reisenden aktiviert Sojern Multi-Channel-Marketinglösungen, um die direkte Nachfrage zu steigern. Mehr als 10.000 Hotels, Attraktionen, Fremdenverkehrsämter und Reisevermarkter verlassen sich auf Sojern, um Reisende auf der ganzen Welt zu gewinnen und zu überzeugen.

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/249299/sojern_logo.jpg

Pressekontakt:

Teesta Raha
+65 9379 2770
teesta.raha@sojern.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053710/100856719> abgerufen werden.