

24.08.2021 – 23:14 Uhr

Neuer Sojern-Bericht: Pläne der Reisevermarkter für digitale Werbung 2021

San Francisco (ots/PRNewswire) -

[Sojern](#), ein führender Anbieter von digitalen Reisemarketing-Lösungen, hat heute einen neuen Bericht mit dem Titel "[How Travel Marketers Are Activating Digital Advertising in 2021](#)" ("Wie Reisevermarkter 2021 digitale Werbung betreiben") veröffentlicht. [Worldwide Business Research](#) (WBR) Insights befragte dazu hochrangige Entscheidungsträger in Nordamerika, Europa, dem Nahen Osten, Afrika und Asien-Pazifik, die für das Marketingbudget für ein Hotel, eine Attraktion oder eine Tourismusmarke verantwortlich sind. Diese 300 Reisevermarkter nannten dieselben wichtigen Herausforderungen, die sich ihnen aufgrund der COVID-19-Pandemie stellten und sie dazu gebracht haben, neue Lösungen zu testen, neue Messaging-Lösungen zu nutzen und im Allgemeinen mit weniger Mitteln mehr zu erreichen.

"Die letzten 18 Monate waren eine ziemlich Achterbahnfahrt für Reisevermarkter, in denen sie die globale Pandemie bewältigen mussten, aber eines ist klar: Reisevermarkter konzentrieren sich mehr denn je darauf, wertvolle Ressourcen gezielt und effizient einzusetzen, um eine Geschäftsrendite zu erzielen", erklärte Noreen Henry, Chief Revenue Officer bei Sojern. "In diesem Sektor müssen Sie agil, datengesteuert und optimistisch sein - das Reisen feiert seine Rückkehr und jetzt ist der richtige Zeitpunkt dafür, Teil dieser Erholung zu sein."

Die wichtigsten Erkenntnisse der befragten Reisevermarkter:

- 56 Prozent sind sich einig, dass das aktuelle Umfeld ideal für Direct-Response-Kampagnen ist. Reisende buchen aufgrund der klareren Stornierungs- oder Rückerstattungsrichtlinien gerne direkt, auch vor dem Hintergrund ihrer frustrierenden Erfahrungen mit Erstattungen für stornierte Reisen bei Online-Reisebüros (OTA).
- 88 Prozent haben ihr Budget für die digitale Werbestrategie seit COVID-19 erhöht oder beibehalten.
- 87 Prozent haben die Ausgaben für Markenkampagnen reduziert und die Ausgaben für Performance-Kampagnen im Jahr 2020 erhöht.
- 84 Prozent sehen maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz als oberste Priorität für die kanalübergreifende Personalisierung.

Die Verbraucher wollen reisen, und angesichts der zunehmend verbreiteten Verabreichung von COVID-19-Impfstoffen wird erwartet, dass sich die hart getroffene Reise-, Medien- und Unterhaltungsindustrie im Jahr 2021 erholen wird. Der Aufschwung ist bereits im Gange und der heimische und regionale Tourismus nimmt stark zu, da die inzwischen geimpften Verbraucher die Gelegenheit nutzen, im eigenen Land zu reisen.

Laden Sie den vollständigen Bericht hier herunter: "[How Travel Marketers Are Activating Digital Advertising in 2021](#)".

Informationen zu Sojern

[Sojern](#) ist eine führende digitale Marketing-Plattform für Reiseveranstalter. Sojern basiert auf künstlicher Intelligenz und Daten zu Reiseabsichten und bietet Multi-Channel-Marketing-Lösungen, um die direkte Nachfrage zu steigern. 10.000 Hotels, Attraktionen, Fremdenverkehrsämter und Reisevermarkter zählen jährlich 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
+44 7868 200609
teesta.raha@sojern.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053710/100876170> abgerufen werden.