

22.09.2022 – 03:34 Uhr

SOJERN FEIERT SEIN 15-JÄHRIGES BESTEHEN UND ERWEITERT DIE PLATTFORM, UM REISEVERMARKTER BESSER ZU UNTERSTÜTZEN

San Francisco (ots/PRNewswire) -

[Sojern](#), die führende digitale Marketingplattform für Reisen, feiert diesen Monat ihr 15-jähriges Bestehen. Sojern wurde 2007 gegründet und hat sich [vom ersten Tag an auf das Reisen konzentriert](#). Es begann mit der gezielten Ansprache von Reisenden durch Werbung auf gedruckten Bordkarten von Fluggesellschaften und entwickelte sich mit dem Aufkommen von Big Data, digitalem Marketing und programmatischer Werbung über neue Kanäle, mobile Geräte und soziale Medien weiter - wobei Flexibilität und ein ausschließlicher Fokus auf Reisen im Vordergrund standen.

Sojern hat aus jeder Herausforderung, jedem Wandel in der Branche und jeder Innovation gelernt - und durchgestanden. Die Smartphone-Revolution der späten 2000er Jahre führte beispielsweise zu einer seismischen Verhaltensänderung beim Surfen im Internet und eröffnete Reiseunternehmen nie dagewesene Möglichkeiten, direktere Beziehungen aufzubauen und Online-Buchungen zu fördern. Die zunehmende Nutzung von Smartphones und der darauf folgende Social-Media-Boom veranlassten Sojern, sein Multichannel-Framework für das Reisemarketing zu entwickeln, das nun Suchmaschinenmarketing (SEM), Metasuche, Display-Werbung, vernetztes Fernsehen (CTV), Social-Media-Werbung und mehr umfasst, um Reisende in jeder Phase ihrer Reise anzusprechen, egal wo und wann sie online sind.

Im gleichen Zeitraum hat Sojern täglich buchstäblich Milliarden von Signalen für Reiseabsichten (wie Hotel- und Flugbuchungsdaten) von Tausenden von Reisemarken auf der ganzen Welt gesammelt, aggregiert und analysiert. Diese umfangreiche Datenumgebung wird bezeichnet als [Sojern Traveler Ecosystem](#). Sie bildet die Grundlage der Unternehmensplattform und ist die Basis für den Erfolg und das kontinuierliche Wachstum der Sojern-Kunden.

Das jüngste Beispiel für die Entwicklung von Sojern ist die [Sojern Reise-Marketing-Plattform](#). Als Reaktion auf die sich verändernde Technologielandschaft und die sich wandelnden Bedürfnisse seiner Kunden hat Sojern eine intelligente Marketingplattform entwickelt, die [unübertroffenen Einblick in die Reisenden](#) und automatisierte Optimierung bietet - alles an einem Ort. Mit dem Sojern Traveler Ecosystem als Kernstück bietet die Plattform Reisevermarktern die Werkzeuge, um die Nachfrage kosteneffizient zu steigern, Kunden zu konvertieren und Loyalität in einer digitalen Welt aufzubauen. Die Sojern-Plattform ist mit modernsten Technologien für maschinelles Lernen ausgestattet und ermöglicht Marketingkampagnen für mehr als 10.000 Kunden bei [Hotels](#), [Reiseziele](#) und [Attraktionen](#) jährlich.

„Reisen ist eine riesige Infrastruktur mit unendlichen Möglichkeiten für digitale Marketing-Innovationen“, sagt Mark Rabe, CEO von Sojern. „Unser Geschäft wurde auf dem Gebiet des Reisens geboren und unser Schwerpunkt liegt nach wie vor ausschließlich auf dem Reisen. Wir haben unseren Fokus nicht erweitert, sondern vertieft, weil wir der Überzeugung sind, dass wir unseren Kunden dadurch besser dienen können. Um es klar und deutlich zu sagen: Wir kennen Reisende besser als jeder andere, und deshalb arbeiten unsere Kunden gerne mit uns zusammen.“

Nach fünfzehn Jahren an der Spitze der Reisebranche hat Sojern grundlegende Veränderungen im digitalen Marketing miterlebt. Hier sind drei wichtige Faktoren, die zum Erfolg der Sojern-Kunden geführt haben:

1. [Reisende wollen Personalisierung: Den Durchschnittsreisenden gibt es nicht](#). Verbraucher werden zu 76% [wahrscheinlicher](#) von Marken kaufen, die personalisiert sind. Aufgrund des komplexen Kaufprozesses können die Vermarkter ihre Marketingstrategie nicht auf eine blinde Segmentierung und demografische Daten stützen. Stattdessen müssen sie Reiseabsichten und Verhaltensdaten nutzen, um Reisende zu finden, Zielgruppen aufzubauen und personalisierte Kampagnen zu entwickeln, um Reisende zur Teilnahme zu motivieren.
2. [Marketing sollte immer präsent sein](#). Die Verbraucher träumen immer von Reisen und suchen nach ihrer nächsten Reise - auch in der Nebensaison. Eine „Always-on“-Marketingstrategie bedeutet, dass die Kampagnen immer live sind. Reisende sind immer online, daher können es sich Reisevermarkter nicht leisten, ihre Kampagnen abzuschalten.
3. [Direktbuchungen sind der beste Weg, um Markenvertrauen, Loyalität und Rentabilität aufzubauen](#). Vermarkter sollten direkte Beziehungen zu ihren Kunden aufbauen, um das Engagement, die Effizienz und die Wirksamkeit von Marketingstrategien für Reisen zu erhöhen. Die Entwicklung einer kanal- und geräteübergreifenden 1st-Party-Datenaktivierungsstrategie zur Förderung von Direktbuchungen ist der Schlüssel zu diesem Erfolg.

„Trotz der Herausforderungen der letzten Jahre haben wir nie aufgehört, nach Möglichkeiten zu suchen, unser lokales Gastgewerbe zu unterstützen. Unsere fortlaufende Partnerschaft mit Sojern im Rahmen ihres Co-Op Marketing-Programms ist von unschätzbarem Wert und unterstützt Hotels in Abu Dhabi dabei, Direktbuchungen zu fördern und gleichzeitig die Rentabilität der Zimmer zu verbessern“, so **George Kalliamvakos, Department of Culture and Tourism Abu Dhabi**. „Ich wünsche ihnen für ihre nächsten 15 Jahre im digitalen Marketing alles Gute und dass sie weiterhin die Werkzeuge und Erkenntnisse liefern, die die Branche braucht, um zu gedeihen.“

„Sojern ist unser Partner im ständigen digitalen Wandel - von neuen Datenschutzrichtlinien über Cookieless bis hin zu Partnerschaften mit Reisezielen - und hat uns dabei geholfen, uns zurechtzufinden und innovativ zu sein“, so **David West**,

Executive Director von Herschend Entertainment, Eigentümer und Betreiber zahlreicher Attraktionen in den Vereinigten Staaten. „Ich schätze es sehr, dass sie uns und den Rest der Branche anspornen, das Beste aus unseren Marketingbemühungen herauszuholen

„Unsere Zusammenarbeit mit Sojern bleibt stark. In den vergangenen zwei Jahren hat ihr Fachwissen im Bereich der digitalen Medien dem Hyatt Field Marketing Team für Nord- und Südamerika aufschlussreiche Daten geliefert, die uns dabei helfen, mit unserer Werbung die richtigen Zielgruppen zur richtigen Zeit zu erreichen und die sich verändernde Reiselandschaft und die Vorlieben der Verbraucher zu berücksichtigen“, so **Meghann Bell, Vice President of Field Marketing, Americas, Hyatt**.

„Die erste Partnerschaft mit dem kleinen Startup aus Omaha vor 15 Jahren ermöglichte es The Parking Spot, mit der rasanten Entwicklung des digitalen Marketings Schritt zu halten“, erklärt **Julie Silverman, Director of Digital Marketing bei The Parking Spot**. „Sojern hat uns seitdem bei jedem Schritt begleitet, um den Return on Investment (ROI) zu steigern und uns auf die sich ständig verändernde digitale Landschaft vorzubereiten. Wir freuen uns auf die Integration mit ihrer neuen Plattform, um unsere digitale Marketingstrategie im Jahr 2023 und darüber hinaus voranzutreiben.“

In den 15 Jahren seines Bestehens hat Sojern gelernt, sich an die zahlreichen Herausforderungen der Reisebranche und der Weltwirtschaft anzupassen. Von der Finanzkrise 2008 über die beispiellose COVID-19-Pandemie bis hin zum ständigen technologischen Wandel - Sojern hat viele Stürme überstanden und wird auch weiterhin gestärkt daraus hervorgehen. Die konsequente Fokussierung des Unternehmens auf das Thema Reisen hat die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens erhöht und seine Vision bekräftigt, die Nr. 1 unter den Marketingplattformen für Reisen zu werden.

Erfahren Sie mehr auf unserer neuen Website www.sojern.com.

Informationen zu Sojern

[Sojern](#) ist die führende digitale Marketingplattform für Reiseveranstalter. Auf der Grundlage von künstlicher Intelligenz und Daten über die Absichten von Reisenden bietet Sojern Multichannel-Marketinglösungen zur Steigerung der direkten Nachfrage. 10.000 Hotels, Attraktionen, Fremdenverkehrsämter und Reisevermarkter verlassen sich jährlich auf Sojern, um Reisende auf der ganzen Welt zu gewinnen und zu überzeugen.

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

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/sojern-feiert-sein-15-jahriges-bestehen-und-erweitert-die-plattform-um-reisevermarkter-besser-zu-unterstutzen-301630423.html>

Pressekontakt:

Amerika: Drew Baker,
+1 (404) 319-1948,
drew.baker@sojern.com; oder EMEA und APAC: Yasmine Najib,
+44 7519-920411,
teesta.raha@sojern.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053710/100895328> abgerufen werden.