

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/8670/1511562/l-tur-ist-first-mover-im-online-marketing-der-last-minute-reiseveranstalter-nutzt-als-erstes> abgerufen werden.



L'TUR ist First Mover im Online-Marketing
Der Last Minute-Reiseveranstalter nutzt als erstes Unternehmen im deutschsprachigen Raum Google Live Ads

13.11.2009 - 11:48 Uhr, LTUR

Baden-Baden (ots) - In Kooperation mit der Berliner Performance-Marketingagentur spacedealer setzt Europas Marktführer für Last Minute-Reisen ein innovatives Konzept im Bereich des Suchmaschinen-Marketings um. Damit ist L'TUR technischer Vorreiter in der Nutzung von Google Live Ads im deutschsprachigen Raum.

Durch die Implementierung des sogenannten Live Ad-Verfahrens schaltet L'TUR bei Google Anzeigen, die zu jeder Zeit den aktuell günstigsten und zudem vakanzgeprüften Preis für die beworbene Pauschalreise anzeigen. Dieses Verfahren eignet sich besonders gut für den Last Minute-Reiseveranstalter, da die L'TUR-Angebote einer hohen Preis- und Produktdynamik unterliegen.

Ein weiterer Vorteil dieser dynamischen SEM-Technologie ist, dass sich Suchwortanzeigen ganz konkret den Suchparametern anpassen lassen. Durch die Live Ads kann L'TUR zum Beispiel Reiseziel, Abflugort sowie den aktuell buchbaren Preis in die SEM-Kampagnen einbeziehen und so jedem Google-Nutzer das maßgeschneiderte Pauschalurlaubs-Angebot anzeigen.

Besonders ist hierbei, dass der User ein konkretes Hotel oder eine Destination nur dann angezeigt bekommt, wenn passende Abflüge ab seinem Heimatflughafen verfügbar sind. Durch dieses dynamische Geo-Targeting steigt die Bereitschaft zum Klick deutlich an, während Streuverluste und Kosten minimiert werden. Zudem verbessert sich die Buchungsrate (Conversion Rate) signifikant gegenüber einer herkömmlichen statischen Anzeige. Die gesteigerten Verkäufe von L'TUR-Pauschalreisen zeigen, dass die relevanteren Urlaubsinfos aus den Ad Words vom Kunden positiv angenommen werden.

L'TUR bietet dem Kunden damit bereits im Suchmaschinenumfeld größtmögliche Sicherheit und Verlässlichkeit was Abflugort, Abreisetermin, Urlaubsort und Budget angeht. Der Kunde kann sich auf das Angebot verlassen und hat alle Vorteile einer Pauschalreise bereits im Google-Umfeld abrufbar.

Ziel der dynamischen Live Ads-Technologie ist es, das komplette verfügbare Spektrum der Last Minute-Angebote von L'TUR abzubilden, dabei eine möglichst hohe Aktualität und Relevanz der Google-Anzeigen zu erreichen und den Quality Score trotz ständiger Anpassungen beizubehalten.

Über die L'TUR Tourismus AG: Europas Marktführer für Last Minute-Reisen erzielte 2008 mit 753.000 Kunden einen Umsatz in Höhe von 351 Millionen Euro. Die TUI Travel PLC ist mit 70

Prozent an L'TUR beteiligt, L'TUR-Gründer Karlheinz Kögel hält 30 Prozent. Die Last Minute-Reisen sind bis wenige Stunden vor Abreise buchbar und bis zu 50 Prozent günstiger als im Reisekatalog. Täglich gibt es mehr als zwei Millionen Angebote von rund 10 000 Hotels und 130 Fluggesellschaften wie etwa Lufthansa, TUIfly, Condor, Air Berlin und Germanwings. L'TUR ist offizieller Reise-Partner des Bonusprogramms DeutschlandCard. Die Reisen sind in 167 L'TUR-Shops, per Telefon (00 800/21 21 21 00) und unter www.ltur.de buchbar.

Pressekontakt:

Nina Meyer
Leitung PR & Marketing

L'TUR Tourismus AG
Augustaplatz 8
76530 Baden-Baden
Tel. 07221/366366
Fax 07221/366639

<http://www.ltur.com>
<http://www.ltur-presse.de>

Originaltext:

LTUR

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8670/ltur>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_8670.rss2