

Management digital Marketing für die Kurverwaltung Meran

Strategie für das Management von Werbekampagnen auf der Meta-Plattform (Facebook, Instagram) und der Google-Plattform mit dem Ziel, die Sichtbarkeit, die Konversionen und die Positionierung der Stadt Meran als Tourismusziel zu maximieren.

Entwicklung und Umsetzung eines individuellen Werbeplans

Optimierte Verwaltung des Werbebudgets auf mehreren Plattformen, darunter Facebook, Instagram und Google, auf der Grundlage spezifischer, im Voraus vereinbarter Marketingziele.

Entwicklung und Optimierung von Multichannel-Werbekampagnen Entwicklung von integrierten Werbekampagnen auf Facebook, Instagram, Google Search, Google Display Network und YouTube. Diese Kampagnen zielen darauf ab, den Bekanntheitsgrad von Meran zu erhöhen und die Zielgruppen über verschiedene digitale Touchpoints zu erreichen.

Weiterführende Google Ads-Strategien

GSN: Erstellung von Textanzeigen, die für die relevantesten Schlüsselwörter optimiert sind, um eine maximale Sichtbarkeit bei Suchanfragen im Zusammenhang mit Meran zu gewährleisten.

GDN: Erreichen einer qualitativen und vielfältigen Zielgruppenansprache durch grafische und multimediale Anzeigen, die in einem umfangreichen Netzwerk von Websites, Apps und Videoplattformen angezeigt werden. Nutzung fortschrittlicher Targeting-Techniken, um bestimmte Zielgruppensegmente anzusprechen. Optimierung der Inhaltspräsentation, um die Aufmerksamkeit der Nutzer über mehrere Formate und Geräte hinweg zu gewinnen und so die Sichtbarkeit und Konversion zu maximieren.

YouTube-Werbung: Platzierung von Videoanzeigen bei bestimmten Zielgruppen durch den Einsatz von In-Stream-Videoanzeigen (Skip und Non-Skip), Bumper Ads und Discovery Ads mit dem Ziel, die Konversionsrate zu maximieren und die Markenbekanntheit von Meran sowie das Interesse an der Destination zu steigern.

Überwachung und Datenanalyse

Ständiges Tracking der Kampagnenleistung anhand von Metriken und KPIs, sowohl für Social Media als auch für Google-Kampagnen. Kontinuierliche und gezielte Optimierung der Werbekampagnen.

Detaillierte und transparente Berichterstattung

Umfassende Berichte mit detaillierten Analysen der Leistung über alle Plattformen hinweg, die Einblicke und strategische Anhaltspunkte für die Zukunft liefern.



Professionelles Management von Werbekonten

Professionelles Management aller Werbekonten, das die Einhaltung der Meraner Markenrichtlinien und die Wirksamkeit der Marketingkommunikation auf allen Kanälen gewährleistet.

Unser Ziel ist es, das Potenzial des digitalen Multi-Channel-Marketings auszuschöpfen, um den Bekanntheitsgrad von Meran zu steigern und die Zielgruppe effektiv anzusprechen, um Meran als Top-Tourismusziel zu positionieren.

Die im Laufe des Jahres zu erstellenden und zu betreuenden Werbekampagnen werden zwischen mindestens 165 und maximal 190 liegen.

Außerdem wird Unterstützung bei der Erstellung und Verwaltung von Support-Tickets auf den verschiedenen Plattformen im Falle von Problemen und/oder Kontoblockaden benötigt.

Anforderungen und Kriterien für die Teilnahme an der Verwaltung von Werbekampagnen

- Fundierte Kenntnisse der Stadt Meran: Verständnis für die Stärken, Besonderheiten und Bedürfnisse des lokalen Tourismus, um Kampagnen zu entwickeln, die das Wesen der Stadt Meran authentisch widerspiegeln.
- Erfahrung in der Tourismuswerbung: Nachweisbare Erfolge bei der Erstellung und dem Management erfolgreicher Tourismuswerbekampagnen.
- Fähigkeit, große Werbebudgets effizient und strategisch zu verwalten.
- Fortgeschrittene Fähigkeiten im digitalen Multichannel-Marketing: Erfahrung im Management integrierter Kampagnen unter Verwendung einer Kombination von Plattformen, einschließlich sozialer Medien, Google Ads und YouTube, um Reichweite und Wirkung zu maximieren.
- Fortgeschrittene Targeting- und Segmentierungs-Strategien: Erfahrung in der Anwendung fortschrittlicher Targeting-Techniken, um bestimmte Zielgruppensegmente zu erreichen und so Konversionen und Ergebnisse zu maximieren.
- Analyse- und Berichterstattungsfähigkeiten: Fähigkeit, Daten zu sammeln, zu analysieren und zu interpretieren, um Kampagnen kontinuierlich zu optimieren und detaillierte Leistungsberichte zu erstellen.
- Kenntnisse der Trends auf dem Tourismusmarkt und Anpassungsfähigkeit: Fähigkeit, sich über die neuesten Trends im Tourismussektor auf dem Laufenden zu halten und Marketingstrategien als Reaktion auf Marktveränderungen rasch anzupassen.
- Sprachkenntnisse: Fähigkeit zur Erstellung von Inhalten in verschiedenen Sprachen, insbesondere Deutsch, Italienisch und Englisch, um lokale und internationale Zielgruppen effektiv zu erreichen.

Referenzen und Kundenportfolio sind ebenfalls erwünscht.

