

TOUR OPERATORS: FARSI TROVARE ONLINE... A MENO DI US\$2 AL MESE!



E' una sfida attirare l'attenzione dei clienti, in particolare per le piccole imprese di viaggio con budget di marketing limitati, secondo il signor Heger, responsabile del CRM del Turismo Review Digital Network, un portale di notizie relative alla industria turistica multilingue.

Suggerendo dunque che il modo migliore per elevare lo standard è nell' ottimizzare l'utilizzo dei motori di ricerca (SEO) di marketing, Martin rivendica che il suo vantaggio principale consiste nel permettere ai piccoli operatori di attirare più traffico mirato da Google, Yahoo e ancor di più dai motori di ricerca stranieri, come ad esempio il russo Yandex, ed i siti web aziendali.

A supporto della sua tesi, Martin ha rivelato una soluzione SEO low cost molto efficiente per le acquisizioni dei nuovi clienti. E 'quello che lui stesso ha chiamato: "elenco aumentato", un servizio che viene attualmente offerto dagli operatori turistici della Global Tour Operators Directory.

Insieme alle informazioni di base, la lista del Global Tour Operator Directory copre una serie di chicche tra cui: logo aziendale / illustrazione, una breve descrizione, e per di più un collegamento ipertestuale al sito aziendale.

"È un dato di fatto, la lista del Global Tour Operator Directory non è solo una singola lista, ma piuttosto consiste in cinque elenchi in cinque diverse versioni linguistiche" dice Martin, che nota che la ricerca è la seconda attività più comune su Internet dopo le e-mail; il 99,5% degli utenti web fa ricerca. Le persone sono alla ricerca di cose e troveranno la concorrenza.

Inoltre, accanto alla edizione globale, la directory supporta anche annunci in tedesco, russo, più altre edizioni linguistiche specifiche di nicchia. Secondo Martin, ciò significa che "ogni operatore turistico è elencato nove volte con nove collegamenti ipertestuali e nove descrizioni presenti in cinque lingue", per cui ha definito il nuovo progetto " SEO triplo (9x9x9) ".

Detto tutto quanto sopra, Martin ha lasciato le buone notizie alla fine. Secondo lui, la buona notizia per tutti gli operatori turistici, grandi, medi, anche quelli piccoli è il prezzo, che il team di Tourism Review marketing offre attualmente. L'accordo è che i clienti pagano per il primo anno e ottengono il secondo anno di quotazione gratis.

"Quindi, con un elenco / collegamento ipertestuale al costo mensile di appena due dollari si tratta di una soluzione imbattibile per il miglioramento del SEO del sito web dei tour operatori per qualsiasi dimensione di business travel", dice il rappresentante del Tourism Review, che oltre ad utilizzare i servizi di varie agenzie di stampa, il loro team multilingue di redattori e autori produce anche decine di notizie al fine di fornire ai lettori le informazioni relative alle loro esigenze di business di viaggio.

Oltre alla vasta gamma di canali di notizie del settore turistico che il Tourism Review offre, il team di professionisti del marketing del turismo fornisce anche un set misto di strumenti di marketing del turismo:

Pubblicità online nel settore del turismo, come banner pubblicitari, directory avanzate di annunci

turismo ecc

Servizi unici di rilasci di stampa multilingua, compresa la traduzione e l'ottimizzazione

Motore di ricerca multilingue Marketing (SEM) per le imprese turistiche in tutto il mondo

Un certo numero di tecniche di marketing virale, come l'articolo di marketing, post di blog e social media marketing

Tourism Review iniziò come un servizio di notizie on-line per la nicchia di professionisti del settore viaggi. Oggi Tourism Review Digital Network rappresenta una gamma di edizioni regionali in diverse lingue.

Per ulteriori informazioni, si prega di contattare:

Mr. Martin Heger, seo@tourism-review.com

Date: 2012-11-19

Article link: <http://www.tourism-review.com/directory-listing-per-successo-nel-seo-news3469>