

Drittgrößte Hotelkette der Welt setzt mit „Social-First“-Firmenkultur digitale Transformation erfolgreich um

- *Spanische Hotelkette Meliá Hotels International identifiziert Social Media als wichtigsten Kanal, um Spitzenposition in der Tourismusbranche zu verteidigen.*
- *Hootsuite implementiert mit der Enterprise- und Amplify-Lösung bei Meliá Social-First-Firmenkultur.*

Hamburg, 15. April 2019 – Meliá Hotels International, drittgrößte Hotelkette Europas und weltweit der größter Betreiber von Ferienanlagen, integriert mit Hootsuite, dem Marktführer für Social-Media-Management mit mehr als 18 Millionen Nutzern, eine Social-First-Strategie in das Geschäftsmodell und setzt so seine digitale Transformation erfolgreich um. Ziel war es, die Hotelkette mit dem größten Einfluss in den sozialen Medien zu werden.

Um dieses Ziel zu erreichen, galt es im ersten Schritt, die Social-Media-Aktivitäten auf mehr als 400 Social-Media-Konten, die auf drei Organisations-Levels in unterschiedlichen Regionen betrieben wurden, unter Kontrolle zu bringen. Anschließend wurde ein Social-Media-Ökosystem implementiert, das auf allen Unternehmensebenen funktioniert: Das Social-Media-Management legt auf weltweiter Ebene die globale Social-Media-Strategie fest und verwaltet die 15 Marken innerhalb der Firmengruppe. Die Hotels sind auf regionaler Ebene organisiert und setzen die weltweite Strategie regional um. Und die 165 Meliá-Hotels verwalten auf lokaler Ebene ihre eigenen Social-Media-Profile.

Alle Social-Media-Inhalte werden über Hootsuite Enterprise zentral verwaltet

Alle firmeneigenen Marken und Hotels mit einer Social-Media-Präsenz wurden auf der Plattform „Hootsuite Enterprise“ zusammengefasst. Um ein konsistentes Messaging und Branding auf allen Ebenen zu garantieren, stellt inzwischen ein zentral agierendes Content-Team allen weltweit, regional und lokal agierenden Mitarbeitern über die Content-Bibliothek von Hootsuite genehmigte Inhalte zur Verfügung.

CEO verleiht Meliá ein Gesicht und Mitarbeiter werden zu Markenbotschaftern

„Weil nutzergenerierte Inhalte eine höhere Glaubwürdigkeit haben und zwei Drittel aller Social-Media-Nutzer derartige Inhalte vor größeren Kaufentscheidungen zu Rate ziehen, setzte die Gruppe auf unser Anraten auf die Humanisierung von Werbebotschaften und ließ im Social Web verstärkt Gäste, Mitarbeiter, Influencer und auch den CEO zu Wort kommen“, erklärt Sheila Moghaddam Ghazvini, Head of Social & Content von Hootsuite. „Ein eigenes Managementsystem für nutzergenerierte Inhalte erlaubt es Meliá beispielsweise, von Kunden erstellte Bilder seiner Produkte und Dienstleistungen für E-Mail-Marketing, digitale Werbung oder als Widgets auf der Website zu nutzen. Kunden können mit einem einzigen Klick auf nutzergenerierte Inhalte Hotelreservierungen tätigen.“

Für ein weltweit angelegtes Influencer-Programm wurde ein System eingeführt, das Influencer-Beziehungen erkennt, verwaltet und analysiert. Über Aktivitäts-Reports kann das Hotel geeignete Influencer aufspüren und mit ihnen dauerhafte Partnerschaften aufbauen.

Um auch die Mitarbeiter zu Markenbotschaftern zu machen, setzte das Team mithilfe von „Hootsuite Amplify“ ein Programm auf, das 300 Mitarbeiter aus diversen Regionen aktuelle und relevante Inhalte zur Verfügung stellt, die diese online teilen können. Zum Vorreiter in Sachen Social-Media-Marketing wurde CEO Gabriel Escarrer selbst. Er wurde mit einer lebendigen Social-Media-Präsenz ausgestattet, teilt Inhalte auf Twitter und LinkedIn, interagiert mit Followern und fordert Nutzer unter dem Hashtag #AskCEOMelia auf, hotel- und tourismusspezifische Fragen zu stellen, die er selbst prompt beantwortet.

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Nach nur sechs Monaten stieg die Zahl der Social-Media-Follower um 15 Prozent.
- Auf Instagram konnte Meliá 67 Prozent mehr Follower verzeichnen.
- 61.000 Posts von Firmenbotschaftern generierten 2018 mehr als 142 Millionen Impressions.
- Website-Zugriffe durch Social Media stiegen in Europa auf 16 Prozent an.
- Zahl der Buchungen über Mobilgeräte zwischen 2017 und 2018 stieg um 491 Prozent – gleichzeitig machte Meliá einen Umsatz von 33,8 Millionen Dollar.
- Hotelkette zählt nun zu den Top10 der einflussreichsten Unternehmen im spanischen Aktienindex IBEX 35.

„Der Einfluss von sozialen Medien auf das Geschäftsergebnis und den Ruf des Unternehmens ist unumstritten“, sagt Meliá-CEO Gabriel Escarrer. „Durch unser Social-Media-Engagement können wir Informationen zum Unternehmen effektiver vermitteln und unsere Kunden wie alle unsere Interessensgruppen besser verstehen. Das führt zu einer stärkeren, engeren und transparenteren Beziehung zu unseren Stakeholdern.“

Weitere Informationen zur Case Study mit Meliá Hotels International gibt es [hier](#).

Über Hootsuite

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 17 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an 14 internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 250 Business-Applikationen wie SAP CX und Adobe erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>