

PRESSEMITTEILUNG

RAY SONO MIT NEUEN, KUNDENORIENTIERTEN KONZEPTEN FÜR DEN ONLINE-VERTRIEB AUF DER ITB 2008

München, 22.02.2008 – Die Ray Sono AG präsentiert auf der ITB 2008 zukunftsweisende Kommunikations- und Vertriebskonzepte für die Tourismusbranche. Zentrale Themen für Ray Sono sind in diesem Jahr:

- **eCommerce 360° – multiple Online-Vertriebskonzepte zur Nutzung und Vernetzung der spezifischen Stärken und Potentiale der einzelnen neuen Online-Vertriebskanäle**
- **„SocialMedia-Strategien“ – integrierte Vertriebs- und Marketingkonzepte für alle Arten von SocialMedia-Sites und Sites mit User-generated-Content**
- **Intelligente, bedürfnisorientierte Usability-Lösungen mit TÜV-Zertifizierung**

Als erfahrener Experte für traffic-starke Reise-Portale und integrierte Online-Kommunikations- und Vertriebslösungen in der Reisebranche ist Ray Sono auch in diesem Jahr wieder auf der Internationalen Tourismus-Börse in Berlin (ITB) vom 5. bis 9. März 2008 vertreten.

**Ray Sono auf der Internationalen Tourismus-Börse (ITB)
5. bis 9. März 2008, Messe Berlin, Halle 6.1, Stand 132
(Partnerstand der Siemens IT Solutions and Services)**

1. eCommerce 360° - Multiples Online-Vertriebsmanagement

Heutzutage geht es beim eCommerce längst nicht mehr nur darum, eine Site optimal zu strukturieren, seine Navigation zu optimieren und Design und Style klar und zeitgemäß zu gestalten. Heute kommt es darauf an, direkt dorthin zu gehen, wo die Kunden sind und sie dort abzuholen. Man spricht von intelligenten „eCommerce-Satelliten“, mit denen die Kunden in ihren unterschiedlichen Nutzungssituationen zielgenau angesprochen werden.

Kunden haben im Internet immer mehr Macht – die Nutzungssituationen sind oft sehr unterschiedlich und prägen das Navigationsverhalten. Dem gilt es Rechnung zu tragen. Dazu ist nur ein multiples Online-Vertriebsmanagement in der Lage, das alle Vertriebskanäle optimal nutzt: eCommerce 360°. Ziel ist, die richtige Information – zur richtigen Zeit – am richtigen Ort – dem richtigen Kunden – im richtigen Format zu vermitteln. Das kann eine alleinstehende eCommerce-Site nicht mehr leisten. Hier müssen zusätzlich Tools wie Widgets, Gadgets, Applets, SocialMedia-Applikationen und andere „eCommerce-Satelliten“ zielgerichtet eingesetzt werden.

2. SocialMedia-Strategien

Einen Themenschwerpunkt für Ray Sono bilden in diesem Jahr „SocialMedia-Strategien“. Über ein Jahr lang hat Ray Sono erfolgreich „Word-of-mouth-Marketing“ (WOMM) für verschiedene Kunden geleistet und wertvolle Erfahrungen dabei gewonnen. Auf dieser Basis konnten neue, intelligente Strategien wie reichweitenstarke SocialMedia-Sites und -Communities (Facebook, StudiVZ, MySpace, Xing & Co.) oder User-zentrierte Web 2.0-Formate (Blogs, Flickr, YouTube) entwickelt und Sites mit User-generated-Content optimal in Marketing- und Vertriebs-Aktivitäten eingebunden werden.

Vor diesem Hintergrund hat es sich ausgezahlt, Hypes wie Corporate Blogging und Second Life lieber auszulassen und stattdessen durch Monitoring und ein sensibles Partizipations-Management die User und deren Verhalten im Internet besser kennenzulernen. Im nächsten Schritt folgen die SocialMedia-Strategien. Damit ermöglicht es Ray Sono seinen Kunden, den Anforderungen des modernen Internets (Web 2.0) besser gerecht zu werden. Der Service hilft, die neuen Kanäle der SocialMedia zielgerichtet und zugleich sensibel und authentisch für Vertrieb und Kommunikation zu nutzen und dabei neue, meist junge Zielgruppen zu erreichen.

3. Bedürfnisorientierte Usability-Lösungen

Einer der Kernerfolgskriterien für den Erfolg der Portale und Buchungstrecken war stets die optimierte Usability. Dies bleibt auch so und wird durch das Entstehen der neuen weiteren Online-Vertriebskanäle (e-Commerce Satelliten) und den Trend zu Social Commerce noch wesentlich wichtiger. Dabei bleiben die Grundprinzipien der Usability zwar gleich, die Schwerpunkte unterscheiden sich jedoch in den einzelnen Online-Vertriebskanälen deutlich. Entsprechend hat Ray Sono sein Service-Angebot in Sachen Usability kontinuierlich weiterentwickelt und bietet als einer von ganz wenigen Anbietern nun auch die Vorbereitung zur TÜV-Zertifizierung von Websites und Online Lösungen an.

Ein Besuch auf dem Stand von Ray Sono in der **Halle 6.1 am Stand 132 (Partnerstand der Siemens IT Solutions and Services)** lohnt sich also auf alle Fälle. Am besten, Sie vereinbaren gleich einen Termin über info@raysono.com.

Hintergrund Ray Sono

Die Ray Sono AG ist Partner für die Konzeption, Implementierung und Betreuung innovativer internetbasierter Lösungen. Ray Sono gestaltet und optimiert die elektronischen Geschäftsabläufe seiner Kunden und fokussiert sich dabei auf Corporate Websites und Portale, E-Finance Beratungs- und Vertriebssysteme sowie Trainings- und Simulationslösungen.

Das gesamte Informations-, Interaktions- und Prozessdesign der von Ray Sono entwickelten Websites und Portale orientiert sich konsequent an der Strategie des Auftraggebers und den individuellen Anforderungen seiner Zielgruppen.

Zu den Kunden von Ray Sono zählen Unternehmen aus allen Bereichen der Wirtschaft: Allianz, Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, Bruker Daltonik, CLAAS, Credit Suisse, Deutsche Bahn, Deutsche Bank, Deutsche Bundeswehr, Dresdner Bank, EADS, General Dynamics, Howaldtswerke-Deutsche Werft, HypoVereinsbank, Kordoba, L' TUR, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, MEAG, Miles & More, Mövenpick Hotels & Resorts, Postbank, Siemens und Thomas Cook.

Pressekontakt

Ray Sono AG

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
Anke Zormeier
Tel: 089 74646-124
Fax: 089 74646-100
anke.zormeier@raysono.com
www.raysono.com

WORDUP Public Relations

Achim von Michel
Tel: (089) 2 878 878 0
Fax: (089) 2 878 878 9
vonmichel@wordup.de
www.wordup.de