

 Facebook & Co (Teil 10)

Dario Tunno gewinnt Kunden über Facebook

von Bianca Wilkens

Mittwoch, 13. Juli 2022



Dario Tunno geht regelmäßig selbst auf Golfreisen. Jüngst war er etwa mit Sun Resorts & Dertour Golf Club auf Mauritius.

Der Reiseverkäufer der mobilen TUI-Vertriebsmarke Take Off hat 2020 während der Pandemie die Gruppe Golfreise-Fans gegründet. Wie es dazu kam und welche Erfahrungen er damit gemacht hat.

Fragt man Dario Tunno ist Facebook alles andere als tot. Der 34-jährige hatte sich vor zwei Jahren bewusst für diesen Social-Media-Kanal entschieden. Dort eröffnete er eine Gruppe für Golfreise-Fans, die auch genauso heißt. "Meine Zielgruppe ist eher auf Facebook vertreten als zum Beispiel auf Instagram", sagt Tunno. Wer auf Golfreise gehe, bewege sich im Alter eher zwischen Anfang 40 und Anfang 50.

Die Facebook-Gruppe richtet sich an Fans des Golfsports, die auch gerne während ihres Urlaubes Golf spielen möchten. Reisende tauschen sich in der Community über Erfahrungen zu Golf-Destinationen und Golf-Urlaubsorten aus, teilen Fotos und Videos und geben ihre persönlichen Reisetipps ab.

Darum ist er auf Facebook aktiv

Es war auch ein Weg, um sichtbarer zu sein und auf sich aufmerksam zu machen, da er sich mitten in der Pandemie als Take-Off-Partner mit der Reiseberatung Tunno selbstständig machte. "Ein denkbar schlechter Zeitpunkt", sagt er. "Ich konnte 2020 wenig verkaufen. Aber via Facebook konnte ich den Kontakt zur potenziellen Zielgruppe halten und etwas Emotionen wecken."

Die Plattform sei für ihn der Schlüssel gewesen, um erfolgreich durchzustarten und sich als mobiler Reiseberater einen Kundenstamm aufzubauen. Das gelang ihm vor allem, indem er seine Golfreise-Expertise unterstrich. Diese Spezialisierung war der Schlüssel zum Erfolg. "Da war die Facebook-Gruppe eine ideale Lösung", sagt er. "So konnte ich die Menschen animieren, sich über mögliche Golfreisen Gedanken zu machen."

Mehr dazu

So geht der mobile Berater vor

Im Sommer 2020 postete Dario Tunno Bilder und Videos von Golfplätzen weltweit. Es dauerte nicht lange, bis die Gruppe auf reges Interesse stieß. "Im Januar war schon ein gewisser Kern an Followern da", sagt er. Daraufhin startete er mit digitalen Kunden-Events zum Thema Golfreisen via Facebook. Der mobile Berater aktivierte viele Kontakte aus Roadshows und Messen.

Denn er hatte zuvor viele Jahre für einen Italien-Veranstalter gearbeitet und war außerdem fünf Jahre als Reiseleiter unterwegs. Zu seinen virtuellen Events lädt er unter anderem Tourism Boards, Golfreiseanbieter und Golfhotels ein. So ist demnächst ein digitales Event mit Beachcomber Resorts geplant. Als Plattform hat er sich für Zoom entschieden.

2021 insgesamt 20 digitale Events

Im vergangenen Jahr hat der Golfreisen-Experte 20 digitale Events veranstaltet, unter anderem über die Destination Andalusien, die Dominikanische Republik und Jamaika. Im Sommer reduzierte er die Anzahl auf ein bis zwei Events. Vom September an gibt es dann wieder bis zu vier Events pro Monat.

Die Zahl der Teilnehmer bewege sich zwischen 30 und 50 auf Zoom, so Tunno. Über Facebook kämen dann in der Regel 50 bis 60 Zuschauer noch dazu. "Viele schauen sich später die Aufzeichnung an."

Inzwischen zählt seine Gruppe Golfreise-Fans 1700 Follower. Etwa 60 Neukunden habe er über die digitalen Live-Sessions auf Facebook gewonnen. Interessant ist auch: Diejenigen, die Posts in seiner Gruppe liken und ihm auf Facebook folgen, seien nicht unbedingt diejenigen, die am Ende eine Reise buchen. "Viele sind mir vorher gar nicht auf Facebook begegnet."

Posten von Bildern und Testberichten

In den einstündigen Talks erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einige aktuelle Angebote von Hotels sowie Insider-Tipps, können Fragen während des Live-Talks stellen und am Ende auch etwas gewinnen. "Jeder Leistungsträger bringt einen Preis mit."

Nach jedem Live-Talk erntet er mehrere Anfragen. So habe ihm eine Live-

Session mit den Sun Resorts Mauritius innerhalb von wenigen Wochen zehn Buchungen eingebracht. Inzwischen bestreite er die Hälfte seines Umsatzes mit Golfreisen.

Ist er selbst unterwegs, teilt er nach und nach Bilder, Videos und die Testberichte von Golfplätzen und Resorts mit der Gruppe. "Dann gebe ich Vollgas." Zwar koste es vor allem Zeit und Energie. "Es ist für mich aber auch ein Hobby. Ich spiele selber gerne Golf und reise selber gerne und kann mich daher gut mit dem Thema identifizieren. Die Hälfte des Umsatzes bestreitet er inzwischen mit Golfreisen.

Jetzt geht er noch einen Schritt weiter und organisiert Gruppen-Golfreisen. Dabei handele es sich weniger um Trainingsreisen als vielmehr um Golfreisen mit Event-Charakter und kleinen Spaßturnieren. Unter anderem soll es eine Gruppenreise im Jahr 2023 zu einem großen Golf-Event in Italien geben.

Umgang mit unzulässigen Posts

Es handelt sich zwar um eine öffentliche Gruppe. Dario Tunno muss aber den

Beitritt bestätigen. Versuche mancher Touristiker, über die Gruppe Werbung für eigene Reiseprodukte zu machen, wie etwa Ferienwohnungen zu vermitteln, kann er so direkt einen Riegel vorschieben. "Ich lösche das Beitritts-gesuch sofort und habe schon in den vergangenen Jahren 200 Personen blockiert", sagt Tunno. "So habe ich aber auch Ruhe und nicht ständig Störfeuer."