

Business-to-Business, B2B	Das Geschäft mit einem Branchenpartner, über den Sie als Leistungsträger Ihr Produkt verkaufen.
Business-to-Consumer, B2C	Direkter Vertrieb des Angebots an den Kunden (Konsumenten), z.B. über eigene Webseite.
Global Player	International tätiges und einflussreiches Unternehmen, welches über sog. Tochterfirmen (Filiale) seinen Position weltweit stärkt.
Incoming-Agentur	Agentur im Zielmarkt, die Einzelleistungen einer Region an ausländische Reiseveranstalter (B2B) und Gäste (B2C) vermitteln.
Influencer Marketing	Vermarktung des eigenen Angebots, wobei der Einfluss wichtiger Meinungsmacher genutzt wird (v.a. Social Media).
Kommission / Provision	Anteilige Vermittlungsgebühr (i.d.R. 10 - 30%) die z. B. an Reisebüros, Buchungsplattformen oder Reiseveranstalter gezahlt wird.
Online-Buchung	Buchung, die auf der Internetseite (z. B. eines touristischen Leistungsträgers) getätigt und abgeschlossen wird. Entweder per Email oder automatisch generierte Antwort, z.B. über eine Online-Buchungsmaschine (online booking engine).
Online-Marketing	Klassische Marketing-Maßnahmen, die auf das Internet (online) Übertragen werden. Schwerpunkt liegt auf der Produktkommunikation und der Erhöhung des Bekanntheitsgrads (z.B. Bannerwerbung, Social-Media, Email-Marketing).
Online-Reisebüro	(= OTA, Online Travel Agency). Internet-Reiseportale, auf denen der Endverbraucher selbständig Angebote recherchieren und verbindlich buchen kann (z.B. Expedia, booking.com, Airbnb). Manche Vermittler agieren z.T. auch als Veranstalter.
Online-Veranstalter	Unternehmen (Tour Operator), welches touristische Einzelleistungen und Reisepakete (Pauschalreise) zu einem Gesamtpreis über Online-Kanäle an Endkunden (B2C) verkauft.
Online-Vertrieb	Kundenansprache, Präsentation und Absatz (Verkauf) von Leistungen über eine eigene Internetpräsenz oder auf das Internet basierende Vertriebswege (z.B. Buchungsplattformen, Online-Reisevermittler).
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	(= Search Engine Optimization). Maßnahmen, die darauf abzielen, dass Webseiten in den Suchergebnissen von Suchmaschinen (z.B. Google) auf höheren Plätzen gerankt und dadurch auch öfter von Usern besucht werden.
Paketreiseveranstalter	Großhändler (= Paketer), die touristische Einzelleistungen, wie z.B. Übernachtung, Verpflegung, Tickets bündeln und diese als „Pakete“ zu Nettopreisen z.B. an Bus- und Gruppenveranstalter oder Reisebüros (nicht aber an Endverbraucher) verkaufen.
Pressereise / Bloggerreise	Reiseangebote für Journalisten, Blogger, Medienvertreter und Multiplikatoren, um die Region vorzustellen.
Sales Calls	Ein persönliches Geschäftstreffen im Quellmarkt, um einen Business-Kontakt aufzubauen oder zu pflegen sowie ein (neues) Produkt vorzustellen. Möglich sind diese zur ersten Geschäftsanbahnung auch als Telefonat.
Sight Inspection	Geschäftsbesuch in der Region, um sich selbst ein Bild vom Angebot zu machen. Häufig sind Sight Inspections Teil einer Studienreise.
Studienreise / Famtrip	Reiseangebote für strategische Partner, um seine Region und das Angebot vor Ort darzustellen (Familiarization = Vertrautmachen).
Social Media	Digitale Medien (Facebook, Instagram, Youtube, etc.), in denen sich die Nutzer austauschen, Bilder verbreiten und Empfehlungen aussprechen können.
Telemarketing	Marketing, bei es dem weniger der direkte Verkaufsabschluss am Telefon geht, sondern v.a. um Informationsvermittlung. Beim Kunden wird Interesse geweckt und ein Bedarf ermittelt. Daran kann bei weiteren Maßnahmen angeknüpft werden.
Wholesaler	Globale Großhändler, die ihre eingekauften touristischen Einzelleistungen zur reinen Nettorate einkaufen und im Paket an Endkunden (oft auch online) verkaufen.