Wie werden Hotels zu «Hotelpersönlichkeiten»?

Sobald der aufmerksame Gast ein Hotel betritt, spürt er die Atmosphäre des Hauses. Ist das «Herzlich willkommen» mehr als nur eine Floskel? Begegnet er Mitarbeitenden, die Zufriedenheit ausstrahlen und gerne für den Gast da sind? Ist das Haus mit Liebe zum Detail eingerichtet? Strahlt es Behaglichkeit und Wärme aus? Und ist da etwas Aussergewöhnliches? Eine unerwartete Geste, die dem Gast ein «Wow!» entlockt?
Wenn ich bei Erstgesprächen Hoteliers nach dem USP (Unique Selling Proposition) frage, wird dieses Alleinstellungsmerkmal oft mit den «Must haves» verwechselt. Der Gratisparkplatz direkt vor dem Haus, die ruhige Lage, das beste Preis-Leistungsverhältnis im Ort oder die kleine Wellness-Anlage machen noch keinen echten USP aus!
Vor vielen Jahren habe ich für ein Wochenende in einem kleinen Familienhotel eingecheckt. Dieses Haus hatte den Titel «Hotel des Jahres» wirklich verdient. Nach einem herrlichen Abendessen servierte uns der Hotelier die Dessertteller mit unseren Vornamen in Schokolade auf den Teller geschrieben. Dies war nur eine von vielen kleinen Aufmerksamkeiten. Meine Verblüffung und Begeisterung waren damals so gross, dass ich noch heute von diesem Hotel schwärme.

Sorgen Sie dafür, dass man über Sie spricht! Von positiven Erlebnissen, die man nicht so schnell vergisst! Sie wissen: Die Begeisterung des Gastes ist die Summe vieler kleiner positiver Überraschungen.
Warum wird ein Hotel kaum wahrgenommen und ein anderes ist plötzlich in aller Munde? Vielleicht ist es das Design eines Stararchitekten, das Furore macht, oder ein Trend, den ein aufmerksamer Hotelier frühzeitig erkannt und umgesetzt hat. Differenzierung ist selten eine Frage des Geldes! Hotel-Unikate entwickeln sich im besten Fall aus den Leidenschaften der Hoteliers. Am meisten Herzblut bringt ein Gastgeber auf, wenn er authentisch ist und die Ideen in dem Umfeld sucht, das ihn selber am meisten fasziniert.
Überlegen Sie sich, mit welchen aussergewöhnlichen Angeboten und Serviceleistungen Sie Ihre Kunden verblüffen und begeistern können. Oftmals hilft die Aussensicht, um Chancen zu erkennen. Kreativen Ideen sind keine Grenzen gesetzt. Bestechen Sie mit Einzigartigkeit, verrückten Ideen. Haben Sie den Mut, anders zu sein! Laden Sie auch Ihre Mitarbeitenden ein, Vorschläge einzubringen und belohnen Sie gute Ideen. Das motiviert nicht nur, es bewirkt auch, dass Sie bei der Umsetzung Ihr Team mit im Boot haben.
Wenn Sie Ihre Positionierung gefunden haben, dann bleiben Sie diesem eingeschlagenen Weg treu. Es ist wichtig, dass Sie diesen Nischenmarkt, den Sie bearbeiten wollen, nicht verlassen. Die Umsetzung Ihrer Idee wird sich wie ein roter Faden durch Ihr individuelles Hotelkonzept ziehen.
Und nicht zuletzt bestimmen die Kommunikationsmassnahmen den Kaufentscheid des Gastes. Beeindruckt die Website Ihre potenziellen Kunden? Ist der visuelle und textliche Auftritt von gleich guter Qualität wie die Einrichtung und das Angebot des Hauses? Unter dem Motto «There is never a second chance for a first impression» muss die Website Ihre potenziellen Kunden sofort beeindrucken. Vor allem für Bilder in sehr guter Qualität sollte viel Aufmerksamkeit und Liebe zum Detail aufgewendet werden. Es ist das, was ein Gast zuerst sieht! Der visuelle Auftritt soll Emotionen und Sehnsüchte wecken und Handlungen auslösen – im besten Fall eine Anfrage oder Buchung.
Ich wünsche Ihnen viele kreative Ideen und Mut zu nicht alltäglichen Innovationen – und dass bald von Ihrem Haus als «Hotelpersönlichkeit» gesprochen wird. **H**

Die Autorin: Lucie Heim ist Geschäftsleiterin von Heim Hotelmarketing & Partner der Hotelmarketing-Gruppe, eine ausschliesslich auf Hotelmarketing spezialisierte Fullservice-Agentur. Sie ist eidg. dipl. Marketingleiterin und hat ein General-Management-Diplom und ein CAS (Certificate of Advanced Studies) in Tourismus. Durch ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau, auf die Lehr- und Wanderjahre in den verschiedenen Hotelbereichen folgten, kennt Lucie Heim die Hotellerie von Grund auf.
heim@hotelmarketing.ch
www.hotelmarketing.ch