



HOTELMARKETING GRUPPE

*Wir entwickeln Hotelpersönlichkeiten.*

---

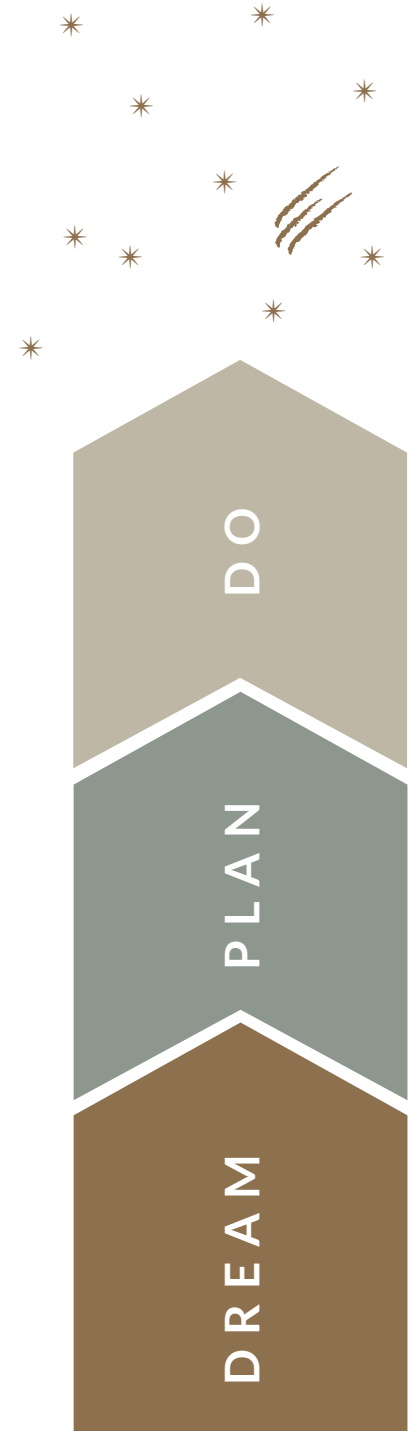
# DAS KOMETENPRINZIP

---

WIE AUS PERSÖNLICHKEIT UND GANZHEITLICHKEIT  
EINE ERFOLGREICHE HOTELMARKE ENTSTEHT.

”

MANCHMAL  
MUSS  
MAN DIE  
PERSPEKTIVE  
ÄNDERN UM NEUES ZU SEHEN.





---

# DAS KOMETENPRINZIP

---

2005 haben wir das KOMETENPRINZIP entwickelt.  
Eine dreistufige Vorgehensweise für eine ganzheitliche Hotelentwicklung  
und Hotelvermarktung.

Die Basis ist das Konzept. Dem Konzept folgt die Vertiefung.  
Die Vertiefung geht in die Vermarktung über. Oder wie wir es nennen:

**DREAM > PLAN > DO**

Die End-2-End-Lösung zur erfolgreichen Hotelpersönlichkeit.

# DREAM

STRATEGISCH  
KONZEPTIONELL

Im DREAM-Prozess ist es unsere Aufgabe, aus vielen Wünschen ein realistisches Konzept zu erarbeiten. Wir sensibilisieren für Trends, wir erörtern die Stilgruppen und den Wunschgast, wir analysieren die Machbarkeit, wir erschaffen ein neues Produkt. Kurz: Aus dem Traum wird Realität.

DREAM

## # 1 KICK-OFF-PHASE

- Testbesuch mit Unternehmensscan
- Professioneller Mystery Check
- Initialtreffen mit Ergebnisscan bzw. Auswertung

## # 2 ENTWICKLUNGSPHASEN

### Entwicklungsphase 1

- Diverse Brainstorming Methoden
- Ist/Soll-Analyse
- Trends, Framing, Trendtouren, Trendscouting
- Lebensstile, Zielgruppen, Stilgruppen
- Makroanalyse (Markt und Mitbewerber)
- Mikroanalyse (Standortanalyse)
- Positionierung, Nische, Neupositionierung
- Vision und Mission

### Entwicklungsphase 2

- Name und Claim
- Erlebnisbereiche: Architektur- und Planungsimpulse, Innenarchitektur / Interior Design / Corporate Room, Landschaftsarchitektur, Services, F&B, Spa, Düfte, Sound, Bekleidung
- USP: Innovationsentwicklung, Gasterlebniskette

### Entwicklungsphase 3

- Feintuning, Verabschiedung konzeptioneller Ideen
- Wirtschaftlichkeit
- Businessplan
- Begleitung der Finanzierung

## # 3 MARKENHANDBUCH

- Markenkern
- Markenwerte
- Markendesign: Typografie, Ikonographie, Bildwelten, Farben, Sprache, Sound, Geruch, Geschmack, Haptik
- Markenkommunikation
- Markenstory

„UNMÖGLICH“ SAGT  
DIE TATSACHE.  
„VERSUCH ES!“  
FLÜSTERT DER  
TRAUM.

# PLAN

TAKTISCH  
VERTIEFEND

---

Im PLAN-Prozess wird jeder Bereich Ihres künftigen Betriebes separat durchdacht, geplant und entwickelt. In diese Arbeitsprozesse beziehen wir gerne Branchen-Experten mit ein. Wird z. B. der SPA-Bereich bis ins kleinste Detail ausgearbeitet, unterstützt uns dabei ein spezialisierter SPA-Consultant. Entsprechend bei weiteren Themen wie Architektur, Inneneinrichtung oder F&B. In der Vertiefungsphase schnüren wir zudem das wesentliche Gerüst Ihrer Vermarktung. Das gibt Sicherheit, Orientierungshilfe und bündelt alle nötigen und sinnvollen Marketingmaßnahmen für Ihre Zielgruppen.

PLAN

## # 4 VERTIEFUNGSSPHASEN

### Basics

- USP
- Benennung aller Unternehmensbereiche und Services
- Wirtschaftlichkeit
- Nachhaltigkeit
- Technologiekonzept (strategische Planung)
- Servicebereiche

### Gasterlebnisketten

- Architektur
- Innenarchitektur
- Landschaftsarchitektur
- Spa
- F&B
- Öffentliche Bereiche (u.a. Lobby)
- Zimmer, Suiten, Appartements, Chalets
- Tagungsräume
- Shop / Merchandising
- Kooperationspartner
- Ausflugsziele

### Vermarktung & Vertrieb

- Marketingstrategie (Product, Place, Pricing, Promotion, People, Processes, Physical Evidence)
- Marketingjahresplan
- Wirtschaftskooperationen
- Events (intern, extern)
- Arbeitgebermarke (Employer Branding, Recruiting)
- Werbemittel (On- & Offline)
- Vertriebsstrategie
- Pricing und Packages



“

**ERFOLG  
IST DIE FOLGE VON  
ENTSCHEIDUNGEN.**

# DO

## OPERATIV VERMARKEND

---

Im DO steckt unsere ganze Vermarktungspower. Online wie offline. Über Social Media und Pressearbeit. Kooperationen und Printwerbemittel. Die DOs sind so vielschichtig wie individuell. Es gibt DOs, an denen führt kein Weg vorbei, aber auch solche, die nicht zwingend jeder Betrieb braucht. Wir nehmen Sie hier an die Hand und stimmen die essentiellen Maßnahmen passend zu Ihrem Marketingbudget ab.

## LET'S DO IT!

DO

## # 5 MARKETING-BASICS

- Definition der Vermarktungsschwerpunkte
- Kommunikationstrategie der Customer Journey (Inspiration, Infosuche, Buchung, Vorfreude, Reiseerlebnis, Reflektion, Teilen)
- Markenmeldung (national, international)
- Domainset, Domainstrategie, Domainsicherung
- Corporate Design (Logo, Farben, Typografie, Materialien)
- Corporate Wording mit Hotelkorrespondenz

## # 6 TECHNOLOGIEN

- PMS Property Management System
- IBE Internet Booking Engine
- GDS Global Distribution Service
- CM Channelmanager
- CRM Customer Relation Management
- RM Revenue Management
- IHT Inhouse Techniken
- Websitetechnologie (CMS)
- Gutscheinsysteme

## # 7 VERTRIEBSUMSETZUNG

- Pricing und Packages
- Online (Direkt, Indirekt)
- Offline

## # 8 KOOPERATIONEN

- Wirtschaftskooperationen
- Hotelkooperationen
- Medienkooperationen

## # 9 VERMARKTUNG ONLINE

- Website mit Onlinebuchbarkeit
- SEO/SEA/Retargeting
- Newsletter-Marketing
- Social-Media-Marketing
- OTAs Online Travel Agents
- Metasearcher-Anbindung
- Online-Themenportale
- Online-Kampagnen
- Reputationsmanagement (Bewertungsportale)
- MICE-Marketing
- Online PR
- Influencer, Blogger Relations
- Online-Controlling
- Messenger-Marketing
- Bot Technologien
- Mobile-Marketing/Apps
- Tablet-Lösungen (Digitale Zimmermappe)
- Kundenclubs
- Multiplikatorenprogramme
- NTOs Nationale Tourismusorganisationen

## # 10 VERMARKTUNG OFFLINE

- Printwerbemittel (extern, intern)
- Geschäftsdrucksachen
- Hotelkorrespondenz
- Beschilderung und Leitsysteme
- Fotografie (klassische Fotografie, Social-Media Shots, Panoramen, Drohnentechnik, Video, VR)
- Visualisierungen
- Film / TV / Radio / Kino
- Pressearbeit (klassische PR)
- Reisemittler, Reiseveranstalter
- Mediaplanung von Printkampagnen
- Haushaltswerbung (Postwurf)
- Inseratswerbung, Advertorials in Tageszeitungen und Magazinen
- Außenwerbung (Out-of-home-Kampagnen)
- Mailings
- Guest Amenities
- Werbeartikel, Giveaways
- Quality-Checks
- Guerilla Marketing
- Promotions und Sponsoring
- Messen und Events

”

# SIND SIE BEREIT FÜR EINEN PERSPEKTIVENWECHSEL?



Service-Zentrale für Deutschland, Österreich, die Schweiz und Südtirol:

**HOTELMARKETING GRUPPE**  
**Wir entwickeln Hotelpersönlichkeiten.**

Willy-Brandt-Allee 4 | D-81829 München  
Fon: +49 89 – 23 23 75 95 | Fax: +49 89 – 23 07 63 74  
info@hotelmarketing.info | www.hotelmarketing.info