

Häufige Fehler vermeiden



Wenn es ums Housekeeping geht, sollten Hotels keine Kompromisse eingehen / Foto: iStock / DragonImages

SiteMinder, eine Plattform zur Kundengewinnung in der Hotelbranche, hat zehn Fehler gesammelt, die Hoteliere häufig unwissend machen. Zudem wird verraten, wie diese vermieden werden können.

?Viele Hoteliere scheitern nicht, weil ihr Hotel nicht gut genug ist, sondern weil sie Fehler machen, die eigentlich einfach zu vermeiden wären. Es ist wichtig, kompetente Mitarbeiter einzustellen, die richtigen digitalen Tools und Social Media-Portale zu nutzen, sich die Lage und Umgebung der Unterkunft zum Vorteil zu machen und neuen Gästen das Hotel über die Webseite im besten Licht zu präsentieren. Wenn Hoteliere diese Grundregeln nicht beachten, werden sie schnell von der Konkurrenz überholt?, sagt Clemens Fisch, Regional Sales Director für die EMEA-Region bei SiteMinder.

1. Fehlende Kontaktinformationen
 Eine Webseite mit tollem Design und aufregenden Funktionen ist zwar für die Kunden schön anzuschauen, nützt jedoch nichts, wenn sie die Adresse und Telefonnummer nicht finden können. Grundlegende Kontaktinformationen sollten immer Priorität haben und gut sichtbar sein.

2. Automatische Wiedergabe von Videos und Musik auf der Webseite
 Viele Menschen buchen ihren Urlaub online während ihrer Arbeitszeit zwischen 9 und 17 Uhr. Das Letzte, was diese potentiellen Gäste möchten, sind laute Werbeeinblendungen oder Hintergrundmusik, die im Büro zu hören ist. Diese Art von Webseiten-Schreck führt dazu, dass die Seite ganz schnell verlassen ? und wahrscheinlich auch nicht wieder aufgerufen wird.

3. Falsche Nutzung von Social Media
 Soziale Medien bieten Marketing-Möglichkeiten, doch die Portale müssen richtig genutzt werden. Der Traffic sollte auf die Webseite und Buchungsseite geleitet werden, nicht weg von den Seiten. Hoteliers machen häufig den Fehler, Webseiten-Besucher auf die hoteleigenen Social Media-Kanäle weiterzuleiten. Dabei sollte es anders herum sein, denn viele verlieren sich dort schnell und kehren nicht wieder auf die Hotelwebseite zurück.

4. Schlechte Qualität der Webseiten-Fotos
 Es bringt nichts, in ein aufwendiges Design für die Hotelwebseite zu investieren, wenn die verwendeten Fotos von schlechter Qualität sind. Der visuelle Aspekt ist Reisenden sehr wichtig, denn sie möchten genau wissen, wofür sie bezahlen. Verschwommene und verpixelte Fotos führen selten zu Buchungen. Es lohnt sich, in qualitativ hochwertige Fotos zu investieren. Auch eine regelmäßige Aktualisierung des Bildmaterials auf der Webseite gehört dazu ? vor allem, wenn die Einrichtung des Hotels geändert wird.

5. Herunterladen von einfachen Informationen
 Wenn sich Reisende zum Beispiel die Speisekarte des Hotelrestaurants ansehen möchten, sollte dies innerhalb der Webseite möglich sein. Downloads von PDF-Dateien und dergleichen verringern in der Regel die Anzahl an Interaktionen.

6. Verbindung mit den falschen Vertriebskanälen
 Wenn Hoteliers mit Online-Reisevermittlern (OTAs) arbeiten ? egal ob direkt oder über einen Channelmanager ? ist es wichtig, vorher Recherche zu betreiben. Hoteliers sollten jene Buchungsportale auswählen, von denen sie profitieren und sollten in die Entscheidung einbeziehen, aus welchen Gasttypen ihre Zielgruppen bestehen ? kommen die Gäste aus Deutschland oder aus dem Ausland? Reisen sie allein oder mit der Familie? Was ist ihr Durchschnittsalter? Dementsprechend sollten auch die passenden Vertriebskanäle ausgewählt werden.

7. Lokale Angebote nicht nutzen
 Gäste reisen selten nur wegen der schönen Hotelzimmer an. Sie kommen, um das Reiseziel zu erkunden und genau das sollten Hoteliers zu ihrem Vorteil nutzen. Aus diesem Grund bietet es sich an, mit Unternehmen und Anbietern aus der Region zusammenzuarbeiten, um Angebote für Veranstaltungen zu machen oder Erlebnispakete anzubieten.

8. Nicht auf Kundenkritik eingehen
 Alles rund um das Schreiben und Antworten auf Bewertungen ist extrem wichtig für das Hotel. Kundenzufriedenheit und der gute Ruf sind ausschlaggebend für zukünftige Buchungen. Das Feedback der Gäste sollte daher immer berücksichtigt und Kritik angenommen werden. Die zeitnahe Reaktion sowohl auf positive als auch negative Bewertungen auf Bewertungsportalen oder den eigenen Social Media-Seiten spielt eine wichtige Rolle dabei, ob der Gast zurückkommt und das Hotel weiterempfiehlt.

9. Es wird nicht auf Saisonalität geachtet
 Der Preis, den Gäste für ein Hotelzimmer bezahlen würden, hängt unter anderem von Angebot und Nachfrage ab. Saisonalität spielt aber auch eine wichtige Rolle. Die Zimmerpreise sollten an die jeweilige Jahreszeit angepasst werden, um den Erwartungen der Gäste gerecht zu werden. In diesem Zusammenhang sollten auch saisonale Rabatte und Pauschalangebote ein wichtiger Teil der Verkaufs- und Marketingstrategie sein.

10. Mangelnde Liebe zum Detail beim Housekeeping
 Zu den häufigsten Beschwerden von Gästen gehören unter anderem schmutzige Zimmer oder die allgemeine Sauberkeit im

Hotel. Wenn es um Housekeeping und Sauberkeit geht, sollten Hotels keine Kompromisse eingehen. Das ist nicht nur für den Arbeits- und Gesundheitsschutz wichtig, sondern auch, um letztendlich negative Bewertungen zu vermeiden.