

Take-away Empfehlungen aus dem Workshop

Die folgenden Punkte kann jeder für sein Haus mit aufnehmen und bearbeiten. Wir empfehlen euch, für eine erfolgreiche Umsetzung Kollegen aus Sales, Marketing, Revenue, Reservierung, Front Office mit hinzuzunehmen und die Kollegen vom House Keeping vorab zu befragen, wie Gäste Zimmer zum Teil umstellen und nutzen.

Außerdem solltet ihr vorab einen neuen Blick auf eure Gästereviews werfen. Hier sind oft Merkmale zu Zimmern mit aufgeführt, die bisher keine Beachtung gefunden haben. z.B. In Zimmer x gibt es eine bodentiefe Dusche, Zimmer y hat Verdunklungsvorhänge, Zimmer z ist besonders ruhig oder besonders kühl, etc.

- Vorab: Screen eurer Gästereviews mit Blick auf Zimmermerkmale und Erlebnisdimensionen
- Aufnahme der Erlebnisdimensionen in das Inventar
 - Layout, Bedding, Size, Bathroom, Location, View, Outdoor Spaces, Design & Fiction
- Bestimmung der Zielgruppen / Kundensegmenten
- Relevanz der Erlebnisdimensionen pro Kundensegment bestimmen
- Zimmerkategorien überarbeiten basierend auf den erfassten Daten
 - Neue Kategorien? Anpassung der Kategoriendefinitionen? Neugruppierung einzelner Zimmer in andere Kategorien?
- PMS Daten aufräumen und Erlebnisdimensionen miterfassen
- Sales & Marketing Kommunikation anpassen
- Webseite und Beschreibung der Zimmerprodukte basierend auf Erlebnisdimensionen überarbeiten (Relevanz der Kategorien entsprechend anpassen)

Als weitere Hilfestellungen erhaltet ihr von uns ein Excel Dokument zum Erfassen des Inventars in Erlebnisdimensionen.