

FactSheet Hotels

Mehr Kunden in privat geführten Hotels.

Privat geführte Hotels haben es heute nicht mehr so einfach wie früher. Die Kräfteverhältnisse haben sich (zum Teil gravierend) verändert. Denn neben den Privat geführten Hotels gibt es mittlerweile die immer größer werdenden Hotelketten, die potentielle Kunden mit „Exklusivität“, „Lifestyle“ und viel Werbung anlocken. Das gemütliche kleine, stilvolle und regionale Hotel kommt nur noch schwer zu dem Bekanntheitsgrad welches es eigentlich verdient hätte. Aber warum ist das so?

Sachverhalt

- ▶ Das Privat geführte Hotel mit regionaler Geschichte und regionalem Stil könnte viel mehr Besucher verbuchen, aber die Werbung sowie das Marketing stimmen nicht mehr bzw. sollten überdacht werden.
-

Lösung

Hoteliere sollten die Zeichen der Zeit erkennen und sich den Gegebenheiten anpassen und „hingeben“. Folgende Stichpunkte werden helfen zu verdeutlichen, wie besondere Eigenheiten eines Hotels hervorzuheben sind:

- ▶ Auflistung aller Besonderheiten des Hotels gegenüber den üblichen bekannten Hotelketten.
(Beispiel: Lage, Einrichtung, Geschichte, Preise, Service)
- ▶ Konzeptentwicklung, Design und Marketing
(Beispiel: Schrift, Logo, Farbgebung, Broschüren, Internetseite, Fotos des Hotels, eigene Postkarten, Flyer)
- ▶ Umsetzung und Anzeigenschaltung
(Beispiel: Werbung in überregionalen Zeitschriften sowie auch in ausländischen Zeitschriften schalten. Regionales, nationales und internationales online Marketing. Nutzung von Google-Maps (für Unternehmensinformationen) sowie der Google-Suche (für eine erfolgreiche Suchmaschinenplatzierung).

Grundsätzlich gilt als feste Regel: Ein Designwechsel Hand in Hand mit einer Strategieveränderung in der Kommunikation nach außen, wird positive Veränderungen bewirken. Jede Veränderung zeigt Wirkung.

Diese Faktoren müssen bei einem erfolgreichen Wechsel stimmig und perfekt umgesetzt werden:

- ▶ Fotos des Hotels
- ▶ Design der WebSite und Printprodukte
- ▶ Farben
- ▶ Werbetexte
- ▶ Hervorhebung von standortbedingten Besonderheiten und Aktivitätsmöglichkeiten

Bestehendes Potential sollte nicht verschenkt, sondern intensiviert werden. Wir können Sie bei einem Wechsel unterstützen und im Voraus über ein mögliches Vorgehen beraten.

Autor: Alexander Waldmann, BMU AGENCY Werbeagentur

Publikation nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Autors und der BMU AGENCY Werbeagentur.

Copyright 2011