



Die Ferienhotellerie

mrp hotels Marketing & Revenue Management Special

Aktuell bleibt Hoteliers nicht weitaus mehr übrig als durchzuhalten und auf eine baldige Wiedereröffnung ihrer Hotels zu warten.

Statt „Langeweile“ und „Trübsal“ gibt es aber spannende Themen, für die die nun zur Verfügung stehende Zeit sinnvoll genutzt werden kann.

Dezember 2020

Weitere Analysen und regelmäßige Updates auf www.mrp-hotels.com

Durchhalten und folgende Themen ins Auge fassen

- Aktuell bleibt allen nichts anderes übrig als in unterschiedlichen Szenarien zu denken und die Zukunft bestmöglich zu antizipieren
- In der Zwischenzeit könnten/sollten folgende Themen fokussiert werden:

- ➔ Installation von neuen **Software und Managementsystemen** (PMS, Booking-Engine, etc.)
- ➔ **Marketingkonzept** ausbauen: Website Optimierung, Überarbeitung der Channel Auswahl, Einführung von Analysetools, Marketing auch in Zeiten des Lockdowns weiterführen, Newsletter (z.B. mit Programm Mail Chimp) einführen
- ➔ **Pick-Up/Forecast/Revenue-Systeme** optimieren und Pricing verbessern
- ➔ **Mitarbeiterschulungen** durchführen
- ➔ **Konzept- und Angebotsbausteine** zukunftsorientiert ausrichten (Spa, F&B, ...); neue Themen wie „Workation“ oder die „Neuordnung von Nähe und Distanz“
- ➔ Umsetzung der **PSD 2 Grundverordnung** / Kreditkartenverordnung – Deadline verschoben auf den 01.03.2021 (ursprünglich 14.09.2019 bzw. 31.12.2020) – Doppel bzw. Zweifaktorauthentifizierung ist ab dann verpflichtend, bedeutet keine TAN Listen mehr, alles nur noch elektronisch (Tokenizer oder Mobiltelefon) s. auch hierzu weitere Informationen auf unserem [LinkedIn](#) Channel)

Unterstützende Marketingmaßnahmen

Angebotsgestaltung

Meaningful Experiences

- Menschen hinterfragen verstärkt, wie sie ihre Zeit sinnvoll verbringen können
- Neuer Trend des „Resonanz-Tourismus“ (Zukunftsinstitut.de) = langlebige Erlebnisse schaffen (Gemeinschaft, Persönlichkeit)



„klein aber fein“

- Angebote für den kleinen Kreis
- Angebote, die das Leben „verbessern“ – „how to change lives“
- Alternative Angebote bereit halten

„öffnen für das Image“

- Selbst, wenn es nur zu einer „Teilöffnung“ kommt, ist eine Öffnung des Hotels für die Beziehung mit den Gästen sinnvoll

Kommunikation

Positivität

- Gäste wollen über die Umsetzung von Maßnahmen für „Gesundheit“ und „Sicherheit“ im Hotel informiert, aber nicht „zugesamt“ werden
- „Newsfeed“ macht Lust auf Urlaub

Persönlichkeit & Individualität

- Die besondere Produkt- und Angebotsgestaltung im Hotel hebt sich vom Wettbewerb ab
- Abwechslung ist von den Gästen gefragt
- Massentourismus war gestern

Ehrlichkeit

- Menschen sind sensibler auf Wortwahl geworden und betrachten das Angebot mit mehr Skepsis
- Was verkauft wird, sollte auch angeboten werden

Soziale Verantwortung

- Marken sollten aktuelle Trends wie Gesundheit, Sicherheit, Nachhaltigkeit ernst nehmen
- Informationen über das aktuelle Infektionsgeschehen und mögliche Maßnahmen am Hotelstandort helfen bei der Buchungsentscheidung

Digitalisierung

Marketing

- IT und Marketing rücken näher zusammen
- Analysen können helfen
- Channel Auswahl im Marketing sollte überdacht werden
- Kommunikation kann gezielter aufgestellt werden



1. Gästeverhalten und -nachfrage besser verstehen
2. Angebote (F&B, Spa,...) nach Bedarf aufstellen
3. Gezielte Ansprache von bestimmten Zielgruppen („Spam“ vermeiden)
4. Insbesondere in Zeiten von Covid hins. Sicherheit und Gesundheit Sensibilität der Gäste testen
5. „Loyale“ Gäste gewinnen

Beispiele aus der Praxis



naturhotelforsthofgut • Abonniert
Naturhotel Forstthofgut

naturhotelforsthofgut
Glücksmomente schenken! 
freuen uns sehr, auch heuer wieder Teil der großen Geschenktion „Weihnachten im Schuhkarton“ zu sein. Wir hoffen, dass wir damit bedürftigen Kindern Momente voller Glück und Freude zu Weihnachten schenken können. 

   
Gefällt hotelchaletmirabell und 983 weitere Personen
VOR 18 STUNDEN

Kommentar hinzufügen ...

Naturhotel
Forstthofgut
Von Aktivitäten
berichten

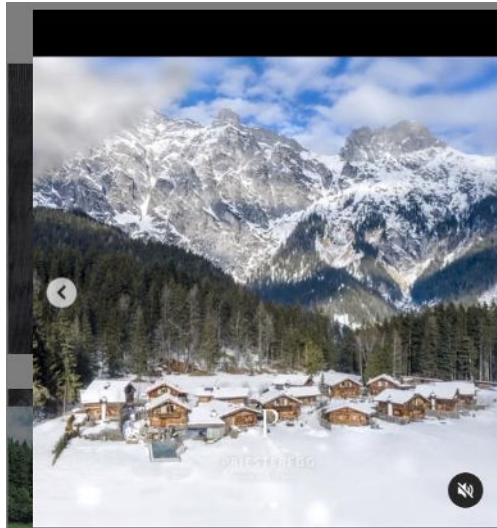
Black Friday
Newsletter –
Liquidität
sichern mit
Gutscheinen!!

Familux
Hotels
Gutscheine
verschenken



Gutscheine

KOSTBARE
GEMEINSAME
MOMENTE – DAS
IDEALE GESCHENK
FÜR FAMILIE UND
FREUNDE.



priesteregg
Bergdorf Priester

priesteregg
Vorfreude
jetzt vom #
unvergessliche
unserem #Priester
#priestereggpremiumecoresort
#priestereggchalets #leogang
#einfachleben #einfachmenschsein
#chaletdorf #chalet #chalets
#chaletstyle #winter #wintercoming
#vorfreude #winter2020 #pinzgau

   
Gefällt 654 Mal
VOR 6 TAGEN

Priesteregg
Premium Resort
Vorfreude
machen



Angebote:
Urlaubspauschalen im
☆☆☆☆ Hotel Bergland Sölden

Bergland
Sölden
Klare Kommu-
nikation

Buchungs- und Stornierungsbedingungen beachten

Kurzfristig

- 1 Beibehalten von Corona-**Stornierungsbedingungen** (kostenfreie Stornierung bis zum Tag vor der Anreise bzw. max. 24 Stunden vorher) bis Q1 / bis Ostern 2021!
 - 2 Anbieten von „**Advance Purchase Raten**“ (Bereitstellen von kostenfreien Umbuchungen, wenn voller Storno nicht möglich, muss der Kunde potentielle Preisdifferenzen zahlen).
 - 3 **Vermeiden von Discounterpreisen** / Zusammenarbeit mit z.B. Tour-Operator vermeiden, denn auch für diese Buchungen fehlen aktuell die Gäste
 - 4 Für **Weihnachten und Silvester** (je nachdem was erlaubt ist) Optionen gestalten:
Option 1: Im Gastronomiebereich Festtags-Menü mit Unterhaltung anbieten (Einspielen von Filmsequenzen, Musik, Lichtshow, ...) mit Abstandsregelungen
Option 2: „Dinner for Two“ im Zimmer mit Specials, Goodies (z.B. Champagner, Dessert, ...)
 - 5 Bereits zu Feiertagen und auch im Winter (je nachdem wie Eröffnung möglich) **hohe Nachfrage und Zahlungsbereitschaft** von Gästen zu erwarten. Nachfrage von neuen Gästegruppen, die sonst im Ausland unterwegs gewesen wären.
- ## Mittelfristig (ab April 2021)
- 6 Buchungs- und Stornierungsbedingen an Pre-Corona Zeiten orientieren, u.a. auch Pricing. Nach gewonnener, positiver Erfahrung im Sommer 2020 mutiger agieren. Bei Gästen bereits für den Sommer 2021 werben.
 - 7 **Kontaktaufnahme zu Gästen**, die stornieren mussten oder ihren Urlaub verschoben haben, Ansetzen von Seminaren etc.

Kommunikation mit mrp hotels



LinkedIn: www.linkedin.com/company/mrp-hotels



Youtube: www.youtube.com/mrp-hotels



COVID-19: www.mrp-hotels.com/covid-19



Insta: www.instagram.com/mrp-hotels/

Kooperative Partnerschaften:



RICS

ISHC
INTERNATIONAL SOCIETY OF
HOSPITALITY CONSULTANTS

Impressum

MRP Consult GmbH
Getreidemarkt 14/29
1010 Vienna, Austria
+43 1 890 6661 | vienna@mrp-hotels.com

MRP Consult Germany GmbH
Savignyplatz 9/10
10623 Berlin, Germany
+49 30 3434 740 | berlin@mrp-hotels.com

MRP Consult Benelux BV
Plein 1945 #27
1252 MA, Laren, Netherlands
+31 621 280 532 | benelux@mrp-hotels.com

MRP Turizm Danismanligi Limited Sirketi
Vefabey Sk. 9/14
Besiktas Istanbul, Turkey
+90 532 063 36 47 | turkey@mrp-hotels.com

Dieser Bericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet und auf Grundlage der Informationen und Auskünfte erstellt, die zum Zeitpunkt der Untersuchung zur Verfügung standen bzw. vom Auftraggeber oder Dritten zur Verfügung gestellt wurden. Eine Gewähr für das Eintreten der Annahmen und das Erreichen der prognostizierten Ergebnisse kann nicht übernommen werden. Wie bei auf Marktdaten und aktuellen Gegebenheiten basierenden Analysen üblich, gelten die Analyseergebnisse nur für einen begrenzten Zeitraum, nach welchem diese anzupassen / zu erweitern sind.

Autoren



Martin Schaffer
+43 664 625 3683
martin.schaffer@mrp-hotels.com



Lea-Sophie Zwoch
+49 178 34 34 746
lea-sophie.zwoch@mrp-hotels.com