

Hotel Studie 2017

Die heuer durchgeführte Hotelstudie zeigt auf, dass die gehobene Hotellerie in Österreich zu passiv am Telefon agiert.

Das klassische Beratungsgespräch durch die Rezeption oder Reservierung verläuft eher verhalten, die Wünsche des Kunden bleiben oft unbeachtet. Wird ein Angebot verschickt, fassen nur 20% das Offert nach. Mehr Aktivität kann hier helfen die Wünsche des Kunden zu erheben und eine passende Lösung anzubieten.

„Österreichische Hotelbetriebe zeigen wenig Aktivität darin, auf die Kundenbedürfnisse des Gastes einzugehen“, stellt Manuela Nagy, Studienverantwortliche und Trainerin von Telemark Marketing durch die aktuelle Service Erhebung fest. „Die Mitarbeiter an der Rezeption gehen zu wenig auf den Gast ein und verpassen dadurch viele Chancen auf eine Buchung oder gar auf einen Zusatzverkauf. Professionelles, proaktives Handeln kann hier helfen die Bedürfnisse des Anrufers zu erkennen und dessen Wünsche zu besprechen.“

Das Tempo passt

75% der Anrufe werden in den ersten 10 Sekunden entgegen genommen. Die Wartezeit ist kurz und wird meist durch Musik und Hotelinformationen in der Telefonanlage zusätzlich subjektiv verkürzt. „Die Betriebe legen großen Wert auf rasche Reaktionszeiten; beim Abheben des Telefons wie beim Versenden des Angebotes. Auf der Strecke bleibt die Bedarfsanalyse und der Gast selbst,“ meint Nagy. „Wir gewinnen den Gast nicht, nur weil wir schnell sind. Das setzt er voraus. Ein impact starker Touchpoint ist das was begeistert und womit wir punkten.“

Interesse zeigen ist nicht unsere Stärke

Die Hotelstudie zeigt auf, dass die Werte bei der Freundlichkeit bei 75% liegen. Der Softskills Bereich wird gut bewertet und der Wohlfühlfaktor im Gespräch ist in Ordnung. „Gerade dort, wo allerdings echtes Interesse am Gast bekundet werden kann, dreht der Mitarbeiter ab“, resümiert Nagy. Nur 25% der getesteten Gesprächspartner erheben die e-mail Adresse, nur in 51% der Fälle wird nach dem Namen des Anrufers gefragt und lediglich 9% erfassen die Telefonnummer. Die passive Freundlichkeit wird gut bewertet, das Engagement allerdings nicht. Nur 40% der Testcalls bewerten das Engagement innerhalb der Top Box. „Die Auseinandersetzung mit dem einzelnen Anrufer ist nur auf einen kurzen Zeitraum beschränkt. Ein richtiger Dialog mit Bedarfsermittlung und Alternativtechniken ist so schwer möglich“, erklärt Nagy den Grund, weshalb aus der Sicht der Testanrufer sich das Engagement der Rezeptionisten in Grenzen hält. Die Frage nach seinem Namen, um Interesse zu zeigen und ihn aus der Anonymität zu befreien, ist hier ein wichtiger Faktor für den Beziehungsaufbau und die Wertschätzung des Anrufers.“, so Nagy

Den Sack zumachen

Österreichische Hotelbetriebe bemühen sich um den Gast auf höchstem Niveau. Die Angebote, die der Interessent nach seiner Anfrage erhält, sind detailliert gestaltet und versuchen den Urlaub schmackhaft zu machen. Trotzdem werden nur 20% der Angebote vom Mitarbeiter an der Rezeption nachgefasst. „Der größere Teil wird einfach verschickt und damit basta!“ resümiert Nagy. Der Gast befindet sich aber in der wichtigsten Phase seiner Kaufentscheidung. „Gerade da lassen wir ihn alleine; mit seinen Fragen und seinen Wünschen. Wer fragt gewinnt! Vielleicht hätten wir positive Antworten und ihn dadurch als Gast gewinnen können. Eine customer journey ohne customer; und ohne Reise!“

Über Service Test Studie 2017

Die Service Test Erhebung wurde zum zweiten Mal repräsentativ österreichweit in allen Bundesländern durchgeführt. In einer telefonischen Erhebung wurden Testanrufe gemacht und ihre Qualität nach Sternekategorien ausgewertet. Die Häufigkeit nach Kategorien betrug: 65 Prozent Viersterne, 27 Prozent Viersterne S sowie 8 Prozent im Fünfsterne Segment. Neben der Zeit zum Abheben wurden die Freundlichkeit, Fragetechniken aber auch das Erheben von Kundendaten bewertet. Speziell die Fragen nach Alternativangeboten und einer Bedarfsanalyse bieten Einblicke in das Reservierungsverhalten der Branche.

Durchgeführt wurde die Erhebung vom Marktforschungsinstitut Telemark Marketing

Weitere Informationen:

Telemark Marketing

Mag. Nanuela Nagy, MTD

Studienverantwortliche und Trainerin

Zehetnergasse 6

A-1140 Wien

Tel: +43/1/8928585 2002

Email: manu.nagy@telemark-marketing.com

Internet: www.telemark-marketing.com