

THE DAILY POINT OF YOU

THE DOLDER GRAND

dailypoint™
Central Data Management



THE DOLDER GRAND

In einem der renommiertesten Hotels in Zürich, wo nur das Beste gut genug ist, wird auch in der digitalen Kundenkommunikation großen Wert auf Exzellenz gelegt.

Das Dolder Grand in Zürich setzt seit 7 Jahren erfolgreich auf dailypoint, um die digitale Kommunikation mit seinen Gästen zu managen. Wir baten das Team darum, uns zu erläutern, warum das Versenden individualisierter Reservierungsbestätigungen so wichtig ist.

TANJA RAUSCH, Projekt- und Anwendungsspezialistin beim renommierten **THE DOLDER GRAND**, schließt sich heute unserer Videokonferenz direkt von ihrem Büro in Zürich aus an. Mit über 20 Jahren Erfahrung im Dolder Grand sorgt Tanja dafür, dass die digitale Umgebung reibungslos funktioniert und jeder Mitarbeiter die Systeme optimal nutzen kann. Wenn jemand die Bedürfnisse dieses außergewöhnlichen Hotels versteht, dann ist es zweifellos Tanja.



www.dailypoint.com

THE DAILY POINT OF YOU

dailypoint™: Man hört manchmal, dass „Bestätigungen problemlos vom PMS aus gesendet werden können“ – was denken Sie darüber?

Tanja: „Ich denke, ein PMS kann sicherlich eine Bestätigungs-E-Mail senden, das ist kein Problem. Aber die Qualität, die Details und die Personalisierung dieser E-Mail werden keineswegs den Erwartungen unserer Kunden gerecht. Eine Reservierungsbestätigung ist nicht dasselbe wie ein Bestellbeleg aus einem Online-Shop. Der Kunde bestellt keine Schuhe, er reserviert eine Reise, ein Erlebnis, und unsere Antwort sollte das widerspiegeln.“

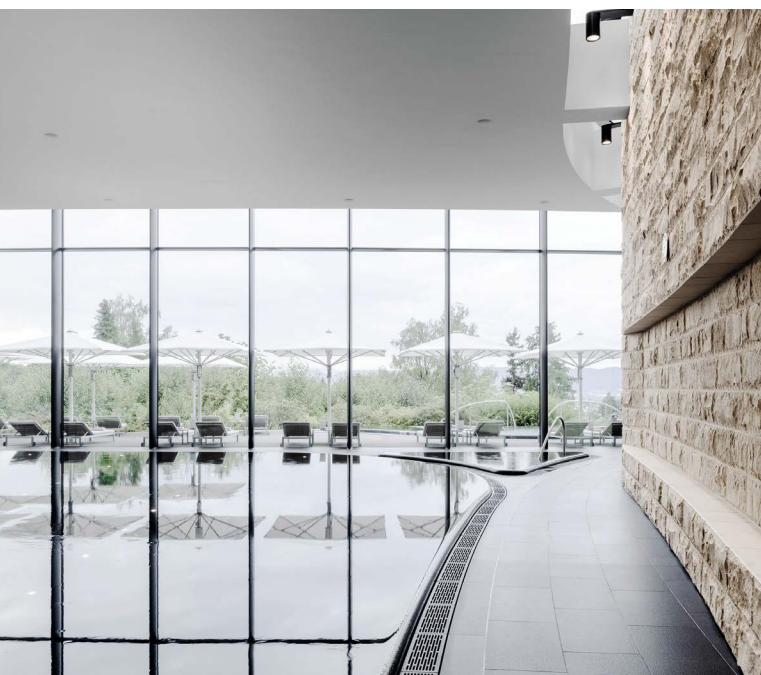
dailypoint™: Eine Erlebnis zu buchen klingt viel inspirierender als nur ein Zimmer zu reservieren. Wie nutzen Sie Bestätigungen, um Ihre Kunden zu inspirieren?

Tanja: „All unsere Bestätigungs-E-Mails sind personalisiert und reich an Inhalten. Wir bestätigen nicht nur die Buchung des Kunden mit Worten, sondern auch mit Bildern. Durch die Visualisierung kann der Kunde seinen Aufenthalt leichter vorstellen und beginnen zu träumen. Abhängig von der Art des Aufenthalts, der Zahl der Gäste und anderen Variablen fügen wir weitere Elemente hinzu, die dem Kunden bei der Reiseplanung helfen können. Basierend auf seinem Profil schlagen wir ihm möglicherweise eine Tischreservierung, Spa-Behandlungen oder andere Dienstleistungen vor. All diese dynamischen Elemente können berücksichtigt und perfekt auf den Kunden zugeschnitten werden. Für uns ist es auch sehr wichtig, dass die Bestätigungs-E-Mail ansprechend aussieht, daher ist ein gutes Design-Tool für uns unerlässlich.“



dailypoint™: Auf den ersten Blick könnte man denken, dass das Versenden dieser personalisierten Bestätigungs-E-Mails ein zeitaufwändiger Prozess ist. Ist das nicht etwas, das nur Luxushotels sich leisten können?

Tanja: „Tatsächlich sind wir besonders zufrieden damit, wie schnell wir unsere personalisierten Bestätigungs-E-Mails mit dailypoint generieren können; der Prozess ist sehr effizient. Darüber hinaus ermöglicht die Verbindung zur TAC Spa-Software, dass jede Spa-Buchung automatisch zur Zimmerbestätigung hinzugefügt werden kann. Und bald wird die Integration mit SynXis es uns ermöglichen, eine einheitliche und hochwertige Kommunikation zu erstellen, unabhängig davon, wie der Kunde seinen Besuch bucht. Um ehrlich zu sein, würde unsere Reservierungsabteilung ohne die Option, sowohl Angebote, Bestätigungen als auch Stornierungs-E-Mails zu erstellen, vor vielen Herausforderungen stehen. Ist das etwas, das nur für Luxushotels spezifisch ist? Ich betrachte die Integration von Technologie, um einen qualitativ hochwertigen Kundenservice zu bieten, nicht als etwas Spezifisches für die Luxusbranche, sondern eher als einen intelligenten und effizienten Ansatz.“



THE DAILY POINT OF YOU

dailypoint™: Sie haben erwähnt, dass Sie dailypoint auch für den Versand Ihrer Newsletter verwenden. Würden Sie einige Worte dazu mit uns teilen?

Tanja: „In der Tat verwenden wir dailypoint erfolgreich für den Versand unserer Newsletter. Durch die Nutzung des Profile Engine-Moduls zur Anreicherung unserer Kundenprofile mit Interessen, wird es besonders einfach, separate Zielgruppen zu definieren und verschiedene Inhalte basierend auf diesen Kriterien zu versenden. Auch wenn wir auf diesem Gebiet recht erfahren sind, bietet das Tool so viele verschiedene Optionen - einige könnten das einschüchternd finden, aber für uns ist das einfach großartig!

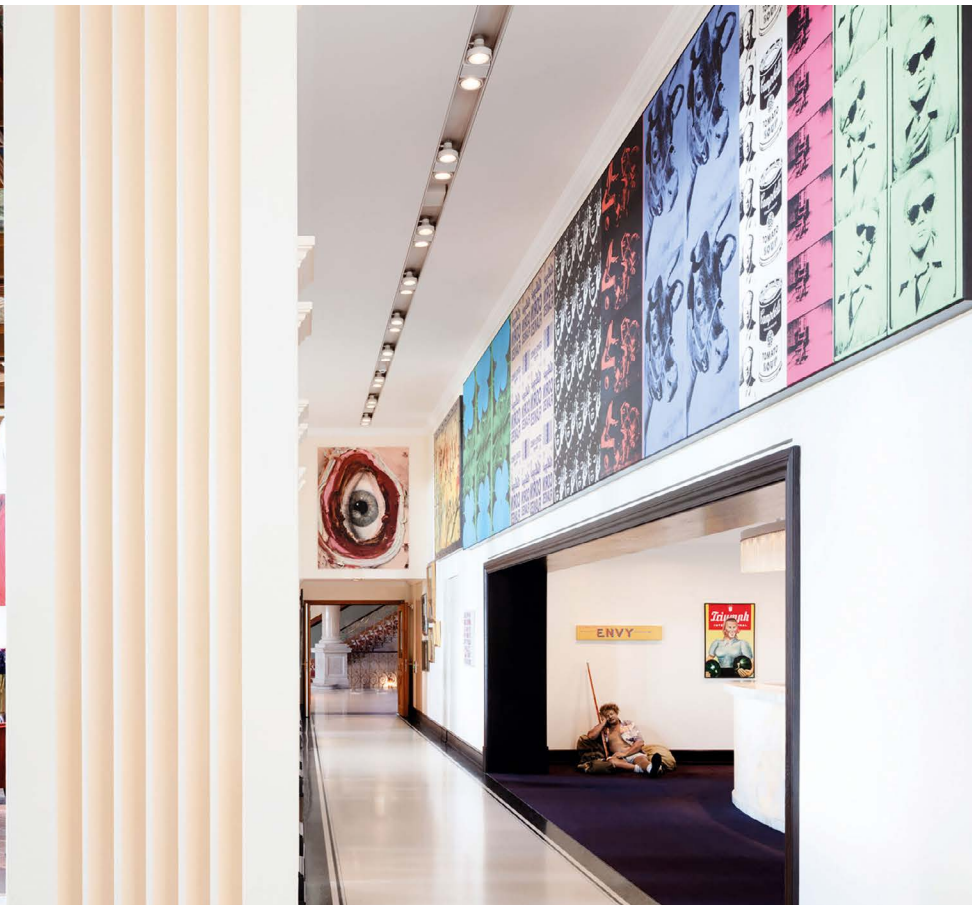
Für uns bedeutet das, dass dailypoint nicht nur unsere aktuellen Anforderungen erfüllt, sondern auch weit darüber hinausgeht. In dieser auf Daten fokussierten Zeit ist es beruhigend zu sehen, dass unser Anbieter immer einen Schritt voraus ist und unsere Bedürfnisse noch vor uns erkennt!“

Mit einem herzlichen Dank an Tanja, deren Statement mich an den unvergesslichen H.C. Andersen erinnert, der einst sagte: „Zu Reisen bedeutet zu Leben“. Das

bringt mich auf den Gedanken: „Logisch! Dieses atemberaubende Hotel, reich an Kunst und schöner Architektur, verkörpert den Geist des Reisens auf einzigartige Weise.“ Und in Bezug auf digitale Gastfreundschaft sind sie wie außergewöhnliche Künstler; sie sind nicht nur auf dem neuesten Stand, sondern Ihrer Zeit bereits einen Schritt voraus.

THE DOLDER GRAND VERWENDET DIE FOLGENDEN DAILYPOINT MODULE:

- dailypoint™ Data Laundry, das leistungsstarke Tool zur Datenbereinigung
- dailypoint™ Profile Engine mit automatischer Zuordnung von Interessen zum Kundenprofil
- dailypoint™ Booking Manager, zur Verwaltung von Transaktions-E-Mails
- dailypoint™ Campaign Manager, zum Versand sämtlicher Kundenkommunikation
- dailypoint™ Online Reputation Management
- zusätzliche Integration mit dem PMS, dem Spa-Buchungsmanagement-Tool sowie dem CRS des Hotels



NEUGIERIG? Kontaktieren Sie uns – sales@dailypoint.com