

PARTNER

Kundenbindung in der Hotellerie

Der Weg zum Erfolg durch Loyalty-Programme

In der heutigen wettbewerbsintensiven Hotelbranche ist es entscheidend, nicht nur neue Gäste zu gewinnen, sondern auch bestehende zu halten. Loyalty-Programme haben sich als effektives Instrument erwiesen, um die Kundenbindung zu stärken und den Direktvertrieb anzukurbeln. Dieser Artikel beleuchtet die Chancen und Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches Loyalty-Programm.

Zielgruppen verstehen

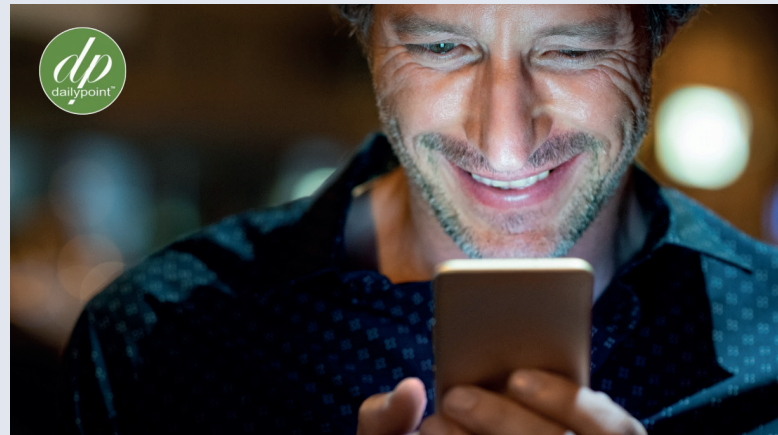
Ein umfassendes Verständnis der Zielgruppen ist der erste Schritt zum Erfolg. Loyalty-Programme sind nicht nur für Gäste von Vorteil, sondern können auch zur Mitarbeiter:innen-Bindung beitragen und für Firmenkunden attraktiv sein. Ein flexibles Programm, das verschiedene Gruppen anspricht und die Möglichkeit bietet, dass beispielsweise Firmenbucher:innen gleichzeitig Mitglieder im Gästeclass sind, kann den Nutzen deutlich erhöhen.

Technische Integration

Die technische Umsetzung eines Loyalty-Programms ist oft eine Herausforderung. Ein effektives Programm begleitet die Gäste auf der gesamten Reise – von der Buchung über den Aufenthalt bis zur Nachbetreuung. Die Integration in die Booking Engine, um spezielle Mitgliederraten zu zeigen und die Anmeldung während der Buchung zu ermöglichen, ist hierbei essenziell. Gleiches gilt für die Anbindung an das Property Management System (PMS) zur automatischen Punktberechnung und das Point-of-Sale-System (POS), um Vorlieben und Punktestände direkt vor Ort berücksichtigen zu können.

Digitale Tools und Datenschutz

Digitale Lösungen wie Hotel-Apps, Online-Shops und die Website spielen eine wichtige Rolle, um das Loyalty-Programm für den Gast zugänglich und attraktiv zu machen. Nicht zu vergessen ist die Bedeutung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), deren Anforderungen sorgfältig beachtet werden müssen.



Das zentrale Gastprofil

Ein zentrales Gastprofil ist das Herzstück eines erfolgreichen Loyalty-Programms. Es ermöglicht eine personalisierte Ansprache und Angebote, die genau auf den Gast zugeschnitten sind. Die Auswahl der richtigen Partner zur Erstellung einer umfassenden und professionellen Lösung ist dabei entscheidend.

Fazit

Loyalty-Programme bieten große Chancen für die Hotellerie, erfordern jedoch eine sorgfältige Planung und Implementierung. Ein Programm, das die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen berücksichtigt, technisch nahtlos integriert ist und ein zentrales Gastprofil nutzt, kann maßgeblich zur Gästebindung und zum Erfolg eines Hotels beitragen.

BEST PRACTICES

Loyalty-Lösungen für Hotelketten:

→ Rotana



Kleiner Kundenclub Individualhotel:

→ Platzl Hotel München



KONTAKT

Dr. Michael Toedt
Geschäftsführer & Gründer
michael.t@dailypoint.com
dailypoint.com