Das Internet verzeiht nichts

Experte rät zum gewissenhaften Umgang mit Online-Medien / Micros-Fidelio hat passende Tools entwickelt

DONAUESCHINGEN. Mit schlecht gepflegten Internet- und Netzwerkauftritten katapultiert sich ein Betrieb schnell ins Aus. Das sagte der Hotelberater und Social-Media-Experte Andreas Romani beim jüngsten Treffen des Suite8-Kundenbeirats von Micros Fidelio im Öschberghof, Donaueschingen.

Unter dem Motto „Social Media – die zarteste Versuchung, seit es Hotelmarketing gibt" referierte der frühere Hotelier auf Einladung des Software-Anbieters über innovative Möglichkeiten des Marketings. „Heute greife ich nicht zum Telefon, wenn ich ein Hotel suche, sondern gehe ins Netz, weil ich anhand der Informationen auf den Websites sofort sehe, was für mich infrage kommt und was nicht." Besonders fatal seien veraltete Infos, die Hoteliers online präsentieren. Wer interessiere sich etwa an Ostern fürs Weihnachtsmenü des vergangenen Jahres? Das gleiche gelte für Einträge in Netzwerken, auf die man keinen Einfluss habe. „Das Internet vergisst nichts, schauen Sie ständig nach, was die Gäste reinstellen, denn sie sagen damit öffentlich, wo das Problem liegt", so Romani. Nur wer sofort auf Feedback von Gästen reagiere, könne das Ruder herumreißen.

Gastgeber, Veranstalter, Referent: (von links) Alexander Aisenbrey, Öschberghof, Christian Janssen, Micros-Fidelio Deutschland, und Andreas Romani

Foto: Gerhard Herr

Schnell reagieren

Romani rät auch, die Gäste zu Bewertungen aufzufordern und diese dann auf der Homepage zu veröffentlichen. „Viele Gäste sind offenbar immer noch der Meinung: Wenn's in Ordnung ist, muss ich ja nichts schreiben. Und das ist ein Trugschluss, den Hoteliers ausräumen sollten", so Romani. Wenn ein Haus gut bewertet werde, dann orientiere man sich daran und buche entsprechend. „Ich muss immer wissen, was über mich gesprochen wird", riet Romani den anwesenden Hoteliers und nannte ein Beispiel: Teilnehmer einer Tagung hatten getwittert, dass es seitens des Hotels ziemlich unrund lief. Das Management allerdings las diesen Eintrag noch während der Tagung und reagierte prompt. Kurz darauf twitterten die Teilnehmer, wie toll das Hotel den Patzer ausgebügelt hat – und dass sie auf jeden Fall wiederkommen werden. „Eins zu Null für den Betrieb und für die Kommunikation via soziales Netzwerk", so Romani. Doch nehme das Tempo des Feedbacks ständig zu, begünstigt durch moderne Geräte wie Touchpads und iPhones. Der Gast tippe darauf seinen Kommentar, der umgehend auf der Website oder im sozialen Netzwerk erscheine. „Man darf den Gast nicht aus den Augen verlieren, er steht immer im Zentrum", so Romanis Fazit.

Aspekte, deren Bedeutung auch Christian Janssen, Managing Director von Micros-Fidelio Deutschland, hervorhob. „Jeder Betrieb muss individuell mit der Zeit gehen, sich dem veränderten Lebensstil der Menschen anpassen und schnell reagieren", schrieb Janssen den Hoteliers ins Aufgabenheft. Nur wer gute Informationen über seine Kunden habe, könne auch gezieltes Marketing betreiben. „Der Informationsfluss läuft heute nicht mehr über Broschüren, sondern über soziale Netzwerke, und dieser Herausforderung muss man sich stellen", so Janssen, der einige Software-Neuerungen vorstellte. Als neue Funktionen in der Suite8-Version 8.9 sind besonders die Möglichkeiten in der Onlinekommunikation mit dem Gast hervorzuheben. Über das Modul Mystay kann der Hotelier mit seinen Kunden in Interaktion treten, Gäste können beispielsweise Informationen und Details zu aktuellen und zukünftigen Hotelreservierungen eingeben und bearbeiten.

Smartphone-kompatibel

Über Mystay lässt sich außerdem die Rechnung auf einem Smartphone darstellen, die Tischreservierung im Restaurant vornehmen oder eine Bestellung aufs Zimmer ordern. Zudem gibt es ein Gutschein-Tool mit Verkaufs- und Abrechnungsfunktionen. Weitere Neuerungen gibt es im Bereich der Hotelbewertung.

Der Suite8-Kundenbeirat besteht aus rund 30 Mitgliedern, die einen Querschnitt der deutschen Micros-Fidelio-Kunden bilden. Ziel ist der Dialog zwischen Anbieter und Anwender, um bedarfsgerechte Lösungen entwickeln zu können. „Wir werden diese Idee der Kommunikation auch künftig weiterverfolgen", so das Fazit von Christian Janssen. *Sylvia Herr*

- www.ideas4hotels.com
- www.micros-fidelio.de
- www.oeschberghof.com

Anzeige

★★★★★
AHGZ

Nächste Woche in der AHGZ

Anuga-Trends
Jede Menge Prominenz, spannende Wettbewerbe, Neuheiten zum Essen und Trinken: Handverlesene Infos von der weltgrößten Foodmesse in Köln.

Küche & Mehr

Der große Käsewagen ist passé. Doch Gastronomen, die ihren Gästen ein kleines, feines Käse-Sortiment anbieten, können ordentlich punkten. Die besten Tipps und Tricks für Profis.

www.ahgz.de

Neues Konzept für die Hogatec

ESSEN. Von der Fachmesse mit Technik-Schwerpunkt zum Allrounder: Mit einem überarbeiteten Konzept und neuen Inhalten will die Fachmesse Hogatec deutlich mehr Publikum erreichen. „Wir werden die Hogatec in Richtung Food und Beverage weiter entwickeln", so Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen. „Die Branche wünscht sich eine Networking-Plattform, auf der sich auch die Getränke- und Lebensmittelwirtschaft präsentieren kann." Demnach soll es künftig vier große Ausstellungsbereiche geben: Essen, Trinken und Genuss; Technik, Ge-