

Hotelbewertungen sind die Basis für das Qualitätsmanagement – vorausgesetzt man macht es richtig

Dass Gästebewertungen einen grossen Einfluss auf Buchungen haben, ist bekannt. Dass immer mehr «Fake-Hotelbewertungen» im Umlauf sind – Tendenz steigend – ist auch bekannt. Es ist eine Frage der Zeit, wie lange die Gäste den Online-Rezensionen als Information noch trauen.

Alexander Fläckel

Vom «Beifahrer» zum «Steuermann»
Oder anders formuliert: nehmen Sie das Heft in die eigene Hand, erstellen Sie Ihre eigene Befragung und nutzen Sie diese für eine optimale Kundenbeziehung und ein internes Qualitäts- und Verbesserungsmanagement. Niemand kann besser darüber Auskunft geben, welche Erwartungen Gäste haben, als die Gäste selbst. Deshalb sind Gästebefragungen – und Kundenzufriedenheitsanalysen im Besonderen – zu einem wichtigen Instrument im Qualitätsmanagement, in der Produktentwicklung und im Marketing geworden.

Laufende Online-Umfrage
«Hotel-eigene», laufende Online-Umfragen erlauben ein permanentes Feedback der Gäste. Sie weisen eine Reihe von Vorteilen gegenüber den eher willkürlichen und oft nicht objektiven Meinungen auf den bekann-

ten Online-Plattformen und Buchungsplattformen auf. Eine laufende Onlinebefragung ermöglicht ihnen nicht nur ausschliesslich die sehr positiven oder sehr negativen Gäste-Kommentare zu realisieren, sondern ein effektives Qualitäts-Monitoring mit repräsentativen und aussagekräftigen Mittelwerten für ihr Haus zu ermitteln.

Eine Online-Kundenbefragung kann individuell – auch bezüglich Corporate Design – erstellt, durchgeführt und «just in time» ausgewertet werden. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse können Schlüsselinformationen für Verbesserungen zielgerichtet und effizient gewonnen werden.

Die umfangreichen Bemerkungen können so direkt in die betroffenen Abteilungen fliessen und die Mitarbeiter werden dadurch stärker in die Verbesserungsprozesse involviert.



Ob Sie jeden Gast für sein Feedback danken und auf die Bewertung eingehen, bzw. antworten ist abhängig von den Ressourcen, welche im Betrieb zur Verfügung stehen.

Kundenzufriedenheit schaffen

Kundenzufriedenheit entsteht durch Vergleichsprozesse. Konsumenten/Gäste stimmen ihre Erwartungen an ein Produkt oder eine Dienstleistung mit den tatsächlich wahrgenommenen Leistungen ab. Dabei spielen nicht nur das Produkt und seine Eigenschaften eine Rolle, sondern auch das Umfeld bzw. die Serviceleistung, die mit dem Erwerb dieses Produkts einhergeht. Wenn der Betrieb wächst, sind daher nicht nur neue Ziele und Angebote, Konzepte zur Steigerung der Produktions- und Serviceinnovation oder Prozessoptimierungen nötig, sondern auch Messungen der Kundenzufriedenheit. Dazu braucht es effiziente Instrumente. Diese sollen zu punktuellen Verbesserungen führen und vor allem konkrete Massnahmen aufzeigen, die das Unternehmen voranbringen.

Benchmarking

Waren die Kunden begeistert, zufrieden oder «nur» anwesend? Um diese scheinbar offensichtlichen Unterschiede systematisch zu erfassen, braucht es wirksame Erhebungen und Auswertungen. Mit einem Benchmarking gelingt der Vergleich zu anderen Unternehmen. Die brancheninterne Gegenüberstellung oder der Vergleich in einem Konzern oder Netzwerk zeigt, was «state of the art» ist und spornt zu Verbesserungen geradezu an. Die Analyse mittels Benchmarking berücksichtigt auch die Angebote der Konkurrenz.

Sei glücklich und sag's anderen

Die Erfahrung zeigt, dass der überwiegende Teil der Gäste viele Komplimente und

positive Aussagen über das Hotel macht. Daher gibt es auch die Möglichkeit, einen elektronischen Gästebucheintrag zu hinterlassen. Der Gast gibt zu dem Eintrag seinen Namen und sein Einverständnis zur Veröffentlichung auf der Homepage des Hotels. Die übrigen Bewertungen bleiben auf Wunsch des Gastes anonym. Somit hat das Hotel einerseits die konstruktiven Bewertungen des Gastes für das interne Qualitätsmanagement und andererseits eine positive Bewertung/Empfehlung für künftige Gäste. Diese Einträge werden automatisiert auf die Hotelwebsite übermittelt und erscheinen täglich als aktuelle Empfehlungen für andere Gäste oder Interessenten. Zudem wird die Befragung mit Holiday Check verknüpft (mit Einverständnis des Gastes) und die Bewertungen können auch zu TrustYou (auf Wunsch des Hotels) übermittelt werden.

Somit wird sowohl die interne Sicht (Verbesserungspotential) als auch die Marketing-Sicht der Gästebewertungen aktiv genutzt.

IRC-Swiss GmbH
www.irc-feedback.com

IRC-Swiss GmbH

Rainweg 8
4496 Kilchberg / BL (Schweiz)
Phone: +41 41 760 83 37
Handy: +41 79 523 25 43
info@irc-feedback.com
www.irc-feedback.com

