

Die Expertein weiss Rat

Das gewisse Etwas



LESLIE MÜLLER
ist Product Managerin bei STC.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Fragen rund um STC und
deren Dienstleistungsangebot.

Hoteleigene Packages sind gut fürs Image. Gekonnt eingesetzt, stärken sie die Positionierung, erhöhen die Attraktivität und geben dem Haus den letzten Schliff – das gewisse Etwas eben.

Wozu dienen Hotelpackages? Die Antwort scheint klar: Um unzählige Zusatzbuchungen zu generieren. Fehlanzeige! Viele Hoteliers verwechseln hoteleigene Packages mit Promotionen in aufgestärkten Print- und Onlinemedien. Aber aufgepasst: Hier gilt es, eine klare Linie zu ziehen. Promotionen haben zum Ziel, ein möglichst hohes Buchungsvolumen zu generieren. Das Erfolgsrezept: ein einfaches Package mit einer massenfähigen Zusatzleistung, kombiniert mit einem einfach zu kommunizierenden Einheitspreis. Ganz anders verhält es sich beim hoteleigenen Package. Hegen Sie hier keine falschen Erwartungen. Einen Buchungsboom wie bei

Coop-Promotionen werden Sie damit kaum auslösen. Erachten Sie es vielmehr als Marketinginstrument. Nutzen Sie es als interessantes Kommunikationsmittel, um die Positionierung Ihres Produktes zu stärken und zu unterstreichen.

Welche Leistungen gehören in ein hoteleigenes Package?

Setzen Sie bei der Erstellung der Pakete auf Kreativität und Einzigartigkeit. Aller guten Dinge sind bekanntlich drei. Arbeiten Sie deshalb mit einem Klassiker, einem Saisonangebot sowie einem Signature Package. Verpacken Sie darin die schönsten Erlebnisse Ihres Hauses, bringen Sie Ihren USP zum Ausdruck und lenken Sie damit die gesamte Aufmerksamkeit auf sich. Kurz gesagt: Präsentieren Sie die Schokoladenseite Ihres Hotels. Zeigen Sie Mut und probieren Sie hier und da etwas Ausgefallenes aus. Ob extravagant, märchenhaft, schrill, bizarr, verblüffend oder beflügelnd – machen Sie Ihr Package zur Sensation. Ein originelles Package kann auf Social Media Wunder wirken! Ein gekonnter Marketing-Gag wird Ihren Kunden bestimmt nicht so schnell aus dem Kopf gehen.

Wie berechne ich eine solche Pauschale?

Obschon es hauptsächlich um Positionierung statt um reinen Verkauf geht: Ein Pauschalangebot muss der Glaubwürdigkeit halber immer günstiger sein als eine Buchung von separaten Einzelleistungen – Betonung auf immer. Als Hotelier gilt es also, die Margen zu senken oder teils komplett zu entnehmen. Die höchste Marge liegt auf dem Übernachtungspreis, deshalb empfiehlt es

sich, dort den grössten Rabatt zu gewähren. Fixpreise haben bei hoteleigenen Packages ausgedient. Denn das 100-fränkige Hotelzimmer von heute kostet morgen vielleicht bereits das Doppelte. Tagespreise, die wie auf einer Achterbahn auf- und absauen, gehören zum Normalzustand und machen der altertümlichen Package-Berechnung buchstäblich einen Strich durch die Rechnung. Fälschlicherweise werden auch heute noch Pauschalangebote nach diesem Prinzip berechnet, ergo kaum je gebucht. Vermeiden Sie diesen Fehler und machen Sie sämtliche Pakete abhängig von der Tagesrate. Nur so bewegen sie sich im Einklang mit dem Preisniveau Ihres Betriebes. Damit ist die Attraktivität des Specials jederzeit gewährt.



Schön verpackt ist halb verkauft. Das gilt auch für Hotelpackages.

Fotolia/Eyetronic

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.



Haben Sie Fragen an STC?
Telefon 043 210 55 15
(Mo–Fr, 8–17 Uhr)

E-Mail:
hotelhelpdesk@stc.ch

MARKTNOTIZEN



Patrik Weidenmann, Messeleiter Ferienmesse Bern.

Thematische Erlebniswelt als Mehrwert

Die Tendenz, mit Sonderthemen anstelle eines Gastlandes Schwerpunkte zu setzen, hat sich schon 2014 abgezeichnet. Patrik Weidenmann, Messeleiter Ferienmesse Bern, ist vom Konzept überzeugt:

«Wir konnten im vergangenen Jahr in Basel mit Afrika als Sonderthema sehr schöne Akzente setzen und gleich mehreren Ausstellern diese Plattform bieten, was im Endeffekt vor allem auch dem interessierten Publikum zugutekommt. Die Resonanz war auf beiden Seiten und auf mehreren Ebenen sehr positiv.»

In Bern hat man sich für «Nordische Länder und Arktis» entschieden. Der Klassiker «Lateinamerika» hat für die Basler das Rennen gemacht. An beiden Standorten wird man eine Erlebniswelt aufbauen, die das Publikum faszinieren und inspirieren soll.

«Wir werden Inszenierungen im Eingangsbereich, Food- und Handcraft-Stände, entsprechend gestaltete Bereiche mit renommierten Spezialisten sowie zusätzliche Attraktionsflächen haben», freut sich Weidenmann.

Neu bei BRITA – Mein Wasser für meine Gäste

Wollten Sie nicht schon immer Ihren Gästen günstiges Tafelwasser in höchster Qualität anbieten?

BRITA Vivreau bietet Geräte in einzigartigem Design und Technik, die den Anspruch an gesunden und kostengünstigen Wassergenuss jederzeit erfüllen. Jetzt können Sie mit dem BRITA-Komplett-Mietsystem Ihren Gästen und den Mitarbeitern individuelles, für die Umwelt nachhaltiges Tafelwasser anbieten.

Mit den leitungsgebundenen Vivreau-Bottlern zapfen Sie BRITA-gefiltertes Trinkwasser aus Ihrer eigenen «Quelle» in wiederverwendbaren, formschönen Designerglasflaschen und servieren es Ihren Gästen und Besuchern, wo und wie Sie möchten: gekühlt, still, medium oder kohlenstoffhaltig. Vivreau Bottler bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihren Gästen durch Filtration veredeltes und gekühltes Wasser als Alternative zu Flaschenwasser zu servieren.



BRITA-gefiltertes Wasser für Ihre Gäste.

Je nach Flaschengrösse kann ein individueller Preis zwischen CHF 4.00 und CHF 8.00 gelöst werden. Oder auch als kostenlose Aufmerksamkeit für Ihre Hotelgäste im Zimmer.

Das BRITA-Komplett-Mietsystem zur Flaschen-Befüllung und Bewirtung der Gäste

umfasst folgende Grundausstattung: BRITA-Vivreau-Bottler: der leistungsstarke Trinkwasserspender für die Gastronomie und Grossunternehmen.

Zubehör: eine grosse Anzahl an Designerglasflaschen (auf Wunsch inkl. Hotel- oder Firmennamen-Aufdruck), Tragekästen, Spülkörbe usw.

Kundendienst: Abonnement, Präventivwartung und Filtertausch.

www.brita.ch

Dessert-Kreationen für jede Jahreszeit

Sind Sie auf der Suche nach kreativen, erfrischenden Dessert-Ideen, mit welchen Sie Ihre Gäste zu jeder Jahreszeit verzaubern können?

Da bietet Ihnen «i gelati» mit dem Dessertkonzept «Dolce Novità», welches exklusiv für die Gastronomie entwickelt wurde, genau das Richtige an. Das Konzept umfasst über 60 Dessertkreationen von jeder Grösse und für jeden Geschmack; klassisch von retro bis innovativ und gewagt, mal fruchtig, mal schokoladig oder mal gebacken. Die Desserts sind eher klein gehalten, damit diese noch attraktiv im Peis sind und sie jeder nach einem feinen Essen mag. Für jede Kreation gibt es eine Rezeptur mit passendem Serviervorschlag, genaue Preiskalkulation sowie ein appetitliches Bild, das in die Dessertkarte kommt, diese stellt der Aussendienst-Mitarbeiter von «i gelati» am Laptop individuell mit jedem Kunden zusammen, selbstverständlich auch mit Namen und Logo des Betriebes sowie Hauskreationen, welche der Betrieb selber herstellt.

www.igelati.ch



Aprikosen-Sorbet mit Honig-Balsamico, Vermicelles und Petits gâteaux aux carottes von igelati.

Lieferantenbeziehungen optimieren mit ABACUS-Adressmanagement

Wie gut wissen Firmen Bescheid über Abmachungen mit ihren Lieferanten? Oft müssen mühsam Ordner durchkämmt werden, um Konditionen und spezielle Vereinbarungen, Umsätze oder Gesprächsprotokolle zu finden. Mit der Adressverwaltung von ABACUS geht es viel schneller und effizien-

lichen Informationen, von Verträgen über allfällige Reklamationen bis zu Gesprächsnotizen. Ebenfalls hinterlegt werden Links zu Katalogen und Angeboten. Damit sind die relevanten Informationen mit wenigen Mausklicks verfügbar, und dies sowohl für laufende Aufgaben, wie Bestellungen, als auch für die periodische Überprüfung von Lieferantenbeziehungen.



ter. Die Software dient in erster Linie zur Verwaltung von Adressen – doch sie kann viel mehr: Jede Lieferantendresse lässt sich mit elektronischen Ordnern ergänzen. In diesen Ordnern sammeln Anwender alle wesent-

Das ABACUS-Adressmanagement ist eigentlich eine Standardsoftware. Doch die Fachleute von der fidevision ag machen aus ihr ein vielseitig nutzbares Managementinstrument. Mehrere Hotels setzen bereits auf die Lösung, so auch das Grand Resort Bad Ragaz. «Mit wenig Aufwand haben wir einen sehr grossen Nutzen erzielt», bestätigt dessen Einkaufsleiter Stefan Dürst.

www.fidevision.ch

Neue Saucen bei Supro

Das Saucensortiment von Supro hat weitere Highlights. Gemäss der Philosophie von Supro kamen für diese ergänzenden Produkte nur hochwertige Rohstoffe zum Einsatz. Des Weiteren wurde bei den neuen Saucen auf Geschmacksverstärker verzichtet. Die Saucen sind die ideale Ergänzung zu vielen Gerichten, flexibel in der Anwendung und geeignet für kreative Ansprüche. Wir wollen authentischen Geschmack übermitteln.

typischen Geschmack. Die Sauce wird vor allem zu gegrilltem Fleisch serviert wie beispielsweise Entrecôte.

Freuen Sie sich auf die neuen Supro-Saucen, welche genussvollen Geschmack vermitteln und Ihre Gerichte bereichern. Wir halten unser Versprechen!

www.supro.ch

Die neue Sauce Red Thai Curry rundet jedes Thai-Gericht ab und gibt die richtige Note dazu. Ihre dezente Schärfe unterstreicht die zubereitete Mahlzeit und vermittelt den typischen Geschmack der thailändischen Küche. Die Curry-Basen bestehen aus feinen Kräutern und Gewürzen, welche in Thailand eine typische Zutat sind.



Die neue Verpackung von Supro – handlich und wiederverwendbar.

Die überarbeitete Saucen-Rezeptur Café de Paris – der Klassiker schlechthin – ist noch geschmackvoller, und die feinen, ausgesuchten Kräuter verleihen dem Café de Paris den