

Der Umgang mit dem digitalen Gast

Was können Sie tun, um die Erwartungen zu erfüllen

Maurice Sausse

TRUSTYOU 

TRUSTYOU.COM

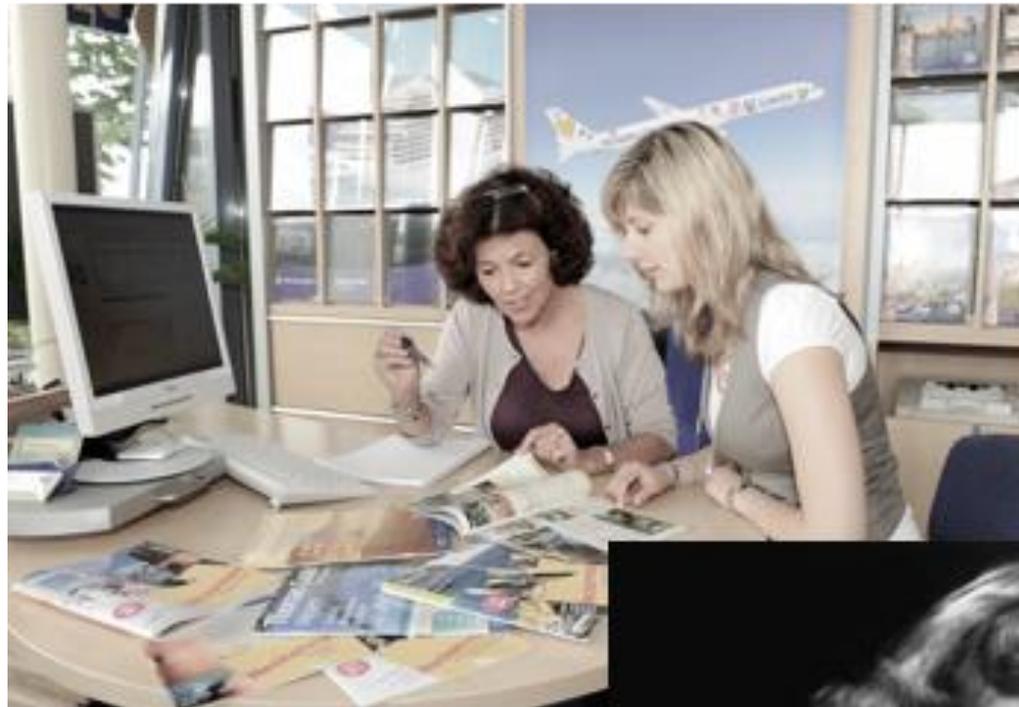


Unsere heutigen Themen



- Das Buchungsverhalten der digitalen Gäste
- Der Einfluss von Bewertungen auf das Buchungsverhalten
- Wie man den digitalen Gast für sich gewinnt
- Technologie im Fokus des Hotelaufenthaltes
- Fragen & Antworten

Wie finden Reisende Ihre Unterkunft?



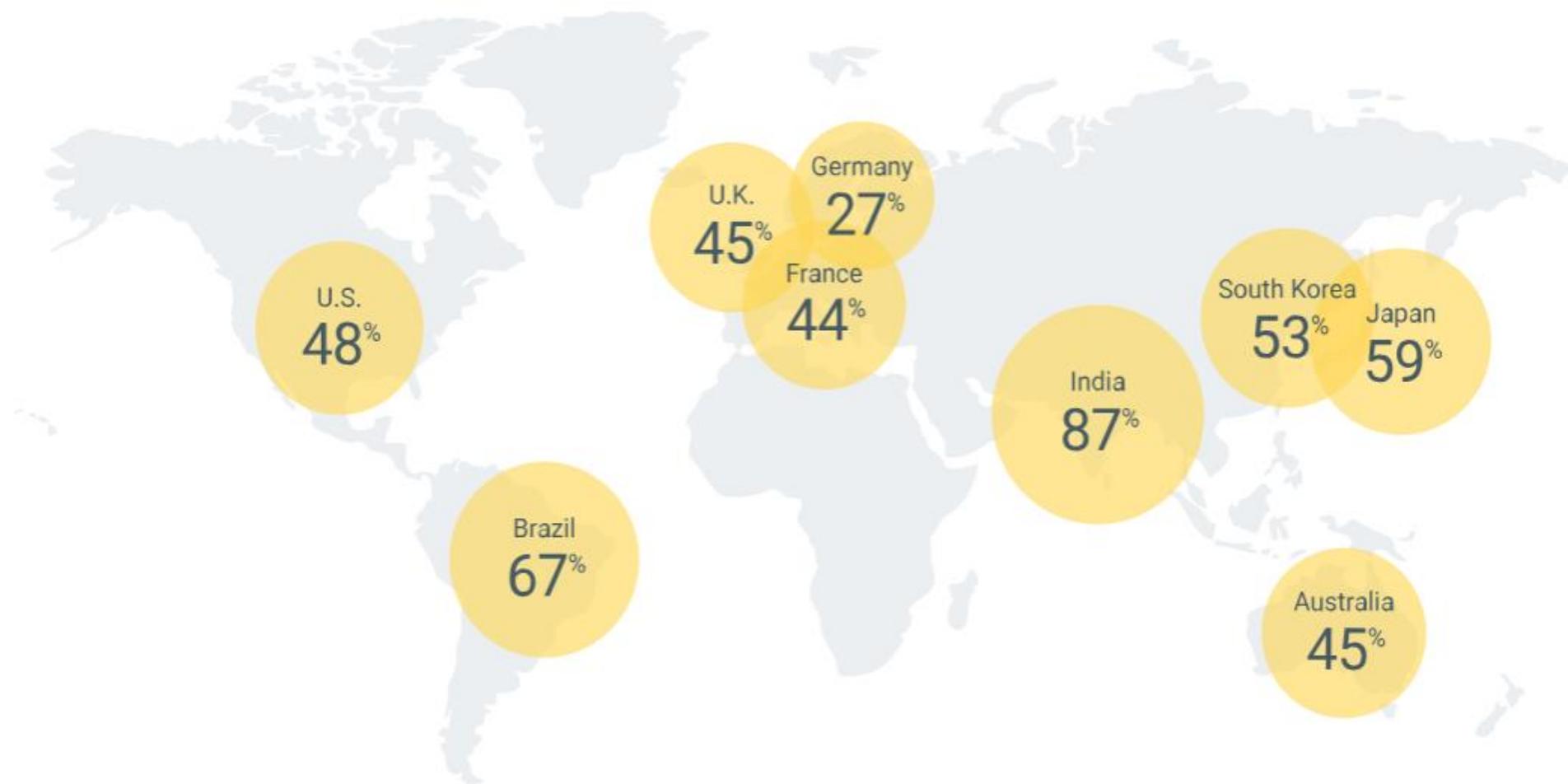
Wie finden Reisende Ihre Unterkunft?





Planen, Suchen, Buchen,

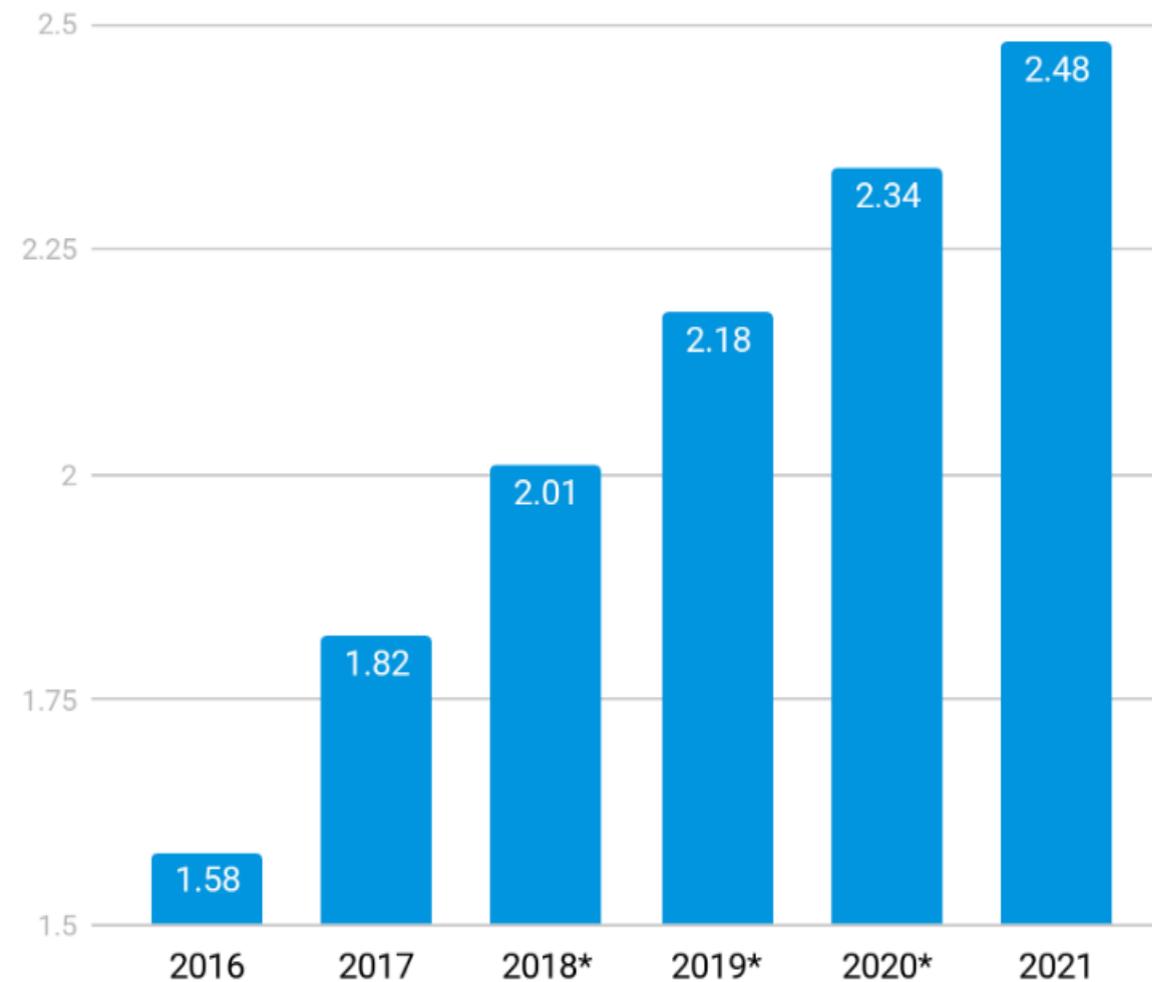
Prozentsatz von Smartphone-Nutzern, die sich damit wohlfühlen, ihre gesamte Reise in eine neue Destination gänzlich auf einem mobilen Gerät zu planen, zu recherchieren und zu buchen.



Quelle: <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-travel-smartphone-usage/>

33% der Weltbevölkerung sind digital

2.5 Milliarden Messaging-App Nutzer in 2021



Quelle: <https://www.statista.com/statistics/483255/number-of-mobile-messaging-users-worldwide/>

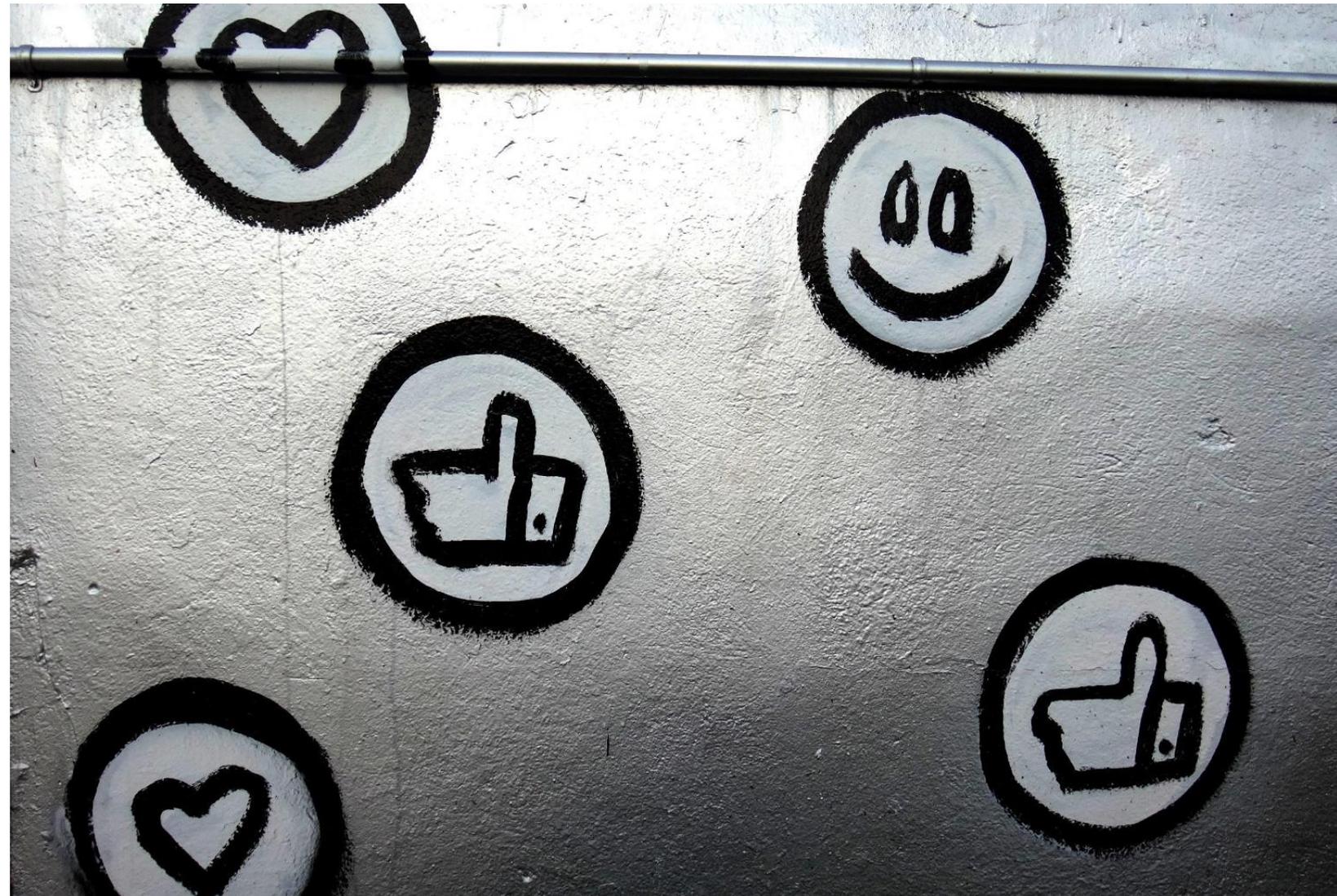
Einsatz des Smartphones beim Reisen

- **85% der Reisenden** bringen ihr Smartphone mit, wenn sie reisen
- **75% der Reisenden** sind bereit mit Unternehmen über das Smartphone zu kommunizieren



Quelle:
<http://customerthink.com/texting-your-hotel-the-next-evolution-of-hospitality-customer-service/>
<https://www.cloudbeds.com/articles/why-your-hotel-should-get-on-the-text-trend/>

Sofortige Befriedigung und Ungeduldigkeit



Quelle: [University of Leeds](#)

Der Einfluss von Online - Bewertungen auf die Buchungsentscheidung



1. Warum ist Bewertungsvermarktung wichtig?

- **95 % der Reisenden** lesen Bewertungen, bevor sie eine Buchungsentscheidung treffen¹
- **52 % der Reisenden** geben an, dass zusammengefasste Bewertungen für sie der einfachste Weg sind Reisebewertungen zu lesen²
- **76 % der Reisenden** sind gewillt, mehr für ein Hotel mit höherer Bewertungsnote auszugeben³



1. *Consumer Research Identifies How To Present Travel Review Content For Optimal Bookings, TrustYou*
2. *Consumer Research Identifies How To Present Travel Review Content For Optimal Bookings, TrustYou*
3. *The Effect of Reviews on Hotel Conversion Rates and Pricing, TrustYou*

2. Gästebewertungen und ihre Auswirkungen auf den ROI

- Nach dem Preis sind **Gästebewertungen** der Faktor, der Reisende bei der Auswahl eines Hotels am meisten beeinflusst¹
- Je höher die Bewertung eines Hotels, **desto höher der Preis**, den ein Hotel veranschlagen kann¹
- 88% der Reisenden würden Hotels mit einer **Bewertungsnote von unter 3** Sternen automatisch ausschließen, für 33% gilt dies für Bewertungen mit weniger als 4 Sternen²

Gästebewertung	2,9	3,4	3,9	4,4	4,9
Preis	- 45 %	- 25 %	- 7 %	+26 %	+ 38 %

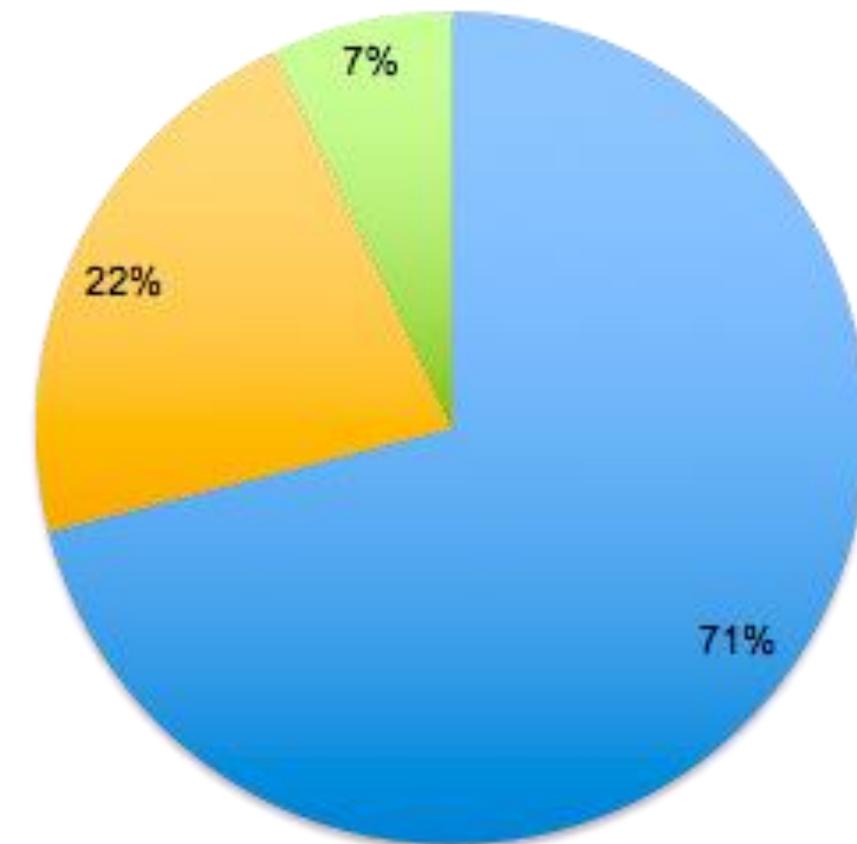


3. Warum auf Bewertungen antworten?

- Die Kommunikation findet **online** statt
- Sie antworten **zukünftigen Gästen**
- Management-Antworten sind **kostenloses Marketing**
- Negative Bewertungen gehören zum **Gesamtbild**

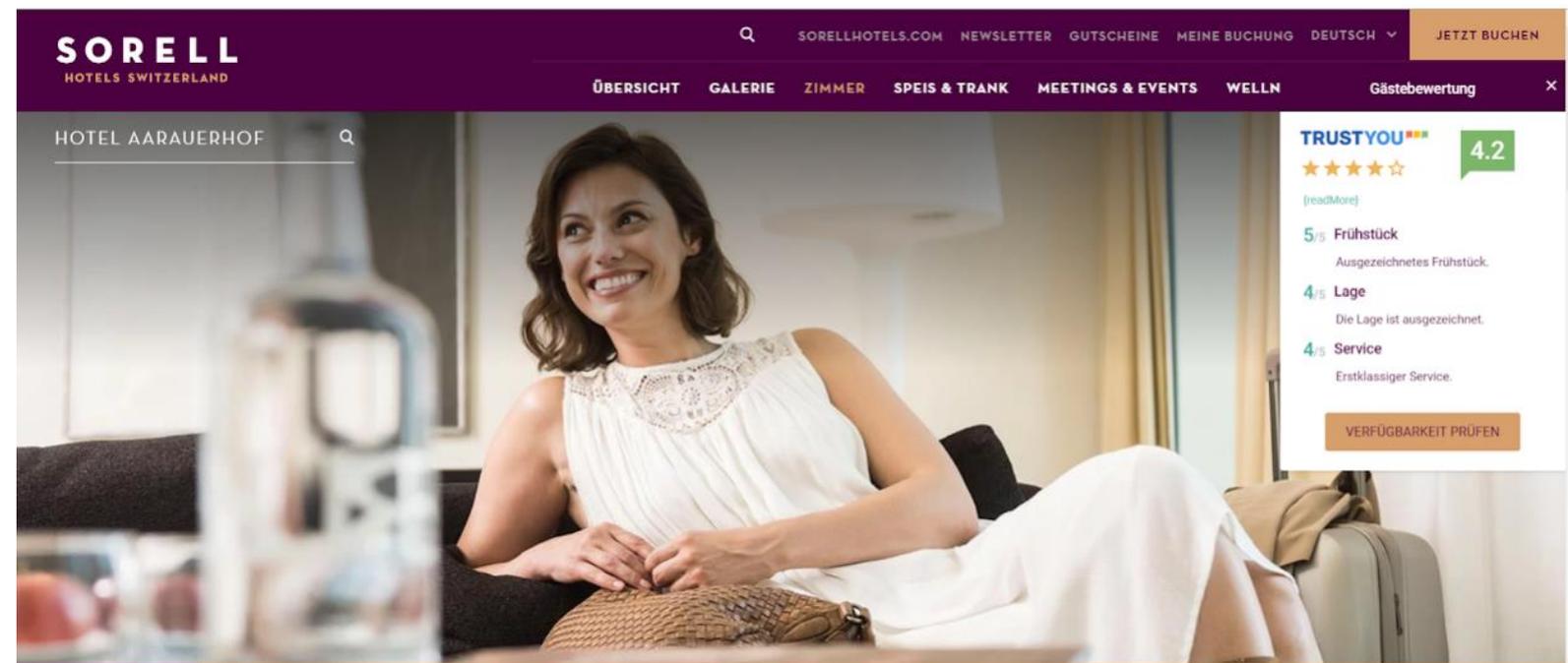
Es ist mir wichtig, dass das Management auf Bewertungen antwortet

■ zustimmen ■ neutral ■ nicht zustimmen



4. Bauen Sie Vertrauen auf

- **Nutzen Sie den TrustScore** als vertrauenswürdige Informationsquelle
- **Seien Sie Transparent** mit Ihren Gästen, um die Erwartungen zu erfüllen
- **Test & Learn:** Testen Sie die Einbettung von Bewertungen und analysieren Sie Ihre Ergebnisse für eine optimale Conversion

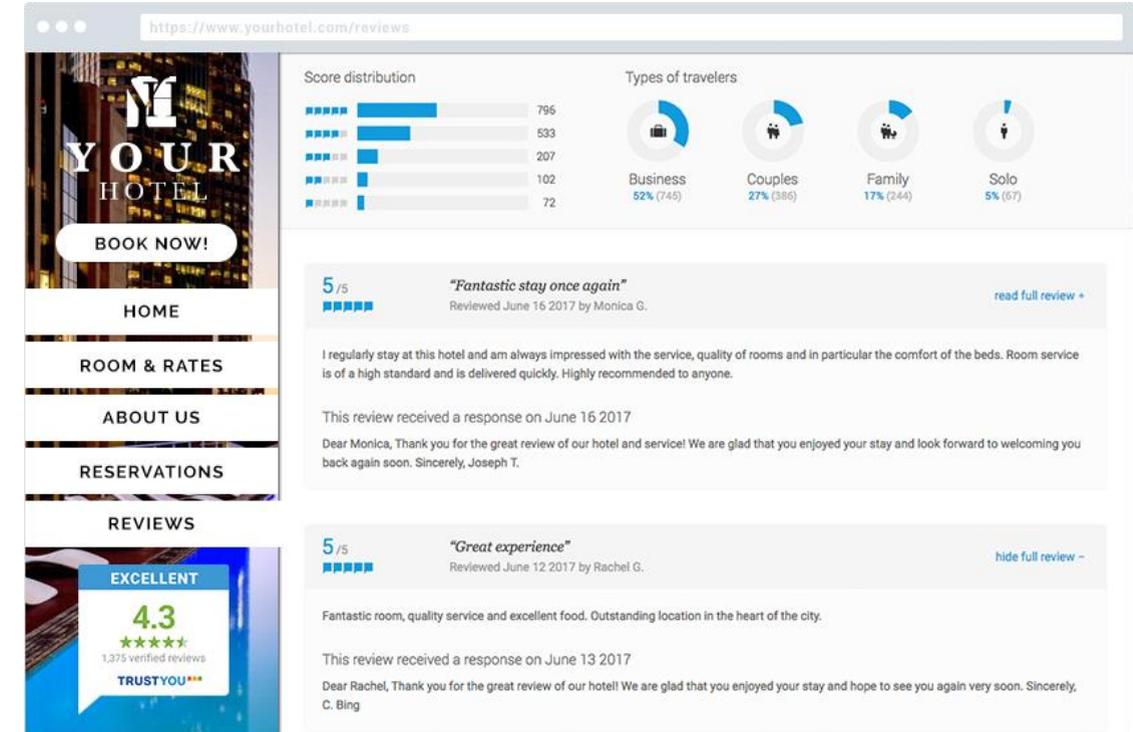


Wie man digitale Gäste für sich gewinnt



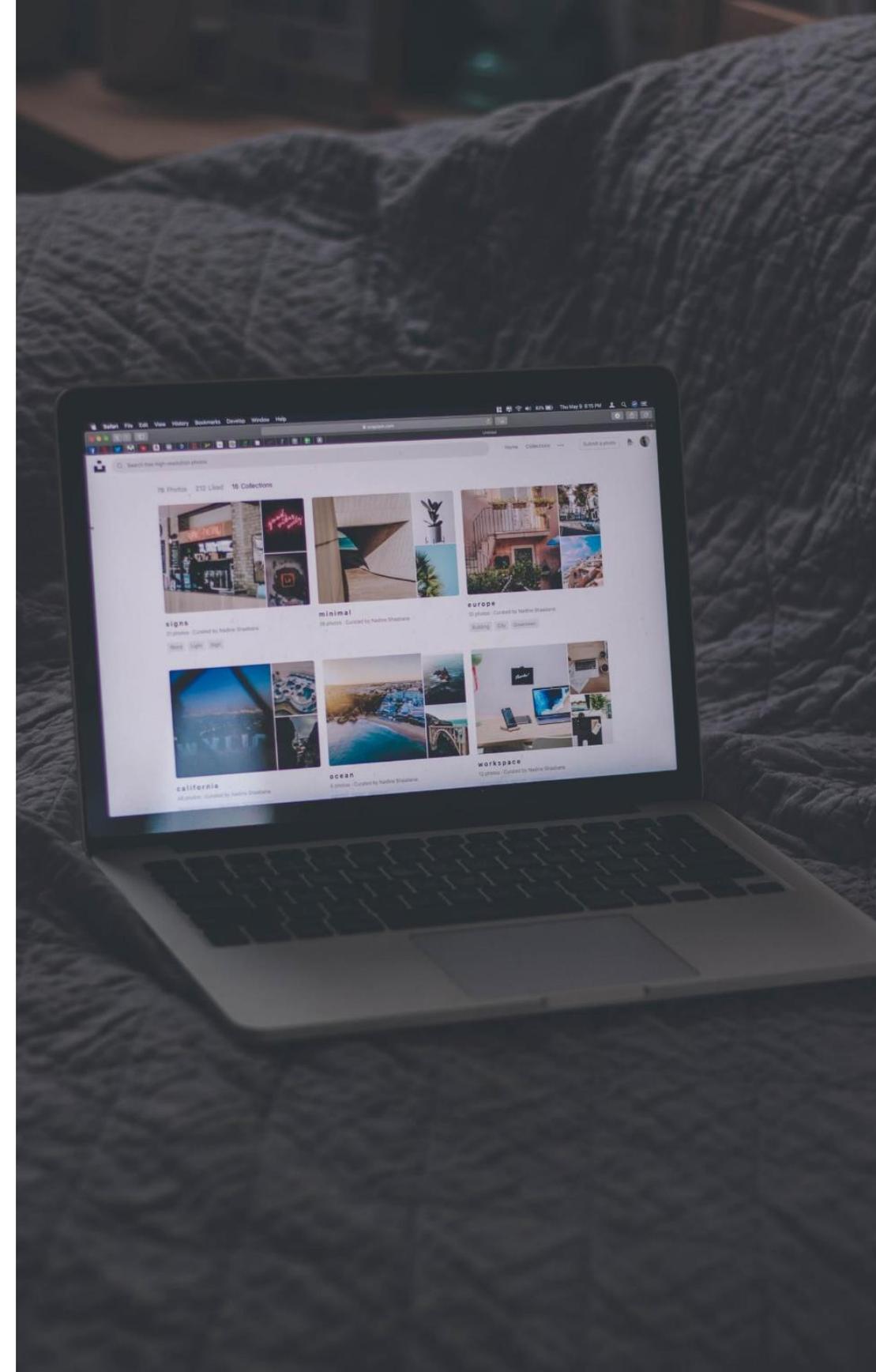
1. Stellen Sie klare und deutliche Informationen auf der Website bereit

- Berücksichtigen Sie eine kurze Aufmerksamkeitsspanne und bieten Sie einen reibungslosen Buchungsvorgang ohne viele Klicks an
- Zusammenfassende Informationen und Bewertungen über das Hotel, wie beispielsweise "toller Service" oder "gute Lage"



2. Bilder und Eindrücke sind wichtiger als Text

- Binden Sie mehr Bilder als nur Texte auf Ihre Homepage ein. Ziel ist es **Emotionen auszulösen**.
- **Storytelling** statt Bilder vom Bett



3. Social Media Strategie

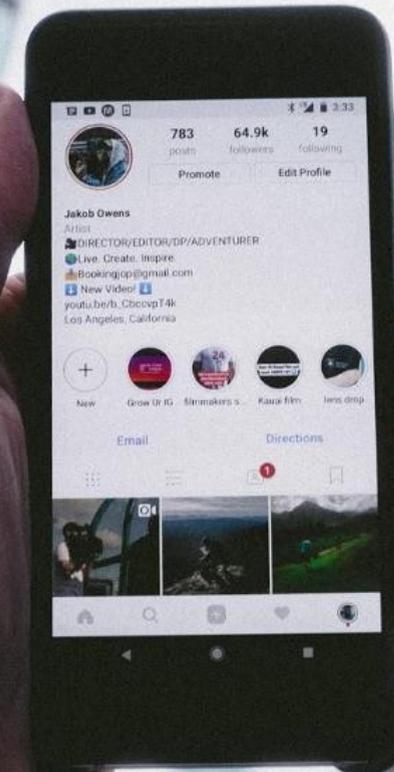
Verwenden Sie Grafiken und Bilder, um Aufmerksamkeit zu erregen

- Gut gepflegte Social Media Kanäle
- 80% der Digital Natives verlassen sich bei der Buchungsentscheidung auf Bildmaterial
- Vom Benutzer generierten Inhalt zulassen, z.B. Einbettung des Instagram-Feeds auf der Website, um Gäste zu Botschaftern zu machen



68% aller Reisenden

...bevorzugen es, die digitale Kommunikation dem Telefonieren, persönlichen Gesprächen oder Handgeschriebenem vorzuziehen

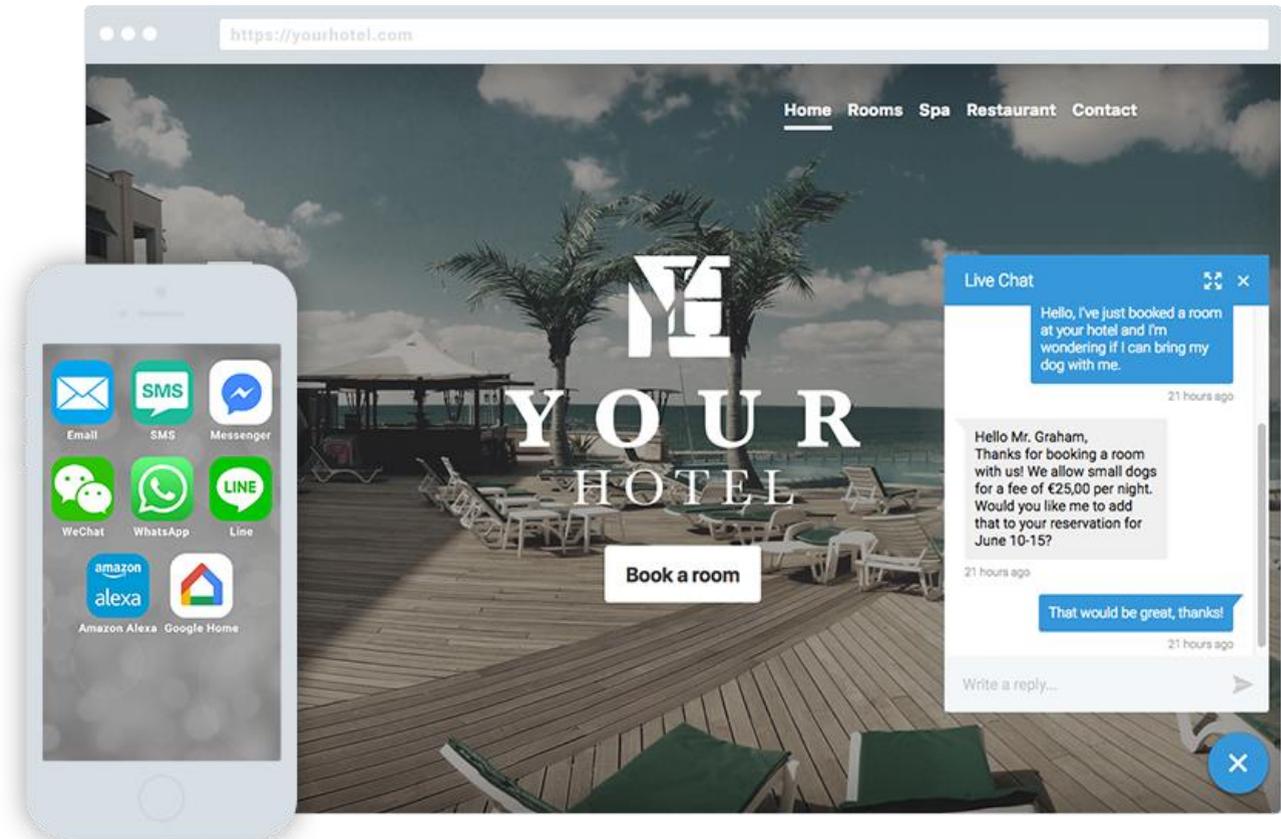


Quelle: TrustYou Studie "Consumer Research Reveals Guest Preferences and Expectations for Direct Hotel Communication"



4. Neue Kommunikationskanäle anbieten

- SMS
- Facebook Messenger
- Whatsapp
- Live Chat



Geben Sie Ihren Gästen die Möglichkeit mit ihrem wichtigsten Gerät zu kommunizieren und lösen Sie Problem schon während des Aufenthalts.

90% der Gäste

...bevorzugen es, Probleme direkt während des Aufenthalts zu klären, um den Hotel eine Chance zu geben, das Problem zu beheben.

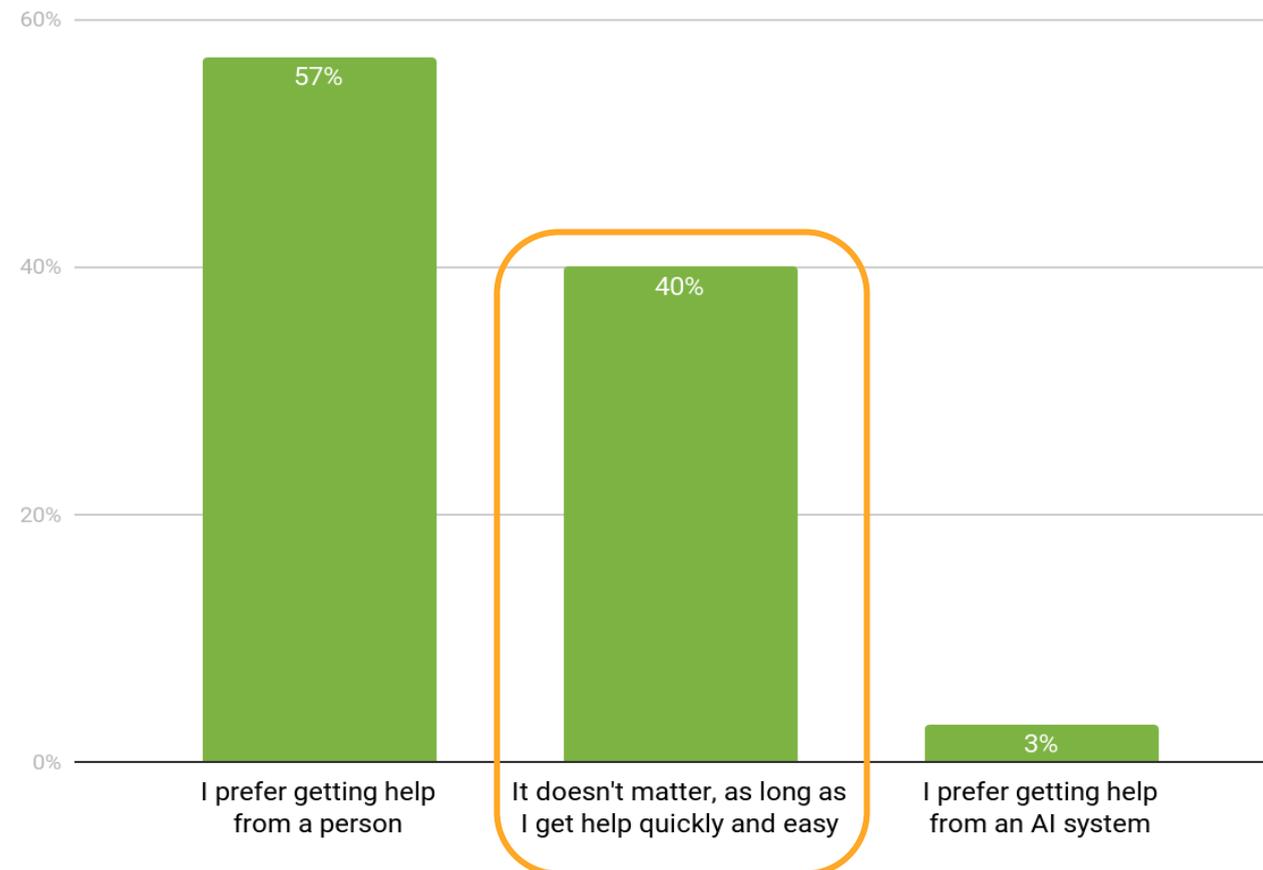
Quelle: TrustYou Studie "Consumer Research Reveals Guest Preferences and Expectations for Direct Hotel Communication"



Technologie im Fokus des Hotelaufenthaltes

1. Zukunft von KI und Chatbots

Wenn Sie einen Kundendienst kontaktieren, macht es für Sie einen Unterschied ob Sie von KI oder einer Person die Fragen beantwortet bekommen?



Quelle: [Hubspot](#)

Hey, kannst du bitte ein Taxi buchen.

Hallo Frau Porter. Ihr Taxi wartet in 5 Minuten vor dem Hotel. Kann ich sonst noch etwas für Sie tun?



2. Digitalisierung im Hotel: IoT

- Digitale Türöffnung
- Bezahlung mit dem Handy
- Mobiler Check-In
- Check-In Automat
- Automatisierter Check-Out
- KI im Servicebereich



Sie sind dran!
Haben Sie Fragen?

Kontakt:

switzerland@trustyou.com

maurice.sausse@trustyou.com

www.trustyou.com