

Session 3: «Just don't stop! Kommunikation in der Krise»

Moderatorin: Gabriele Bryant

Erfahrungen und Meinungen, Fragen und Antworten aus der Runde:

- Wir haben mit dem Renovationsblog weitergemacht, haben weiterhin Newsletter verschickt und Facebook und Instagram Storytelling gemacht. Mit der Zeit wurde es aber weniger, weil uns der Content ausging.
- Es gibt doch so viele Themen, z.B. auch Voucheringangebote, Crowdfunding, etc.
- Wir haben uns im Lockdown gesagt: Die Gäste sind jetzt zuhause und haben Zeit, also zeigen wir ihnen, was wir haben. Buchungstechnisch haben wir seit Aufhebung des Lockdowns (ausser im MICE-Bereich) Rekordzahlen.
- Wir hatten nichts zu sagen.
- Wir hatten auch nicht viel, aber wir haben trotzdem kommuniziert. Es gibt immer Themen.
- Wir haben alle zwei Tage gepostet - ist das zuviel? Antwort: Es kommt auf den Inhalt an - ist er relevant oder nicht? Abgesehen davon sorgt ja schon der Algorithmus dafür, dass die Follower nicht jeden Post sehen.
- Für uns waren und sind Reiseblogger sehr wichtig.
- Wir haben regelmässig Newsletter und Storytelling gemacht und spezielle Aktionen durchgezogen wie z.B. das Survival Osterfest, Live Streams aus der Bar, etc.

- Es ist wichtig, ehrlich zu kommunizieren, die Wahrheit zu sagen.
- Persönlichkeit zeigen!

- Auch wichtig: Alle Kanäle im Griff behalten und nichts übersehen.

- Wir haben unsere Gäste über unsere Newsletter informiert.
Die Infos zum Takeaway mit Lieferservice im Quartier haben toll funktioniert.
- Wir haben unsere Pre-stay-Messages mit wichtigen Infos entsprechend ergänzt.

- Im MICE Bereich haben wir auf direkten persönlichen Kontakt mit Gruppenleitern/Veranstaltern gesetzt, das hat sehr gut gewirkt.

- Wir haben Postkarten an Stammgäste verschickt - das kam gut an.

- Swiss Holiday Park: Wir haben alles heruntergefahren und es hat uns nicht geschadet.
Wir sind aktuell voll ausgelastet bis überlastet.
Antwort: Ihr seid auch ziemlich einzigartig mit eurem Angebot für Familien - das ist genau das, was in der Ferienzeit gesucht wurde.

- Nicht vergessen: Auch die Kommunikation mit den Mitarbeitenden ist wichtig!
- Wir haben einen Newsletter für Mitarbeitende verschickt.

Und jetzt?

Ist ja alles gut, aber was mache ich jetzt, um meine Seminar- und Eventräume und Bankettsäle zu füllen?

Welche Botschaft sollte ich jetzt kommunizieren?

- Wir haben aktuell gar keine Probleme. Wir sind aber auch fast das einzige Seminarhotel in der Region und bieten genau die kleineren Räume, die die Firmen im Umkreis suchen.
- Die Kommunikation mit Firmen muss offen und ehrlich sein. Stellt ihnen Euer Schutzkonzept vor und weitere besondere Massnahmen, die Ihr entwickelt habt. Bietet auch optionale Massnahmen an, wie z.B. Service mit Maske auf Wunsch des Kunden.
- Was mache ich, wenn ein Mitarbeiter positiv testet?
Antworten: Auf jeden Fall offen kommunizieren und nicht verstecken. Der Imageschaden ist grösser, wenn man es verheimlicht, als wenn man offen und konstruktiv damit umgeht.

Tipp fürs Storytelling:

- Macht mehr Videos! Macht Videos mit Geschäftsführenden, Mitarbeitenden - das kommt gut an.

Anmerkung - Links zum Thema:

<https://blumbryant.ch/digital-marketing/hotel-marketing-corona-krise/>

<https://blumbryant.ch/digital-marketing/hotel-marketing-coronakrise/>

<https://blumbryant.ch/digital-marketing/nach-der-krise-ist-vor-der-sommersaison/>