

Session 2: Digital Upselling im Hotel

Moderator: Patrick Bingel, Suitepad

Ideensammlung: Möglichkeiten für digitales Upselling?

- Prestay-E-Mailing nutzen für Upselling
- Im Hotel: Beacons einsetzen und dem Gast Nachrichten aufs Handy senden (z.B. «Jetzt Happy Hour in der Bar!»). Im DACH-Raum sind wir damit eher zurückhaltend - Beacons setzen auch voraus, dass der Gast auf dem Handy Bluetooth aktiviert hat.
- Wenn man sich ins Hotel-eigene WLAN-einloggt, kann man Angebote für den Gast vor Ort verlinken.
- Upselling über Geräte im Hotelzimmer
- WebApp oder Hotel-App (z.B. für Zimmerservice)
- Digital Upselling eignet sich nicht nur für Spa und Restaurant, sondern für alle Angebote des Hotels wie Roomservice, Wanderungen, Verleih, Transfers, Lunchpakete, etc.

Bekannte Systeme

- ReGuest (Caroline Spatz)
- Suitepad und ähnliche (Tablet-Diebstahlrate beträgt nur rund 1.5%, weil es gesperrt ist für andere Applikationen).
Rund 80% der Gäste schauen sich eine digitale Gästemappe an, vor allem das Gäste-ABC und die Restaurants.
Der initiale Setup ist relativ aufwändig, anschliessende Aktualisierungen sind aber weniger aufwändig, als mit einer gedruckten Gästemappe.
- Tweebie von ipeak.

<https://www.re-guest.com/de/>

<https://www.suitepad.de/>

<https://www.ipeak.ch/tweebie/>

Ideensammlung: Was kann man überhaupt für's Upselling einsetzen?

- Late-Check-out während des Stays
- Frühstück oder Tischreservation im Restaurant
- Obstkörbe aufs Zimmer
- Zimmer-Upgrade
- Spa-Treatment (die Schnittstelle zum Spa-Buchungssystem kann ein Problem sein)
- Kosmetik-Artikel (z.B. wenn das Hotel ein eigenes Label führt)
- Regionale Produkte
- Gutscheine

Herausforderungen:

- der Gast soll nicht mit zu vielen E-Mails oder Push-Nachrichten zugespammt werden
 - ⇒ «Einfach mal ausprobieren!»
- Wie kann man es machen, damit der Verkauf «indirekt» läuft? (Wie früher Concierge: «Was kann ich für Sie tun». «Haben Sie schon einen Tisch reserviert für heute Abend?»)
- Empfehlungen müssen relevant und nützlich sein, dann finden die Gäste sie gut und gehen darauf ein. Eigentlich konnten die Hotels das ja mal - schon früher hat z.B. der Kellner dem Concierge die Zigarettenmarke des Gastes gemeldet.
- Achtung bei Personalisierung: DSGVO beachten!

Möglicher ROI?

Je nachdem, was ein Hotel alles macht, ist der ROI höher oder weniger. Upselling ist v.a. im Spa-Bereich interessant.

