

## Die Expertin weiss Rat



Digital Marketing ist ein zentrales Thema für die Hotellerie. Das Tempo der technologischen Entwicklung wird auch 2018 nicht abnehmen.

# DIGITALE TECH-TRENDS FÜR DIE HOTELLERIE

TEXT:  
GABRIELE BRYANT

*Im letzten Jahr hat sich im Bereich Digital Marketing wieder einiges getan, und das Tempo der Entwicklung wird 2018 nicht abnehmen. Dieser Artikel zeigt auf, welche technologischen Trends für Hoteliers aktuell oder in naher Zukunft relevant sind und was Sie dazu jetzt tun sollten.*

Mobile First – von der Webseite bis zur Bezahl-App? Ob eine Webseite «mobile first» designt sein muss, hängt vom Einzelfall ab. Dass sie zwingend responsiv und für die mobile Google-Suche optimiert sein muss, gilt jedoch ausnahmslos für jeden Betrieb, der auch 2018 gut gefunden werden will. Das Smartphone des Gastes ist zum Dreh- und Angelpunkt seiner digitalen Guest Journey geworden – nicht nur, was die Suche betrifft, sondern auch für den Check-in im Hotel und die Bestellung und Bezahlung im Restaurant: Mehr als die Hälfte der Gäste aller Altersgruppen und 75 Prozent der Millennials würden gern mit einer Smartphone-App bestellen und bezahlen. Auch die Kommunikation mit dem Hotel verläuft über das persönliche Smartphone, und Gäste haben nichts dagegen, vor Ort Nachrichten zu erhalten, solange diese für sie relevant sind: Specials und Angebote, die Bezugfertigkeit des Zimmers etc.

### Was Sie sofort tun sollten:

Prüfen Sie Ihre Webseite auf mobile Suchmaschinenfitness.

### Wie Sie sich für die nahe Zukunft vorbereiten:

Recherchieren Sie sinnvolle Möglichkeiten in Ihrem Betrieb für den Einsatz von

Smartphone-Apps: Check-in, Check-out, Room-Key, F & B-Bestellungen, Local Push-Marketing etc.

### Messenger und Chatbots für nahtlose, schnelle Kommunikation

Der Gast bestimmt heute den Kommunikationskanal, und das ist immer seltener Telefon oder E-Mail, sondern immer öfter die Kommunikation über Plattformen, auf denen er sich sowieso schon befindet: Facebook Messenger, WhatsApp und so fort. Reaktionen auf Anfragen werden dementsprechend umgehend erwartet. Die Bedienung dieser zusätzlichen Kommunikationskanäle kostet Unternehmen einerseits Koordinationsaufwand und andererseits menschliche Präsenzzeit. Davon kann jedoch viel von sogenannten Chatbots übernommen werden. Chatbots sind automatisierte Systeme, die mit den bekannten FAQ (Frequently Asked Questions) programmiert werden, damit sie einfache Anfragen erst einmal selbstständig bearbeiten können und aus den Kommunikationen mit Gästen sogar dazulernen. Chatbots sind immer im Einsatz, reagieren sofort und verhindern die von Gästen immer weniger tolerierte Wartezeit auf eine Antwort vom Hotel. Die Nachrichtenplattformen wie Facebook Messenger und WhatsApp haben jedoch in Zukunft sogar noch Grösseres vor und wollen, wie WeChat in China, irgendwann unser ganzes Leben managen: Kommunikation, Banking, Booking, Shopping etc.

### Was Sie sofort tun sollten:

Prüfen Sie, über welche Plattformen und Tools Ihre Gäste mit Ihnen kommunizieren, und sorgen Sie dafür, dass diese bedient werden.

### Wie Sie sich für die nahe Zukunft vorbereiten:

Experimentieren Sie mit einfachen Chatbots, die Sie über Facebook Messenger einrichten können.

### Digitale Sprachassistenten für mehr Komfort

Digitale Sprachassistenten wie Amazon Echo/Alexa, Google Home etc. erlauben

über vorprogrammierte und erweiterbare Skills die Abfrage von Informationen aller Art (Wetter, Fahrplan, Wikipedia etc.), die Steuerung von Sound- und Zimmertechnik, aber auch Bestellung, Buchung, Kauf von Produkten und Dienstleistungen über gesprochene – statt eingetippte – Befehle. Mit Alexa kann man zum Beispiel heute schon Hotelzimmer über Kayak buchen. Weil der Kauf teurer Produkte immer noch Aspekte und Informationen beinhaltet, die sich sprachlich schwer «abbilden» lassen, werden reine Sprachassistenten zum Teil mit Bildschirmen ergänzt (zum Beispiel Amazon Echo Show), die sprachgesteuert Inhalte auf dem Bildschirm anzeigen. Digitale Sprachassistenten werden in naher Zukunft direkte Auswirkungen auf Marketingmassnahmen wie Suchmaschinenoptimierung und auf die Content-Entwicklung von Webseiten haben.

### Was Sie jetzt sofort für die nahe Zukunft tun sollten:

Kaufen Sie sich einen Sprachassistenten und lernen Sie die Möglichkeiten dieser Tools kennen.

### Augmented und Virtual Reality

Augmented Reality (AR) bedeutet die Steigerung der normal wahrnehmbaren Realität: Informationen oder Bilder erscheinen vor dem Hintergrund dessen, was man sowieso sieht. Augmented Reality nutzt vor allem das persönliche Smartphone. Der Versandhändler Otto bietet aktuell etwa eine AR-App, mit der man Möbel aus dem Katalog ins eigene Wohnzimmer platzieren kann, um zu sehen, wie sie dorthin passen. Virtual Reality (VR) ist dagegen die Vorspiegelung einer alternativen Realität und benötigt Geräte wie geschlossene Brillen. Virtual Reality hat im letzten Jahr durch Kampagnen grösserer Destinationen und Hotelketten Aufsehen erregt. Für Einzelbetriebe sind AR- und VR-Eigenentwicklungen noch kein wirklich relevantes Thema. Einerseits sind Technik und Content-Erstellung sehr teuer, andererseits ist die Zahl der tatsächlichen Nutzer von VR-Anwendungen noch sehr tief. Die

Geräte sind komplex und teuer, die Kanäle gegenseitig geschlossen, sodass für private Nutzer aktuell auch noch wenig Anreiz besteht, sich VR-Geräte anzuschaffen.

### Wie Sie sich für die Zukunft vorbereiten:

Bleiben Sie unbedingt über die Entwicklungen in diesem Gebiet informiert.

### Achtung: Vor der Kür kommt die Pflicht

Innovation ergibt erst dann Sinn, wenn die Basics stimmen. In diesem Fall heisst das unter anderem: Sorgen Sie für genügend Steckdosen und WLAN-Log-ins für alle Geräte Ihrer Gäste, bevor Sie sich mit Chatbots oder Sprachsteuerung beschäftigen. Bieten Sie ein WLAN, das nicht gleich in die Knie geht, wenn mehrere Gäste Netflix streamen. Ersetzen Sie Papiergästemappen durch zeitgemässe Apps oder Tablet-Tools.



## Die Fachautorin

Gabriele Bryant ist eine erfahrene Spezialistin für Digital Marketing in der Hotellerie und Inhaberin der Agentur Blum, Bryant. Sie begleitet ihre Kunden von der Positionierung und Strategie bis zur Umsetzung, doziert für Hotellerieuisse und andere Organisationen und bietet eigene Weiterbildungen in Digital Marketing an.

[blumbryant.ch](http://blumbryant.ch)