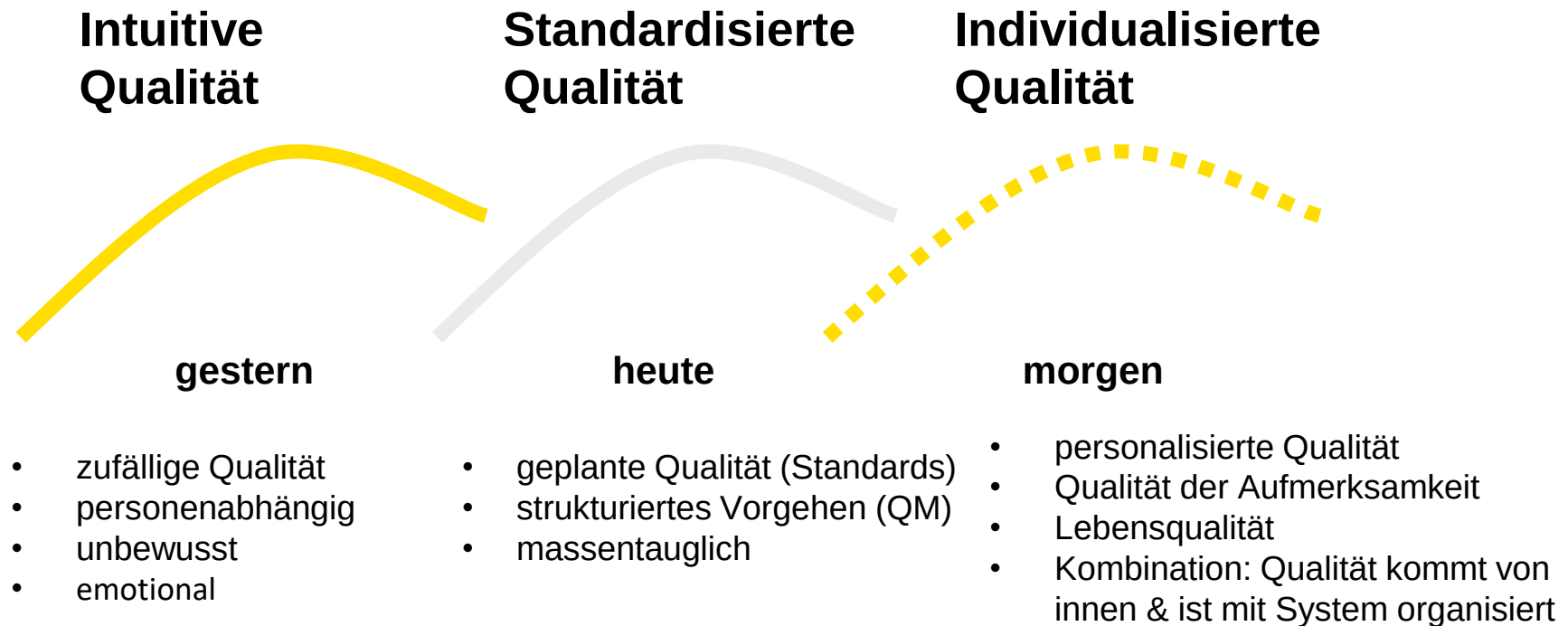


Webinar
Tourismusverband Attersee-Attergau
ANGELINA EGGL

März 2020

Stammgästebindung

Phasen / Dimensionen der Qualitätsentwicklung im Tourismus



Behandeln Sie jeden einzelnen Gast als Individuum!

Der Wunsch, individuell behandelt zu werden steigt.

Konsequente Kundenorientierung bedeutet
noch konsequenter auf die **Fragen,**
Wünsche und Sehnsüchte der
einzelnen Kunden und Gäste einzugehen.

Sicherung der Individualisierung

**Setzen Sie auf Datenqualität und
die laufende Pflege der
Gästedaten!**

Micro Marketing Ticket	
Name:	_____
Zimmer-Nr.:	_____
Datum:	_____
Abteilung:	_____
Besondere Wünsche:	

Mitarbeiter:	_____

☹️ Standard-Dienstleistung ☹️

😊 Service mit Mehrwert 😊



Copyright: Familie Aichinger

ATTERSEE-ATTERGAU
salzkammergut

Personalisierte Telefonate

Durch individuelle Informationen eine emotionale Bindung zum Gast herstellen!

- ▶ *„Möchten Sie wieder das Zimmer AlpenArt wie das letzte Mal, das hat Ihnen ja wegen des schönen Bergblicks so gut gefallen?“*

Personalisierte Korrespondenz

Versenden Sie nur mehr Korrespondenz
mit persönlichem Bestandteil!

► *„Und wie geht's Ihrem Hund Bello? Der freut sich sicherlich auch schon auf die ausgiebigen Spaziergänge in der Thermenregion.“*

Begeistern Sie Ihre Gäste mit individuellen Details, denn
**je höher die persönliche Ansprache ist,
desto höher ist die Wahrnehmung
und desto höher ist auch die Kundenbindung!**

Sagen Sie es positiv...



Copyright: Pixabay

Spitzenservice entsteht immer
durch eine Kombination von
Präzision und Beziehung.

Ich bin Gast!

Kennen Sie die Definition „Gast“?

- **Ein Gast** ist die wichtigste Person im Unternehmen.
- **Ein Gast** hängt nicht von uns ab, sondern wir von ihm.
- **Ein Gast** ist keine Unterbrechung unserer Arbeit, sondern ihr Sinn und Zweck. Wir tun ihm keinen Gefallen, indem wir ihn bedienen, sondern er tut uns einen Gefallen, wenn er uns Gelegenheit gibt, es zu tun.
- **Ein Gast** ist kein Außenstehender, sondern ein lebendiger Teil unseres Geschäftes.
- **Ein Gast** ist jemand, der uns seine Wünsche bringt. Unsere Aufgabe ist es, diese Wünsche gewinnbringend für ihn und uns zu erfüllen.

Was wollen Gäste?

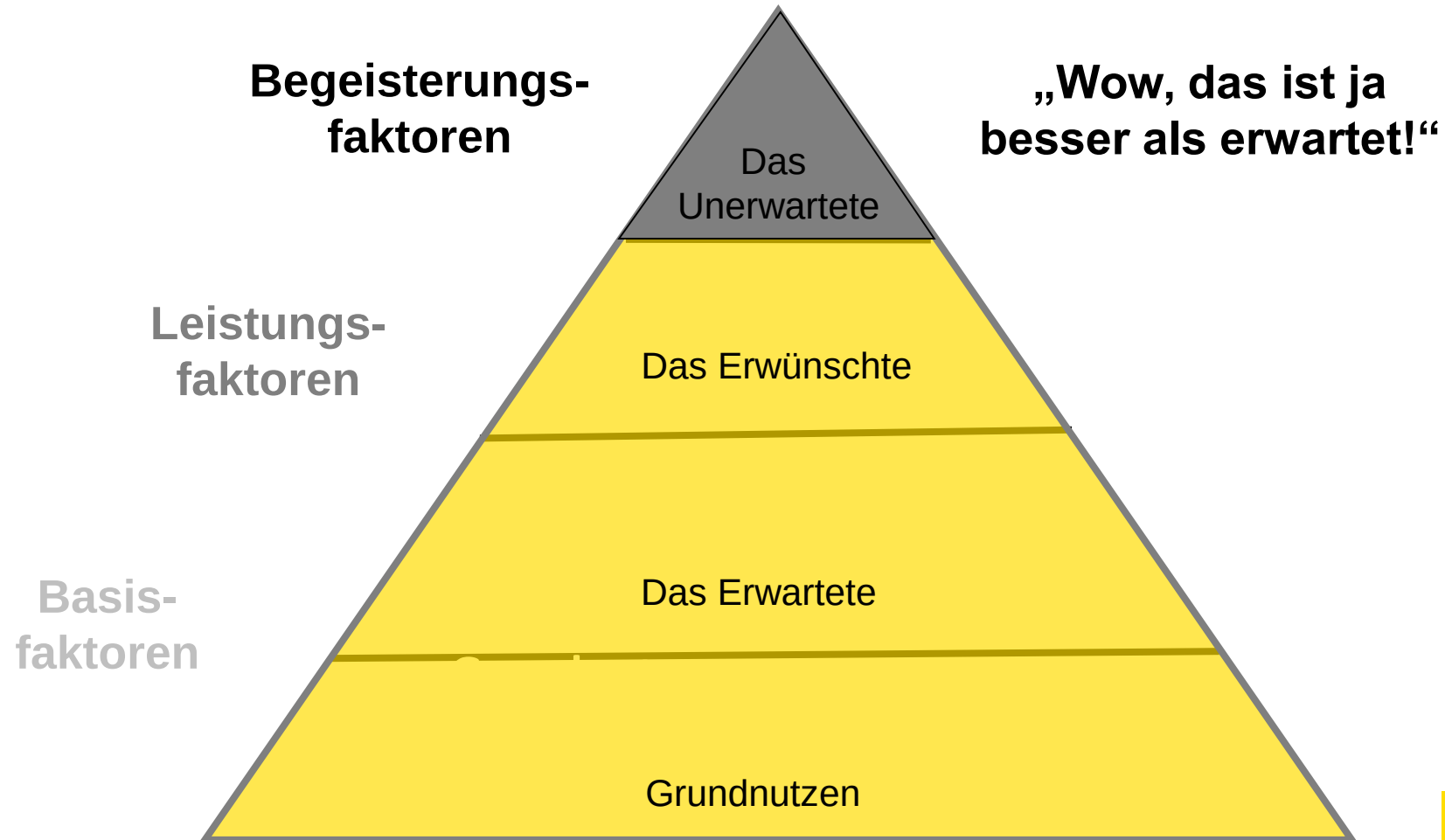
Der Gast **will** wahrgenommen werden

Das Bedürfnis, **verstanden** zu werden

Der Gast **will** wichtig sein

Das Bedürfnis, **sich willkommen** zu fühlen

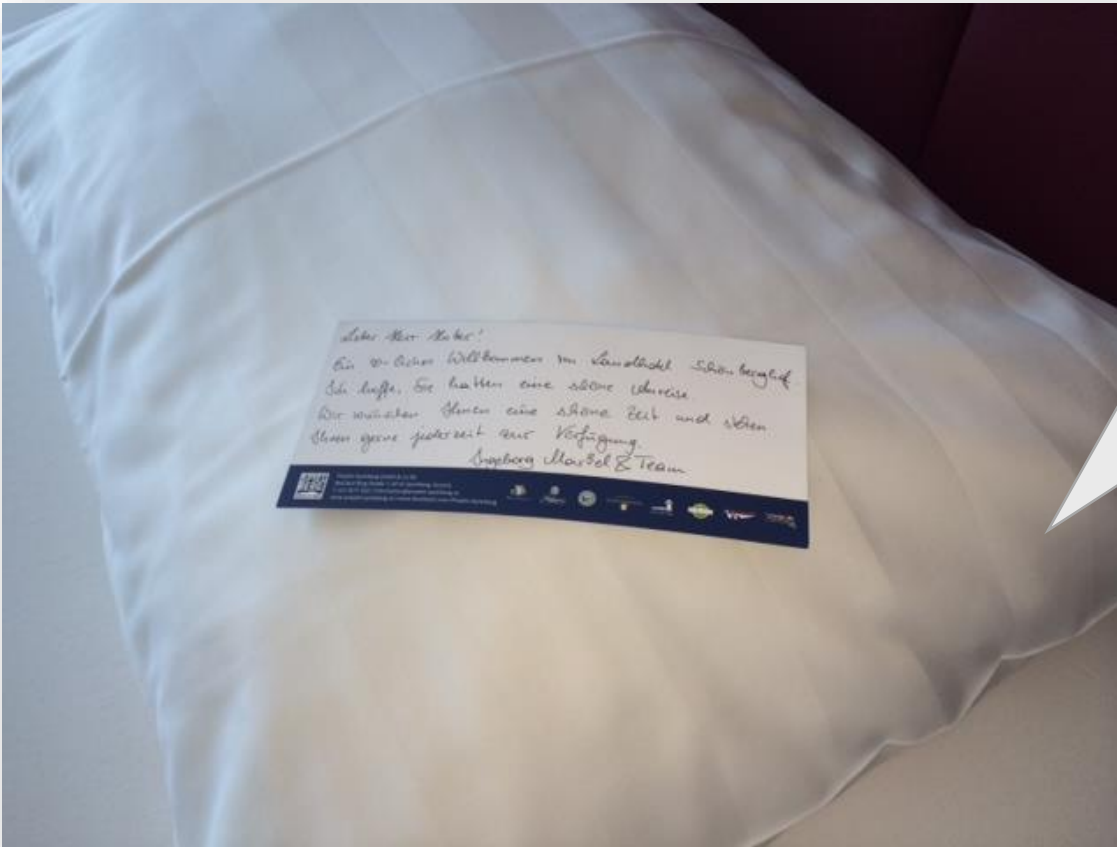
Pyramide der Gästezufriedenheit



Best Practice



Persönliche Aufmerksamkeit



Persönliche Ansprache in
der Begrüßung am
Zimmer

Persönliche Aufmerksamkeit



Quelle: Kohl & Partner

Persönliche Aufmerksamkeit

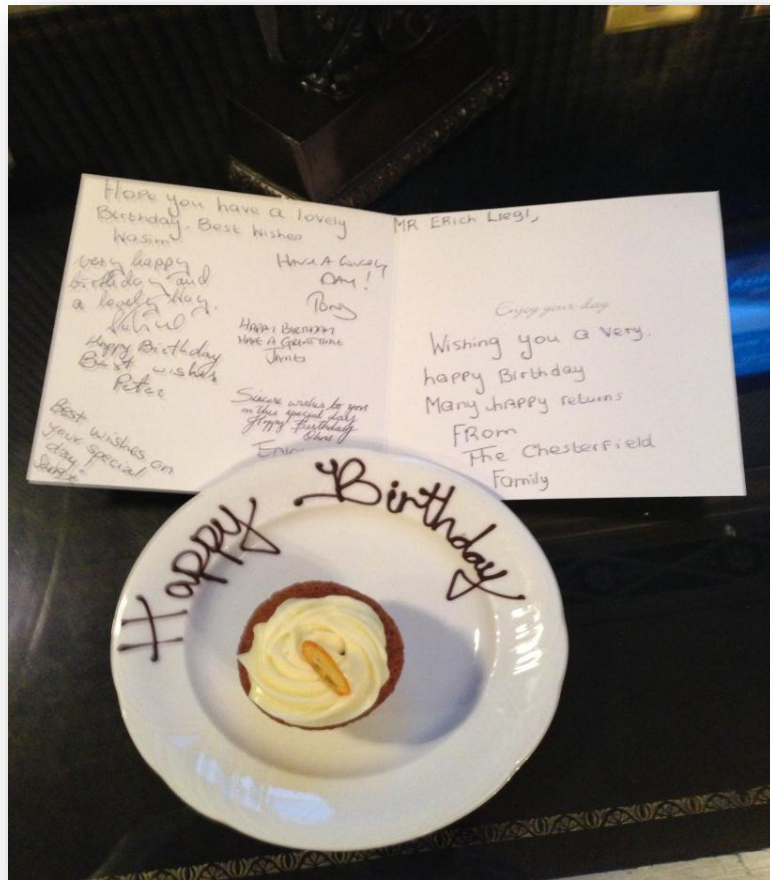


Quelle: St. Martins-Therme; Kinderhotel Zell am See



Auf die Kleinsten nicht vergessen!

Persönliche Aufmerksamkeit



Quelle: Kohl & Partner

Persönliche Aufmerksamkeit



Quelle: Hotel Retter

Persönliche Aufmerksamkeit

... einfach nur
Mitgedacht

Sonnencreme zur freien Entnahme vor
den geführten Wanderungen



Persönliche Aufmerksamkeit

... oft sind es die Kleinigkeiten...



ATTERSEE-ATTERGAU
salzkammergut

Storytelling beim Essen



Hausgemachte
Vinschgerl von
Frühstücksdame
Andrea

Storytelling beim Essen



Regionale Ecke „jeden
Tag ein Highlight“

Ihre 3 persönlichen Werkzeuge für eine erfolgreiche Gästeverblüffung:

- 1. Hören Sie Ihren Gästen zu!**
- 2. Haben Sie Mut zum Anderssein!**
- 3. Verschenken Sie Ihre Sympathie!**

Schaffen Sie
emotionale & gemeinsame
Erlebnisse mit Ihren Gästen!

**Für Rückfragen stehen wir jederzeit gerne
unter 07666 7719 oder unter info@attersee.at
zur Verfügung**

Danke für die Aufmerksamkeit!