



Lehnt euch zurück und begleitet einen *typischen Gast* bei seiner Reise

Von Booking-Stornos, Sprachbarrieren oder dem fehlenden Elan eines Kellners.
Oder: Wie das digitale Leben eine (Geschäfts-)Reise konsequent begleitet.

Persona-Definition

Nico Erhardt

- Alter: 46 / Digital-Pionier: Online-Marketing seit 1998
- Familienstand: Ledig / Keine Kinder
- Merkmale: Keine Haustiere / Auto der gehobenen Mittelklasse
- Erlernter Beruf: Gelernter Mediengestalter / Entwickler
- Studium: Dipl.-Betriebswirt (FH) / Intern. Marketing + Tourismus
- Aktueller Job: Agentur-Inhaber, Berater, Trainer, Redner
- Besonderheit: Absoluter Service-Freund, Digital Native



Die zur Agentur gehörende *Unternehmensgruppe*

- 1995 gegründet / eine der ältesten Agenturen in Deutschland
- Bad Schwartau / Außenbüros in Berlin · München
- Spezialist:innen für Beratung und Entwicklung
- .compioneers: Unternehmen zur Beratung von anspruchsvollen Digital-Strategien und Entwicklung von Großprojekten
- online·werbung: Performance-Marketing-Agentur zur Steigerung der Reichweite im Internet
- jamaido: Dienstleister zur laufenden Betreuung von kleinen und mittelgroßen Internetprojekten

EPSON

T Deutsche Telekom


★★★★★
GRAND HOTEL
SEESCHLÖSSCHEN
SPA & GOLF RESORT

**GRÜNES
BINNEN
LAND**
Schleswig-Holstein

**Stadt
Kaltenkirchen** 



DEUTSCHE STIFTUNG
DENKMALSCHUTZ



SIEMENS

 **Lufthansa Technik**
Intercoat



ostsee
Schleswig-Holstein. Der echte Norden.



GHOTEL
hotel & living

THE
COZY
HOTEL

.COMPIONEERS

Akt 1

Die Vorbereitungen

Die Reise ist im Kopf geplant. Der Termin steht. Alles ist fest.
Buchungsziel: 4 (1+3) Tage in 2 Häusern. Hauptanspruch: Ort.

10.01.2023 | TOURISMUS-NETZWERK-ZUKUNFT 3.0 | NICO ERHARDT

.COMPIONEERS

Zwischenmeinung

„Die Vorbereitungen beginnen nicht selten mit etwas, was wir nicht im Ansatz beeinflussen können. Mit einem *Grund*. Mit einem *Anlass*. Wir sind also nicht selten die *Lösung für ein Problem oder Bedarf*.“

Nico Erhardt
Digital-Pionier und Service-Freund



*Akt 1 – Szene 1
Das Ziel:
Zimmer für vier
Nächte buchen.*

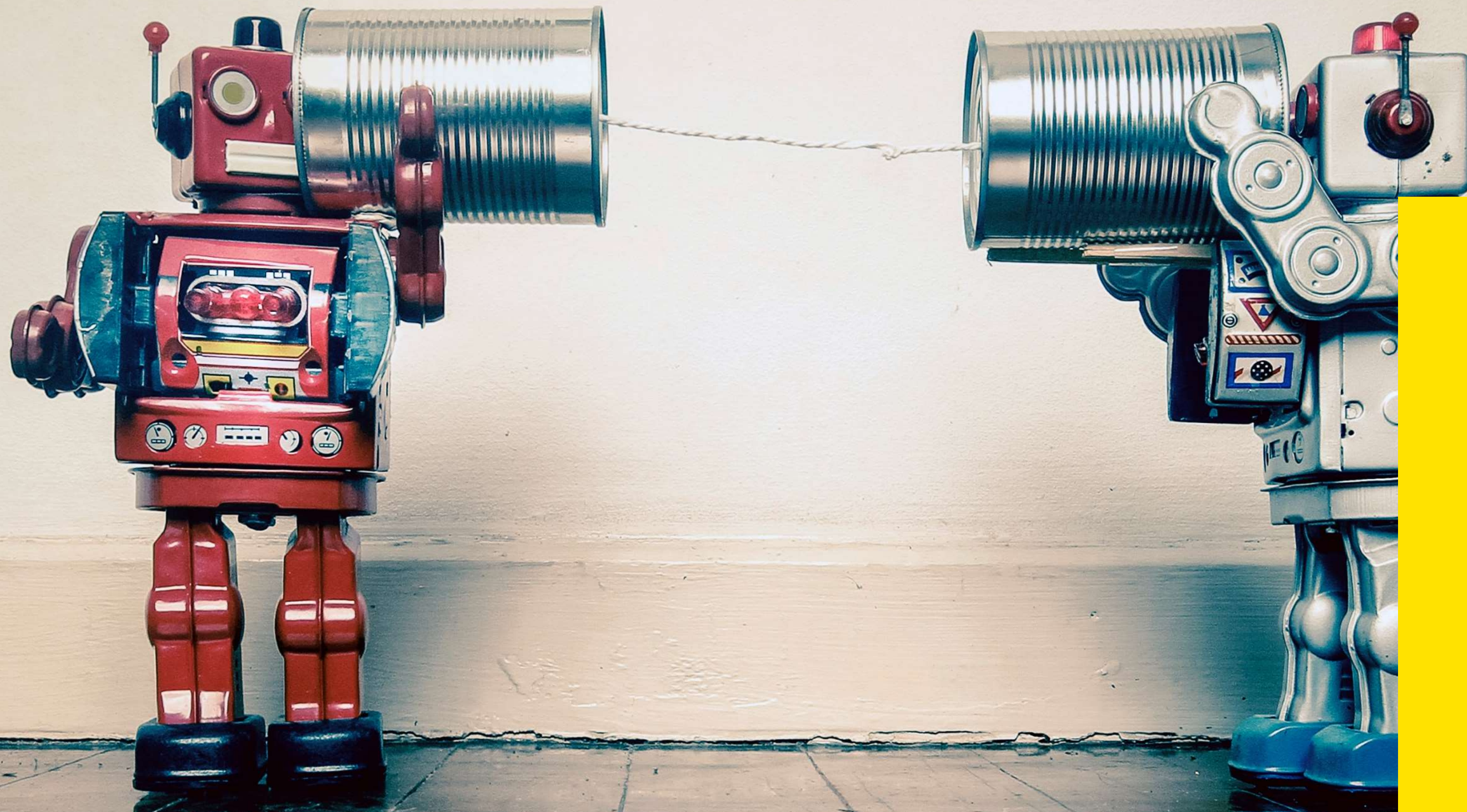
*Tadaaaa...:
Booking.com*

Was gibt es zu berichten?

Ergebnisse dieser Szene

- Warum booking.com? Weil es so schön einfach ist...
- Zimmer stornierbar gebucht – trotz fester Absichten / Pläne
- PS: Bekanntes Hotel nicht in Liste für erste Nacht gefunden
- Wahl für das erste Hotel erfolgte klar über das erste Listenbild
- Wahl des zweiten Hotels aus Mangel an Alternativen
- Trugschluss: Alternative vorhanden, Listenbild aber unattraktiv

© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

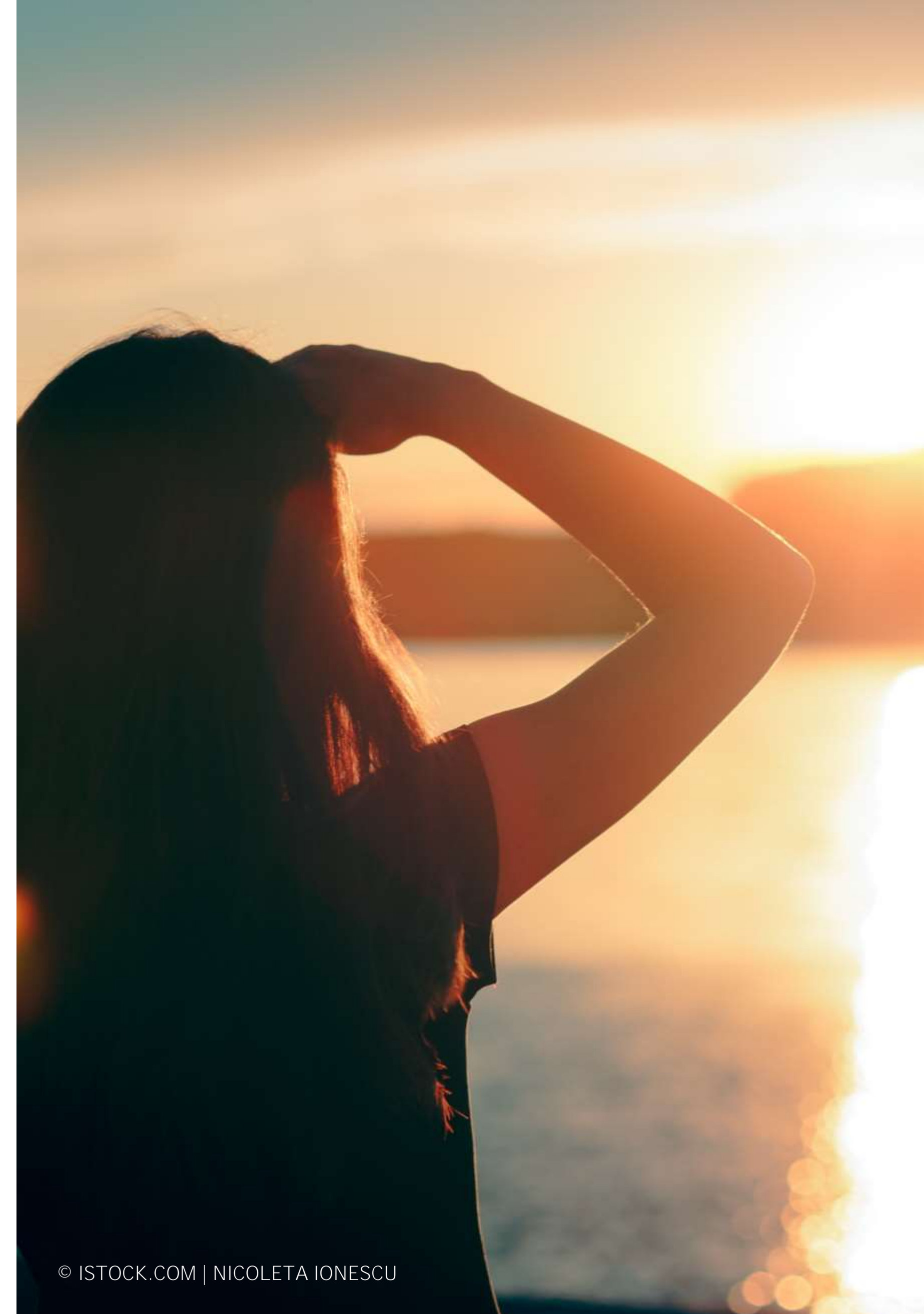


*Akt 1 – Szene 2
Das Dilemma:
Ich schaffe den
Check-In nicht.*

Antwort: „Ja?“

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Komplette unprofessionelle Gesprächsannahme + -führung
- Keine Flexibilität in der Anreisezeit trotz Hinweis
- Hinweis erhalten, die Anreise telefonisch zu avisieren
- Ohne, dass dies digital vorab bekanntgegeben worden wäre
- Endergebnis: Keine Problemlösung / kein guter Eindruck
- In Erinnerung schwelgend: Paris, Rom oder auch Dresden



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 1 – Szene 3
Ortswechsel:
Storno und neue
Buchung
ausführen.*

Zeit: 5 Minuten.

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Noch im Auto Storno der Buchung ausgeführt – Kostenlos
- Direkte Suche nach dem bereits bekannten Hotel
- Jetzt damit auch in der Liste zu finden
- Erfolgreiche Buchung des „neuen“ Hotels
- Aufwand: Unter 5 Minuten

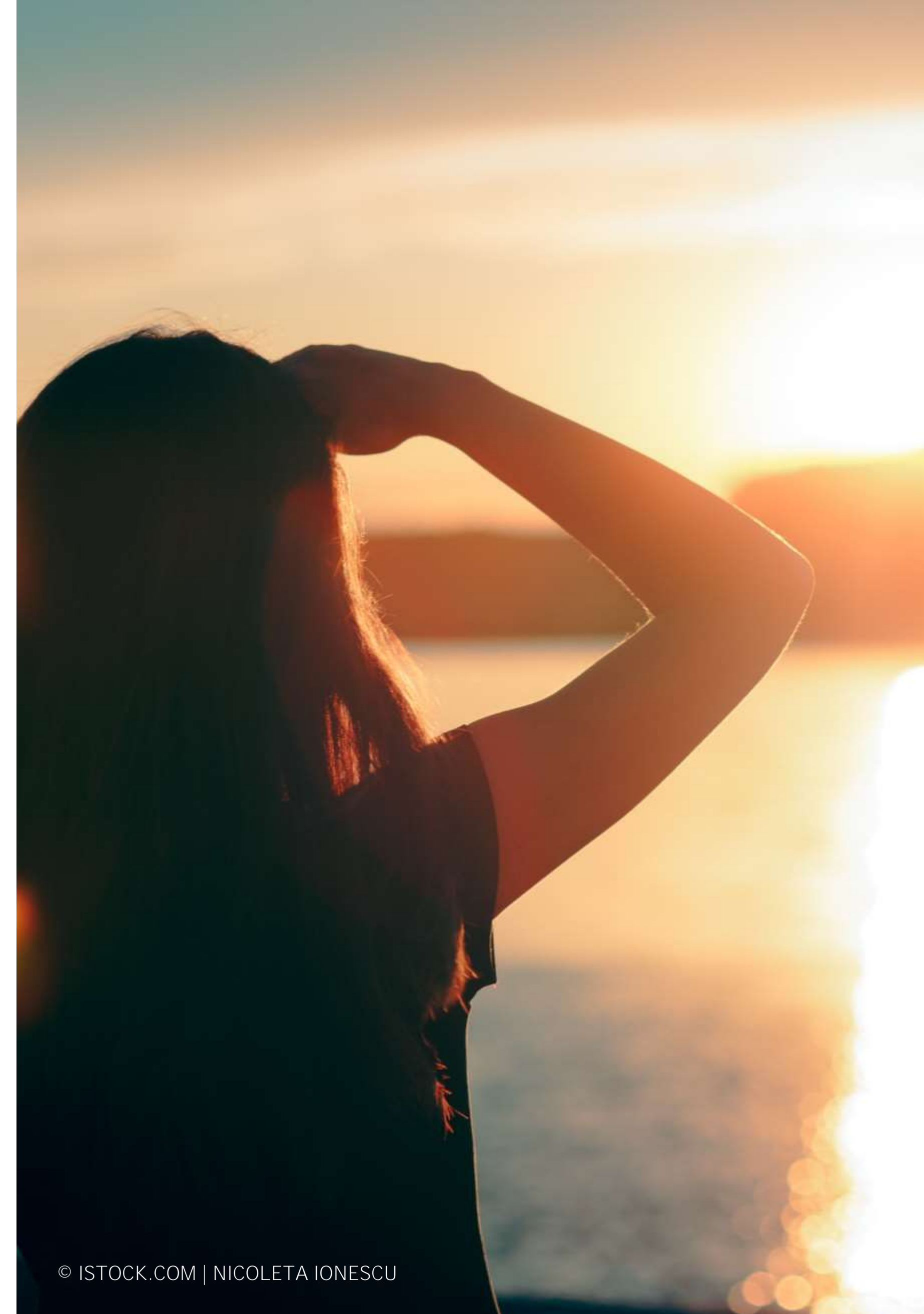
© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



Akt 1 – Szene 4
Vorfreude:
Und nicht
vergessen...!

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Wichtige Dinge vor Anreise erinnern (ortsabhängig)
- Vorfreude steigern und Planungen unterstützen
- Für Gastro: Erinnern und bestätigen lassen
- Kleinigkeiten übermitteln – ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte
- Leider immer wieder eine Hürde: Die – aber dehnbare – DSGVO
- Das alles ist besonders bei Remote-Hotels / -Services wichtig



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

Akt 2

Der Aufenthalt

Wir ergänzen die Erfahrung aus dem Aufenthalt ein wenig...
...um Reisen zu anderen Destinationen und Restaurantbesuchen.

10.01.2023 | TOURISMUS-NETZWERK-ZUKUNFT 3.0 | NICO ERHARDT

.COMPIONEERS

Zwischenmeinung

„Ein Kunde, wie auch ein Gast, verstehen nicht, dass es für bestimmte Prozesse logische Gründe geben mag. Aber eben nur aus *Unternehmenssicht*. Nicht aus seiner Sicht.“

Nico Erhardt
Digital-Pionier und Service-Freund

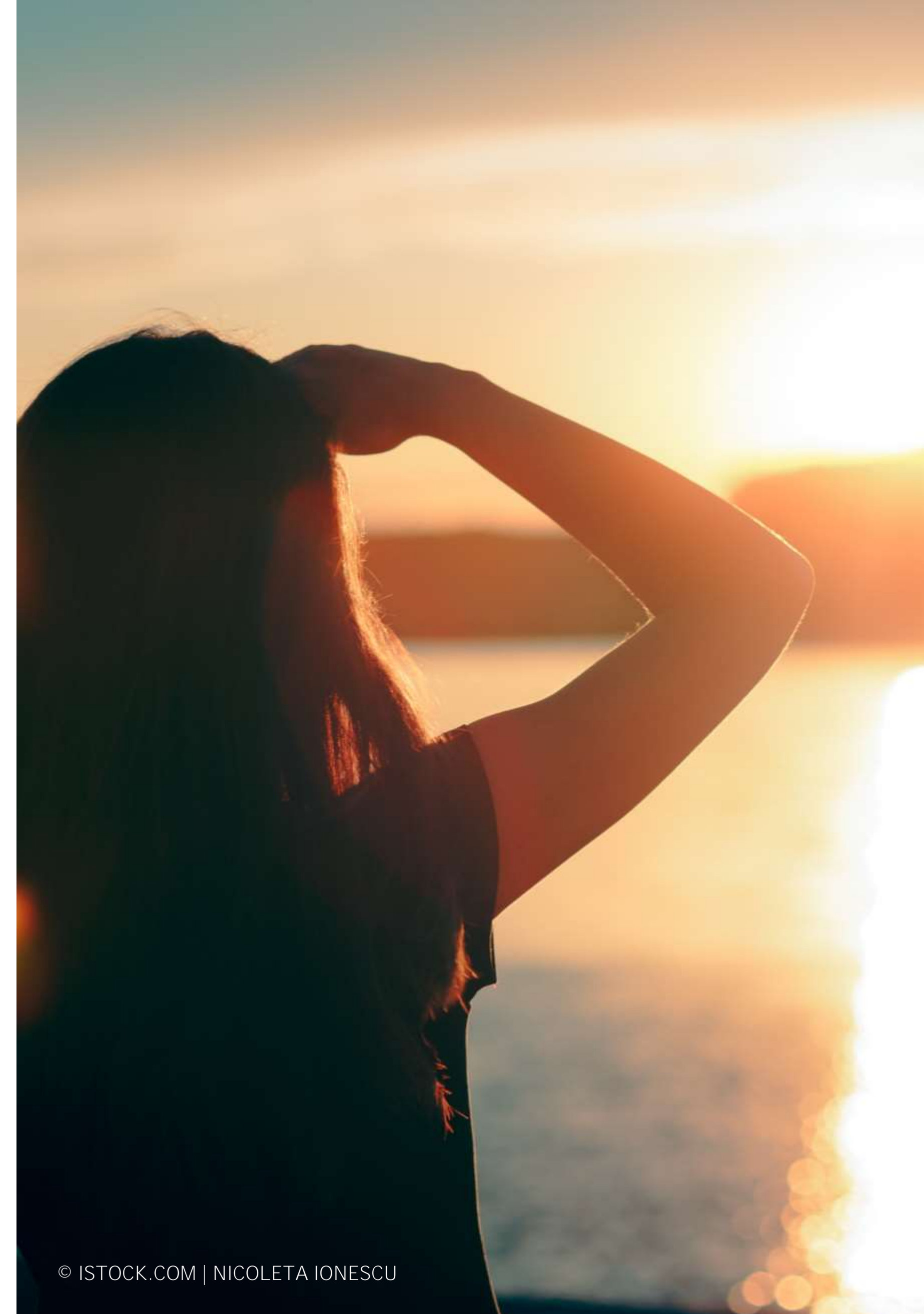


*Akt 2 – Szene 1
CheckIn:
Waren Sie schon
mal bei uns?*

„Ja, ca. 20 Mal“

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Keine Rücksicht auf wiederholte Besuche
- Nett zu wissen: Verweise auf das WLAN
- Meldung für Frühstück via Rezi, per WhatsApp wäre perfekt
- Ankunft auf dem Zimmer ganz unterschiedlich
- . Der *Klassiker*: Kaum was digital
- . Der *Fortschrittliche*: Willkommen-Screen / digitale Gästemappe



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

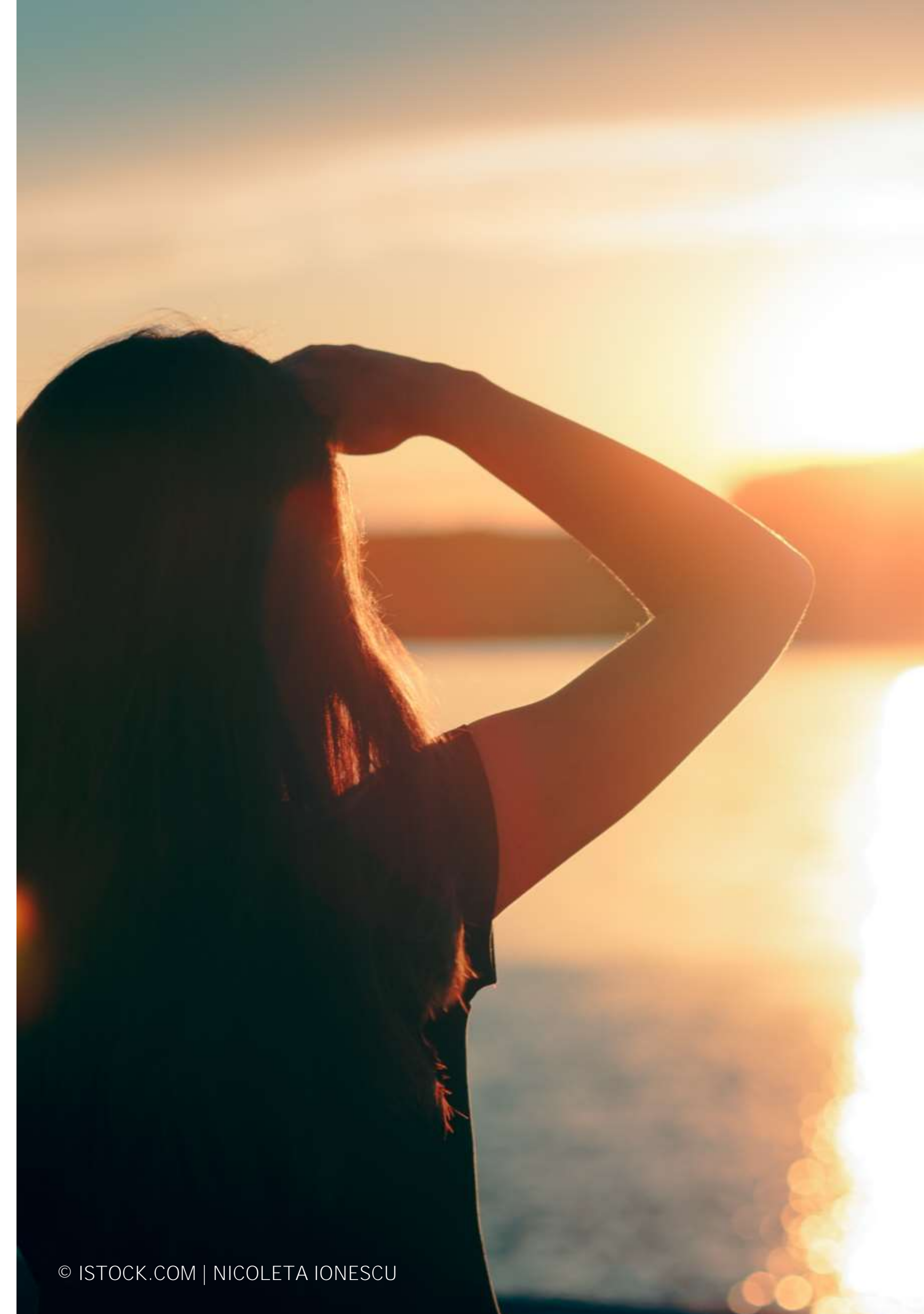


*Akt 2 – Szene 2
Wie heißen Sie?
Eberhardt oder
Gerhardt?*

***„Nico. Bitte
einfach nur
Nico.“***

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Verständnis von Namen und Wünschen tlw. schwierig
- Erreichbarkeit des Empfangs nicht immer gegeben
- Sprachbarrieren, gerade bei internationalen Gästen
- Gefühlte Haftungsumkehr: Die Buchung ist dokumentiert
- Absage über die App genauso problemlos möglich (Theorie)
- Wenig attraktiv: Punkte sammeln o.ä.



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 2 – Szene 3
Technikmüll:
Die Rechnung
geht bitte
getrennt.*

Gern heute...



*Akt 2 – Szene 4
Nix los:
Das ist aber
auch nicht das,
worauf ich Lust
habe und wofür
ich hier bin.*

Akt 3

Nach dem Aufenthalt

Auf geht's – Abreise. Mal notwendig. Mal leider.
Aber auch danach muss der Kontakt ja nicht abbrechen.

10.01.2023 | TOURISMUS-NETZWERK-ZUKUNFT 3.0 | NICO ERHARDT

.COMPIONEERS

Zwischenmeinung

„Wenn ein zufriedener Gast auscheckt oder nach einem gelungenen Essen geht, ist er – nach der Vorfreude seiner Buchung – vermutlich am *emotionalsten*.“

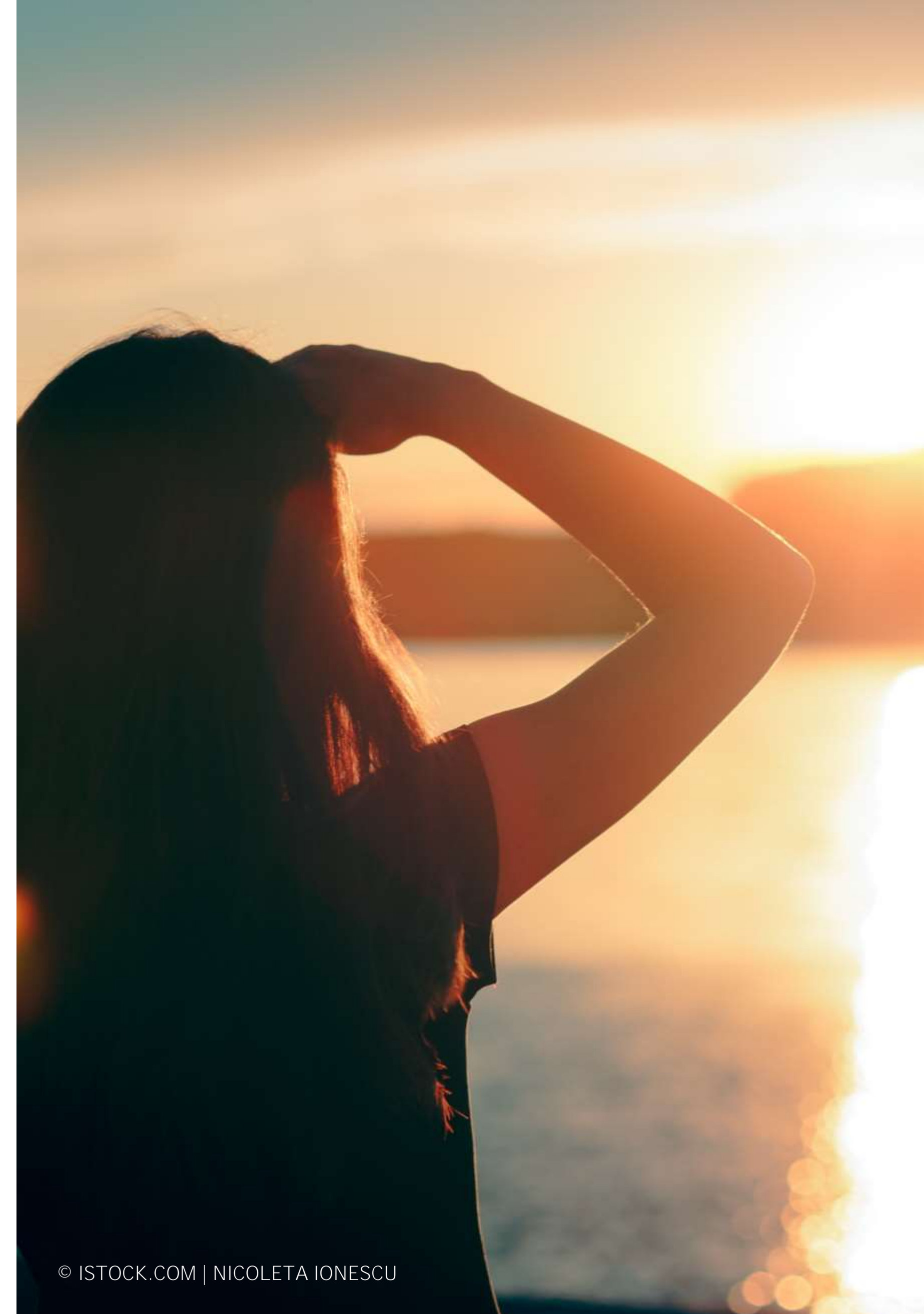
Nico Erhardt
Digital-Pionier und Service-Freund




*Akt 3 – Szene 1
Abreise:
War denn alles
in Ordnung?*

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Der digitale Gast ist am Ende nicht der Parade-Flyer-Empfänger
- Einen QR-Code für Bewertungen oder eigenen Nutzen mag er
- Ist er denn auch gut nach Hause gekommen?
- Was würde er denn anders machen? So unter uns zwei Nasen.
- Und, übrigens: So sieht es hier gerade ohne dich aus...



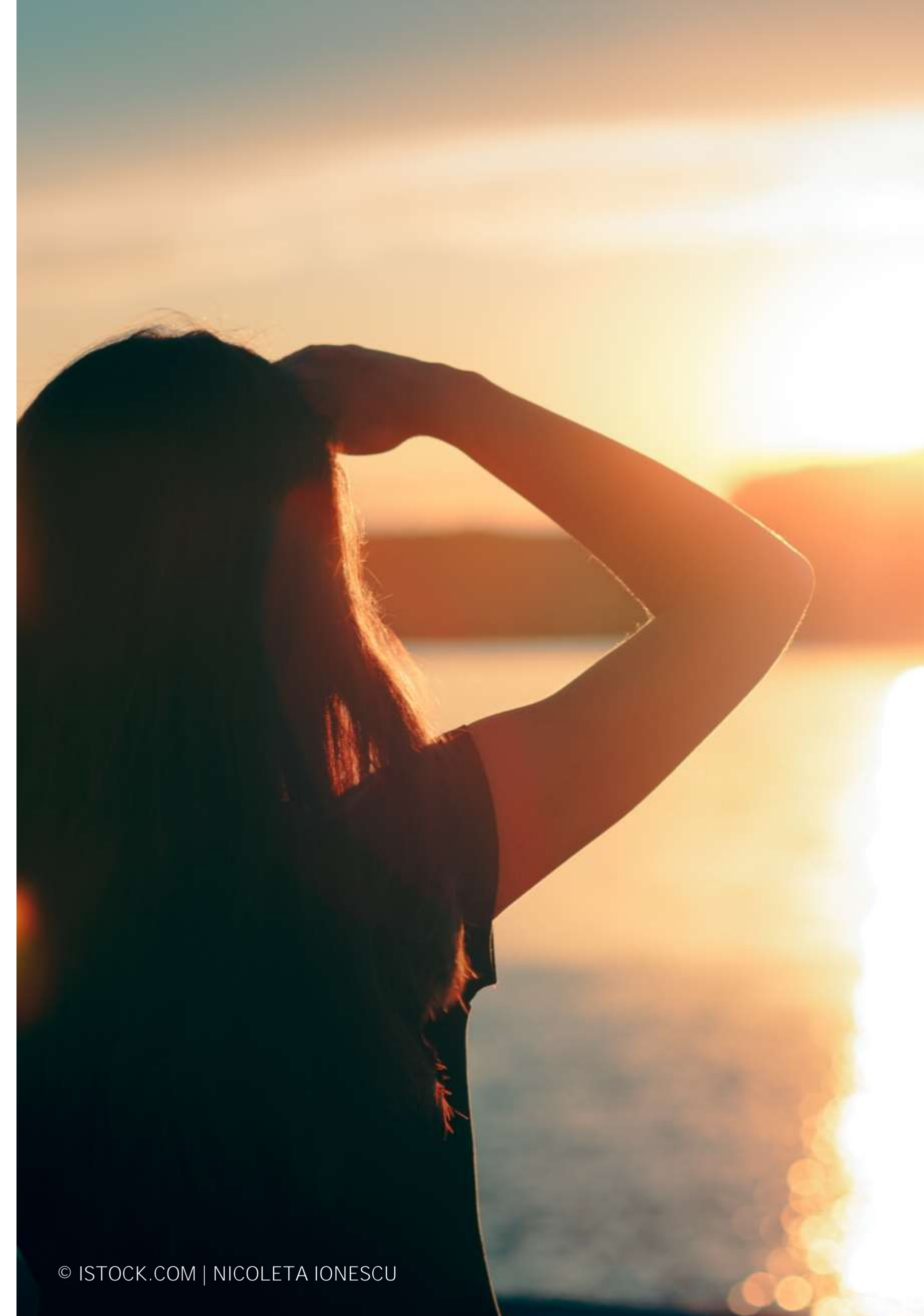
© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 3 – Szene 2
Nur kurz:
Uns gibt es noch.*

Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Gästen Erinnerungsmaterial an die Hand geben
- Dauerhaft „in Kontakt“ bleiben
- Digitalen Touchpoint liefern
- Gästebindung – selbst, wenn Wiederkehr unwahrscheinlich
- Viralen Moment nicht versäumen
- Virale Momente forcieren



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

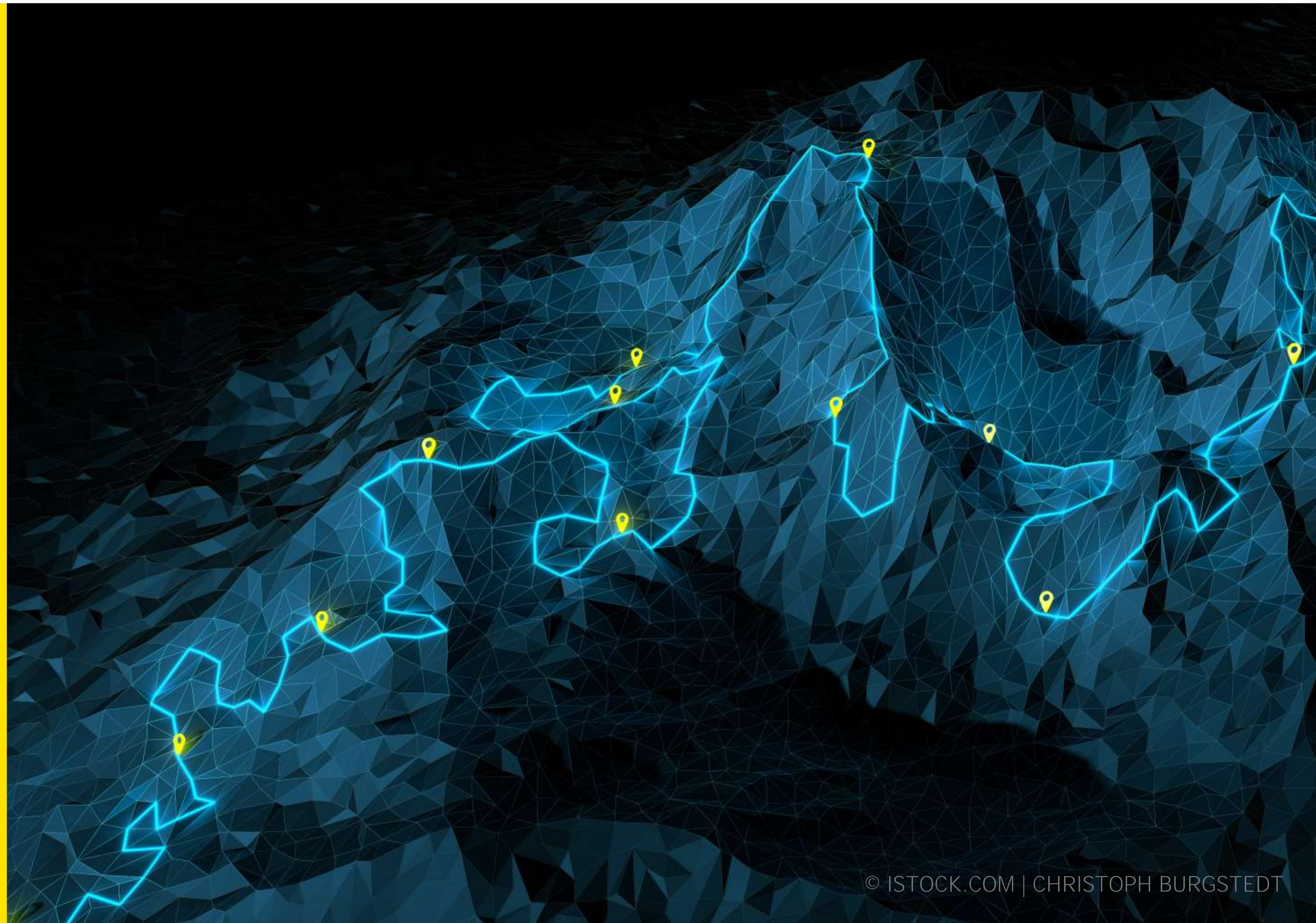
Expertenmeinung

„Vermutlich sind Tourismus und Gastronomie mit *am stärksten vom Internet abhängig*. Und gleichzeitig müssen sie stark sein und bleiben und ihr Kerngeschäft nicht **aus den Augen verlieren.**“

Nico Erhardt
Digital-Pionier und Service-Freund

01

Sofern
keine Idee
dahinter
steckt: Ohne
Digital geht's
nicht mehr.



© ISTOCK.COM | CHRISTOPH BURGSTEDT

02

Gäste sind
zunehmend
Services
ohne Personen
gewöhnt.

© ISTOCK.COM | DKOSIG



03

Was können wir also z.B. aus Remote-Hotels lernen?



© ISTOCK.COM | KUMER

04

Wen
brauchen
wir, um all
das Digitale
zu leisten?



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

05

Und ist das
alles geklärt:
Dann wieder
dem Schönen
widmen...



© ISTOCK.COM | SAWITREELYAON

Schlussmeinung

„Die Hotellerie und die Gastronomie haben anderen Branchen gegenüber einen großen Vorteil: Sie sind per se auf die *Bedürfnisse Ihrer Gäste* eingestellt. Und von da ist es nur ein kleiner Schritt zu den *Personas*.“

Nico Erhardt
Digital-Pionier und Service-Freund



Wollen wir
gemeinsam
nach oben?

Freue mich
auf euren
Kontakt!

www.nico-erhardt.com