CUSTOMER JOURNEY

Diese Erfahrungen machen Hotels mit Gäste-Apps

Mit einer **Guest-Journey-Software** automatisieren Hotels Abläufe. Sie stellen aber nach wie vor den persönlichen Kontakt ins Zentrum.

Ueli Abt

Das Mad Hotel in Nendaz VS existiert seit einem Jahr. Seit Beginn läuft das Check-in komplett digital. «Wir haben keine Réception», sagt Direktor Nelio Silva. Gäste, die ein Hotel gebucht haben, können ab 15 Uhr am Anreisetag sowohl den Eingang zum Hotel wie auch das Zimmer mit dem Handy öffnen. Das Check-in erledigen die Gäste online von zu Hause aus. Das Mad Hotel hat sich für die App Straiv entschieden. «Wir sind mit der App sehr zufrieden», sagt Silva.

Die Gäste müssen nicht extra eine App auf ihrem Mobilgerät installieren. Die digitale Lösung funktioniert direkt über einen Link, welchen das Hotel den Gästen nach der Buchung zuschickt. Silva hatte sich vor der Wahl für Straiv mit anderen Hoteliers über deren Erfahrungen ausgetauscht. «Ich habe mich umgehört, das System scheint das beste zu sein, das im Moment verfügbar ist.» Obwohl beim Mad Hotel kein Weg am digitalen Check-in vorbeiführt, buchen im Prinzip auch Gäste ohne Smartphone ihren Aufenthalt. «Wenn Gäste telefonisch reservieren, erledigen wir Check-in und Check-out nach deren Ankunft auf unseren eigenen Geräten.»

Gemäss Silva hat sich mit der App in Bezug auf Upselling nicht viel verändert. «Das findet im persönlichen Kontakt statt, nachdem die Gäste bei uns eingetroffen sind.» Wer ein grösseres Zimmer wünsche oder zur Vollpension wechseln möchte, könne das im Hotel ändern. Upselling bleibe im Wesentlichen darauf beschränkt. Buchbare Angebote im Spa-Bereich hat das Mad Hotel nicht.

Ebenfalls gute Erfahrungen mit der App Straiv hat das Grand Hotel Bad Ragaz gemacht. «Wir stellen als 5-Sterne-Haus selbstverständlich die Interaktion mit unseren Mitarbeitenden und den individualisierten Service ins Zentrum. Die App dient als Ergänzung für Gäste, die digital affin sind. Dennoch wird der persönliche Kontakt häufig bevorzugt», teilt Marc Stalder, Senior PR & Communications Manager, auf Anfrage mit. «Sicherlich lassen sich auf einen Blick beispielsweise Wochenprogramme, Menüs oder Spa-Behandlungen aufrufen. Häufig ist aber auch da eine persönliche Beratung gewünscht. Stalder betont, dass im Grand Hotel Bad Ragaz die App als Ergänzung angesehen wird «und nicht als Alternative oder gar Ersatz».

Nur zwei Prozent nutzen digitale Lösung

Das Hotel Bon Rivage in La Tour-de-Peilz verwendet die Housekeeping-App von Simon & Josef. Gemäss Direktorin Marie Forestier soll diese die direkte Beziehung zwischen dem Gast und den Housekeeping-Angestellten optimieren und deren Produktivität steigern. Digitales Check-in steht den Gästen auf Wunsch über eine Funktion des Property-Management-Systems (PMS) zur Verfügung. Die Housekeeping-App nutzen laut Forestier nur zwei Prozent der Gäste. «Die Kunden mögen den menschlichen Kontakt. Es ist ein zusätzliches Tool, aber es ersetzt nicht das Telefon auf dem Zimmer oder den direkten Kontakt mit dem Personal.»

> **«Der persönliche Kontakt geht nicht verloren.»**
>
> **Michael Böhler**
> Experte für Hospitality-Management

Das Hotel Guarda Val in Lenzerheide arbeitet mit der App Carlito. Es sei möglich gewesen, im Rahmen eines Probelaufs für weniger als 200 Franken monatlich und mit guter Betreuung seitens der Software-Mitarbeitenden einen realen Einblick zu erhalten, wie die Gäste auf eine App reagieren würden, sagt Frontoffice-Manager Ramon Karpati. Dabei habe das Carlito-Team sogar Anregungen aus der Praxis aufgenommen und umgesetzt. «Neue Features, welche von unserer Seite her gewünscht waren, hat die Crew geliefert.»

Der direkte Gästekontakt bleibe auch mit der App wichtig. «Der persönliche Austausch zwischen uns und dem Gast bildet einen für den Aufenthalt wichtigen Grundstein und ist somit für uns als Gastgeber nicht Neues und auch ohne App im Alltag integriert.» Auch wenn eine Gäste-App höchstwahrscheinlich Zeit spare, bevorzuge man im Haus stets den persönlichen Kontakt.

Personal hat Kopf frei

Sowohl digitalisieren als auch persönlich bleiben – dies befürwortet auch Digitalisierungs-

experte Michael Böhler. Eine Guest-Journey-Software könne dem Personal viel Arbeit abnehmen, etwa durch ein deutlich effizienteres Check-in. «Das Administrative fällt weg, aber der persönliche Kontakt geht nicht verloren. Das Team vor Ort kann sich ganz auf den Small Talk konzentrieren und praktische Auskünfte geben, zum Beispiel zum Skigebiet.»

Der Experte empfiehlt zunächst eine Analyse, in welchen Bereichen die Automatisierung stattfinden soll. Empfehlenswert sei es zudem, sich mit Berufskollegen und spezialisierten Partnern auszutauschen. Den riesigen Wald an Angeboten zu überblicken, brauche Zeit.

Böhler rät vehement dazu, dass eine App die gesamte Customer Journey abdeckt. «Es gibt sehr viele Apps, die nicht sehr viel können.» Zunächst gelte es dabei, die Kompatibilität mit dem vorhandenen PMS zu überprüfen. «Viele machen den Fehler, dass sie sich für ein Produkt entscheiden, das sie an einer Messe gesehen haben und cool finden. Wenn sich dann zeigt, dass die Schnittstelle zur Anbindung ans CMS erst noch geschaffen werden muss, geht das ins Geld.»

Guest-Journey-Software: Grosse Vielfalt

Im Bereich Gäste-Apps ist die Vielfalt auf dem Markt gross. Allein schon die Bezeichnung als «Housekeeping»-, «Gästeerlebnis»- oder auch «Guest Engagement»-App beziehungsweise -Plattform macht klar, dass die verschiedenen digitalen Lösungen den Fokus auf unterschiedliche Hauptfunktionen legen.

Die digitale Lösung **Straiv** verspricht, dass Hotels die Gäste während der gesamten Customer Journey begleiten können. Straiv ist eine webbasierte Lösung, die Gäste müssen somit nicht erst eine App auf ihrem Gerät installieren. Straiv bietet unter anderem digitales Check-in, ermöglicht digitale Türöffnung, digitale Gästemappe, digitales Bezahlen sowie «Guest Journey Messaging».

Suite Pad funktioniert mit Tablets, welche die Hotels zur Verfügung stellen. Die Anwendung gibt es aber auch in einer «Bring your own device»-Variante. Mit Suite Pad können Hotels ihre Gäste über Angebote, Services und Events informieren und diese mit personalisierten Push-Nachrichten bewerben. Es dient als Kanal für Gäste für Fragen, Wünsche und Beschwerden.

Carlito verspricht «mehr Gästezufriedenheit und Umsatz». Nach eigenen Angaben optimiert die Gästeerlebnis-App Carlito «die Interaktion mit Gästen, indem sie einfache Buchung von Dienstleistungen und Erlebnissen ermöglicht und umfassenden Zugriff auf alle Informationen für einen reibungslosen und unvergesslichen Aufenthalt bietet». Digitale Gästemappe, Buchungssystem und virtuelle Réception sind die drei Hauptthemenbereiche der App.

Hotel MSSNGR bietet eine Webanwendung wie auch eine App zum Download an. Nebst diversen Funktionen wie Check-in und Check-out, Schlüssel, Buchungen vor Ort und dem Concierge-Buch bietet Hotel MSSNGR zudem Datenanalysen an. Die Lösung verspricht mehr Upselling dank genauem Verständnis des Gästeverhaltens vor Ort.

Daneben gibt es auch PMS (Property Management System), die eine verkürzte Guest Journey anbieten, so etwa MEWS, Cloudbeds, Casablanca, Apaleo.