

M.A.G.N.E.T.-Check

2010 steht vor der Tür und ein neues, hoffnungsvolles Jahr für die Hotellerie kann beginnen.

Sind Sie optimal vorbereitet? Haben Sie an das Wichtigste gedacht?

Diese Checkliste kann helfen. Machen Sie den M.A.G.N.E.T.-Check und testen Sie die Anziehungskraft Ihres Hotels auf potenzielle Gäste. Dabei gilt: grün = anziehend; rot = abstoßend

MARKTPOSITION | ANGEBOT | GÄSTEBINDUNG | NEUGESCHÄFT | TENDENZ

Meine Zielgruppe ist klar definiert:

bis 3 Jahre	36 – 45 Jahre
3 – 6 Jahre	46 – 55 Jahre
7 – 15 Jahre	56 – 65 Jahre
16 – 25 Jahre	66 – 75 Jahre
26 – 35 Jahre	über 76 Jahre

Andere Merkmale: _____

Nein

Ich kenne das Angebot anderer Hotels:

- am Ort
 - in der Region
 - in meinem Bundesland
 - in der Branche
- Nein

Ich informiere mich regelmäßig über neueste Trends:

- auf Messen
- im Internet
- durch Fachzeitschriften
- bei Branchentreffs

Nein

Das Gesamtkonzept meines Hotels unterscheidet sich von dem anderer Hotels:

- Ja, durch _____
- Nein

Die Ideen meiner Mitarbeiter werden in die Angebote einbezogen:

- Ja
- Nein

Ich orientiere mich zu sehr an dem, was andere Hotels machen:

- Ja
- Nein

MARKTPosition | ANGEBOt | GÄSTEBINDUNG | NEUGESCHÄFT | TENDENZ

Die Angebote in meinem Hotel werden genau kalkuliert:

- Ja
- Nein

Die Preise stehen in einem klaren Verhältnis zu:

- Nachfrage
- Saison
- Aufwendungen

-
- Konkurrenz
 - Nein

Die Gäste verstehen unser Preismodell:

- Ja
- Nein

Die Gäste können die Preishöhe aller Leistungen nachvollziehen:

- Ja
- Nein

Der Preis für eine bestimmte Leistung ist in allen Vertriebskanälen gleich:

- Ja
- Nein

Die angekündigte Senkung der Mehrwertsteuer nutze ich für:

- Investitionen
- Personal

-
- Preissenkungen
 - weiß nicht
 - gar nichts

Ich kenne meine Gästestruktur:

___% hatten 1 Aufenthalt in den letzten 2 Jahren

___% hatten 2 und mehr Aufenthalte in den letzten 2 Jahren

___% der Gäste geben mehr aus als der Durchschnitt

Nein

Ich habe meine Gäste nach klaren Kriterien segmentiert:

nach Aufhalten

nach Ausgabeverhalten

nach Zufriedenheit

Nein

Ich nutze vorhandene Gästedaten zur aktiven Ansprache:

per Brief

per E-Mail

per Newsletter

per Twitter, Facebook, etc.

Nein

Ich informiere meine Gäste über:

Aktionsangebote

Events in der Region

Neuheiten im Hotel

besondere Services

Saisonbeginn

günstige Schnee- oder Wetterlage

Umbauten zur Optimierung

gar nichts

Ich hole mir Anregungen von meinen Gästen:

Ja

Nein

Meine Homepage ist benutzerfreundlich und bietet:

Anfragemöglichkeit/Verfügbarkeit freier Zimmer

Online-Buchung

Blog

Verlinkung zu Bewertungsportal wie z.B. holidaycheck.de/eigenes Bewertungssystem

nichts davon

MARKTPOSITION | ANGEBOT | GÄSTEBINDUNG | NEUGESCHÄFT | TENDENZ

Ich kann in einem Satz sagen, was ich in meinem Haus den Gästen biete:

Ja, _____
Nein

Mein Hotel steht für folgende Werte:

keine

Diese Werte wurden in meiner letzten Werbebotschaft kommuniziert:

Ja
Nein

Meine Zielgruppe bevorzugt folgende Kanäle:

Hier ist mein Hotel präsent:

Internet	Ja	Nein
Communities	Ja	Nein
Blogs	Ja	Nein
Social Media (Facebook, Twitter)	Ja	Nein
Prospekte	Ja	Nein
Anzeigen	Ja	Nein
Plakate	Ja	Nein
Reisebüros	Ja	Nein
Reiseveranstalter (Online/Katalog)	Ja	Nein
Reservierungssysteme (z.B. hrs.de)	Ja	Nein
Radiowerbung	Ja	Nein
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	Ja	Nein
Sponsoring	Ja	Nein
Direktmarketing	Ja	Nein
Marketingkooperation	Ja	Nein
Weiterempfehlung	Ja	Nein

MARKTPosition | ANGEBOt | GÄSTEBINDUNG | NEUGESCHÄFT | TENDENZ

Ich habe Optimierungsbedarf in folgenden Bereichen:

- Alleinstellungsmerkmal am Markt
 - Zielgruppendefinition
 - Zielgruppenkenntnis
 - Vertriebswege
 - Kommunikationsstrategie
 - Werbemittelkonzeption & Umsetzung
-

Ich wünsche ein unverbindliches Beratungsgespräch mit dem Nischensucher:

- Ja, bitte
- Nein, danke

Mein Hotel: _____

Mein Name: _____

Meine Anschrift: _____

Meine Telefonnummer: _____

Meine E-Mail: _____

Wir vom NISCHENSUCHER freuen uns, Sie mit dieser Checkliste unterstützen zu können.

Fühlen Sie sich optimal vorbereitet und anziehend? Dann viel Erfolg!

Haben Sie eine oder mehrere Schwachstellen entdeckt? Dann schicken Sie die Checkliste am besten gleich an eine der folgenden Adressen und wir melden uns umgehend zurück.

Per eMail: INFO@NISCHENSUCHER-MARKETING.DE

Per Post: NISCHENSUCHER marketing & more • WOTANSTRASSE 7 • 85579 NEUBIBERG