

FALLSTUDIE

Falkensteiner Stegersbach

SuitePad steigert die Spa-Umsätze

„Unsere Spa Abteilung ist im Vergleich zu den anderen Falkensteiner Hotels im Pro Kopf Umsatz führend, aber im internationalen Vergleich noch nicht unter den TOP 10, und da wollen wir hin. So mussten wir uns überlegen, wie können wir noch schneller, noch effizienter dem Gast unsere Angebote näher bringen.“



Günther Zimmer, General Manager
Falkensteiner Balance Resort Stegersbach

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Dank der Implementierung einer Push-Marketing-Strategie und einem verkaufsförderndem Layout seiner digitalen Gästemappe verkauft das Wellnesshotels zusätzlich 21 Spa-Anwendungen pro Monat.

- Über 50 Prozent Umsatzsteigerung für das Falkensteiner Acquapura Spa
- 257 zusätzlich verkaufte Anwendungen innerhalb eines Jahres
- 20.774,00 Euro Umsatzplus in einem Jahr
- SuitePad nach einem Drittel der Laufzeit allein durch die zusätzlichen Buchungen komplett refinanziert



DAS ACQUAPURA SPA

Erholung und Entspannung erwarten die Gäste im Falkensteiner Balance Resort Stegersbach mitten im idyllischen Burgenland. Das Hotel verfügt über einen 2.700 m² großen Acquapura Spa, welcher mit zwei Pools, einer großzügigen Saunalandschaft, einem Ruheraum, einem Fitnesscenter mit Yoga- und Work-out-Raum und umfangreicher Gastronomie sowie einem Loungebereich mit Bar und Bibliothek ausgestattet ist.

Das Acquapura Spa bietet eine Vielzahl an Wellness-, Gesundheits- und Beautyanwendungen. So werden unter anderem das tsar Sport- und Aktivprogramm, ein ganzheitliches Metabolic Balance Programm sowie eine umfangreiche Fülle an Massagen und Beauty Treatments in insgesamt 11 Massageräumen und fünf Beauty-Kabinen angeboten. Im Geschäftsjahr 2016 verzeichnete der Spa-Bereich über 5.950 Besucher unter den Hotelgästen.

„Mit dem SuitePad haben wir ein Tool gefunden, welches am Puls der Zeit ist, den Umsatz steigert, und aufgrund seiner einfachen Bedienung ein Gefühl von Flexibilität und Entspannung bietet.“

Michaela Hösch, Spa Managerin
Falkensteiner Balance Resort Stegersbach



VOR EINSATZ VON SUITEPAD

Ein so umfangreiches Wellness Konzept wie im Falkensteiner Balance Resort Stegersbach ist sehr kostenintensiv. Umso wichtiger ist es, für eine stets gute Auslastung zu sorgen, um diesen Bereich rentabel zu halten. So muss der Spa-Bereich des Hotels täglich einen Umsatz von mindestens 1.300 Euro erwirtschaften. Trotz erstklassigen Rufes und starker Onlinepräsenz werden lediglich 40 Prozent der Spa-Buchungen im Vorfeld des Aufenthaltes gebucht. Die weiteren 60 Prozent werden erst während des Aufenthaltes im Hotel getätigt. Des Weiteren verhindern kurzfristige Absagen von zwei bis fünf Prozent die kontinuierliche Vollaustattung und gefährden somit die Profitabilität.

Dies ist in doppelter Hinsicht ärgerlich: Denn freie Termine heißen nicht nur verlorener Umsatz, sondern auch die verschenkte Möglichkeit, Gäste mit hochwertigen Anwendungen vom Gesamtkonzept zu überzeugen.

Um den In-House Verkauf des Spa-Bereichs anzutreiben, bediente man sich klassischer Werbemittel wie diverse Aufsteller in anderen Hotel Outlets, Werbung in den Hotelaufzügen, eine täglich erscheinende Gastzeitung und Informationsmaterial in den Zimmern. Dies bedeutet für das Hotel einen erheblichen finanziellen Aufwand, der den Spa-Umsätzen nicht direkt zugeordnet werden kann. Auch Änderungen im Spa-Programm oder Promotions können so nur sehr langsam umgesetzt werden.

Das Hotel überlegte deshalb:

- Wie können Kapazitäten maximal ausgeschöpft werden?
- Wie informieren wir unsere Gäste wirksam?
- Auf welche Weise schaffen wir mehr Aufmerksamkeit für den Spa-Bereich, ohne wertvolle Zeit und Kosten zu binden?



ZIELE DES EINSATZES VON SUITEPAD

- Auslastung des Acquapura Spa-Bereichs maximieren
- kein zusätzlicher Einsatz von Printmedien wie Flyer, Aufsteller oder Broschüren und damit verbunden Zusatzinvestitionen
- ad hoc Kommunikation mit den Gästen ermöglichen, um kurzfristige Verfügbarkeiten zu verkaufen



SUITEPAD IM EINSATZ

Das Hotel nutzt SuitePad seit 2013 als gezieltes Kommunikationsinstrument, um die Auslastung im Acquapura Spa zu steigern, Gäste spontan und je nach Auslastung des Wellnessbereichs über freie Termine und Angebote zu informieren und den Verkauf anzuregen.

Der Fokus lag hierbei auf den zwei folgenden Maßnahmen:

1. Gestaltung eines verkaufsfördernden Layouts der Gästemappe
2. Implementierung einer Push-Marketing-Strategie

1. Gestaltung eines verkaufsfördernden Layouts der Gästemappe

- Visuelle und inhaltliche Aufarbeitung der Angebote des Acquapura Spa
- Übersichtliche Darstellung durch die Kategorisierung der Wellnessanwendungen
- Hervorhebung der Signature Produkte und Specials
- kein zusätzlicher Einsatz von Print Medien

Der Acquapura Spa wurde prominent und ansprechend in die digitale Gästemappe eingearbeitet. Hierfür wurde die Informationsfläche im SuitePad, eine sg. Kachel größer als die anderen Kacheln gestaltet und in der oberen

linken Ecke platziert. Somit fällt das Auge des Betrachters sofort auf diese Kachel. Darüber hinaus nutzt das Hotel ansprechendes Bildmaterial in einem Bild-Slider. Hier rotieren in regelmäßigen Abständen Bilder durch die Kachel, um auf den ersten Blick mehrere Eindrücke des Wellnessbereichs zu vermitteln. Zusätzlich informiert ein „Störer“ mit der Nachricht „Hier Anwendung anfragen“ den Gast über die Möglichkeit Spa-Behandlungen direkt zu buchen.

Inhaltlich wurden sämtliche Angebote des Acquapura Spa aufgenommen und in Rubriken unterteilt, damit die Gäste eine klare Übersicht bekommen und somit gezielt zu den gewünschten Anwendungen geführt werden. Dieses Vorgehen erlaubt auch verkaufstechnisch interessante Rubriken wie „Topseller“ oder „Acquapura Balance Spezial Massagen“ zu erstellen, um Promotions oder Signature Produkte zielgerichtet zu kommunizieren.



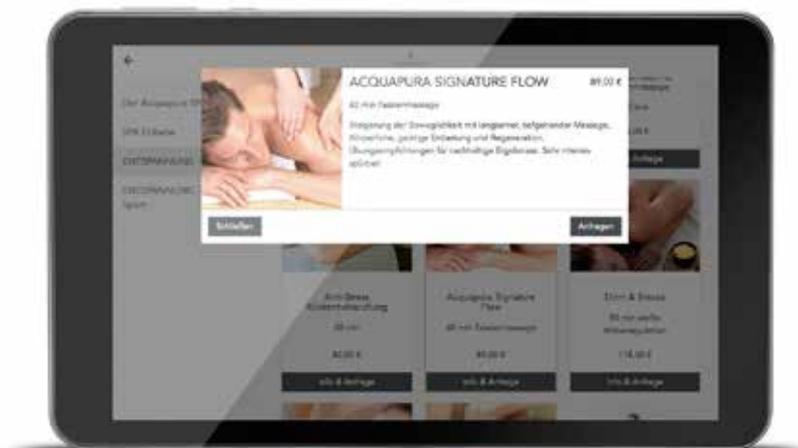
Prominente Platzierung des Spa-Bereichs in der Anwendung unter Berücksichtigung von ansprechender Bebilderung und Einsatz von „Störern“ und „Slidern“, um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen.

Jede Anwendung ist in der jeweiligen Rubrik als sg. „Objekt“ angelegt. Eine Box, die auf den ersten Blick die Bezeichnung, Dauer und Preis der Anwendung verrät. Der Gast kann dieses Feld öffnen, um weitere Informationen zu erhalten. Die Beschreibung der Anwendungen wurde in Zusammenarbeit mit der Spa Managerin des Acquapura Spa Michaela Hösch verfasst, um sicherzustellen, dass Gäste so authentisch und kompetent wie möglich informiert werden.



Unterteilung der Spa-Anwendungen nach Rubriken

Überzeugt durch diese Produktpräsentation, kann der Hotelgast die Anwendung direkt anfragen. Die Anfrage wird dann umgehend von der Spa-Rezeption bearbeitet und bei Verfügbarkeit bestätigt.



Geöffnetes Feld mit weiteren Informationen zur gewünschten Anwendung

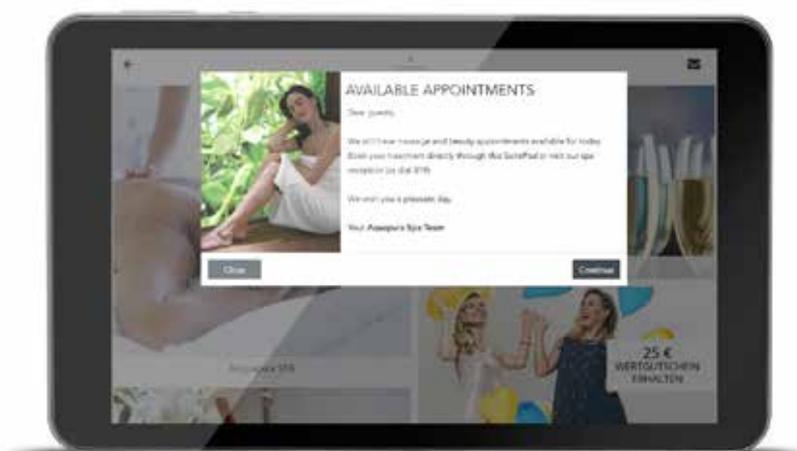


Anfrage einer Wellnessanwendung über SuitePad

2. Implementierung einer Push-Marketing-Strategie

- Personalisierte Push-Nachrichten je nach Auslastung der Spa-Outlets
- Informationen zu Sonderangeboten oder verfügbaren Spa-Terminen

Über das Content Management System (CMS) von SuitePad senden die Spa-Mitarbeiter des Falkensteiner Balance Resort Stegersbach Push-Nachrichten, um auf besondere Anwendungen oder verfügbare Termine aufmerksam zu machen. Hierbei wurde ein wirkungsvoller Mix aus einmaligen und regelmäßigen Push-Nachrichten angelegt. Der Gast erhält diese Nachrichten als Pop-up Fenster auf seinem SuitePad und kann diese öffnen, um sich tiefer gehend zum Angebot zu informieren und direkt zu buchen.



Beispiel einer regelmäßig versandten Push-Nachricht

Einmalige Nachrichten werden vom Hotel bei kurzfristigen Verfügbarkeiten ad hoc an die Gäste verschickt. Dafür nutzt das Hotel den Termin-Push, da bei diesem Typ direkt die verfügbaren Termine und dazu passende Anwendungen hinterlegt werden können. So kann der Gast den passenden Termin direkt buchen.

„Mit dem Einsatz von SuitePad, konnten wir die Prozesse vereinfachen, und einen spürbaren Mehrwert für den Gast und für uns erzielen.“

Günther Zimmer, General Manager
Falkensteiner Balance Resort Stegersbach

EFFIZIENTE PUSH-MARKETING-STRATEGIE FÜR WIEDERKEHRENDE THEMEN

Regelmäßige Push-Nachrichten wurden dazu angelegt, um wiederkehrende Angebote zu gleichbleibenden Zeiten zu kommunizieren. Für eine optimale praktische Umsetzung hat das Hotel eine Zeitanalyse der Seitenaufrufe vorgenommen und festgestellt, dass ein prägnanter Teil des „Traffic“ auf der Spa-Kachel nach 20:00 Uhr stattfindet, wenn die Gäste langsam vom Abendessen zurück zu ihren Zimmern kommen und sich mit der Gestaltung des Folgetages beschäftigen.

So wird nun jeden Abend ab 20:00 Uhr ein Seiten-Push zum Thema Acquapura Spa an alle Gäste verschickt, um mit dieser Push-Nachricht direkt dieses Interesse zu nutzen und um zusätzliche Informationen zu attraktiven Anwendungen zu liefern.

HOTEL MARKETIERS BIETET SUITEPAD JE NACH INHALT UND ZWECK DER NACHRICHT VERSCHIEDENE VERSANDMÖGLICHKEITEN

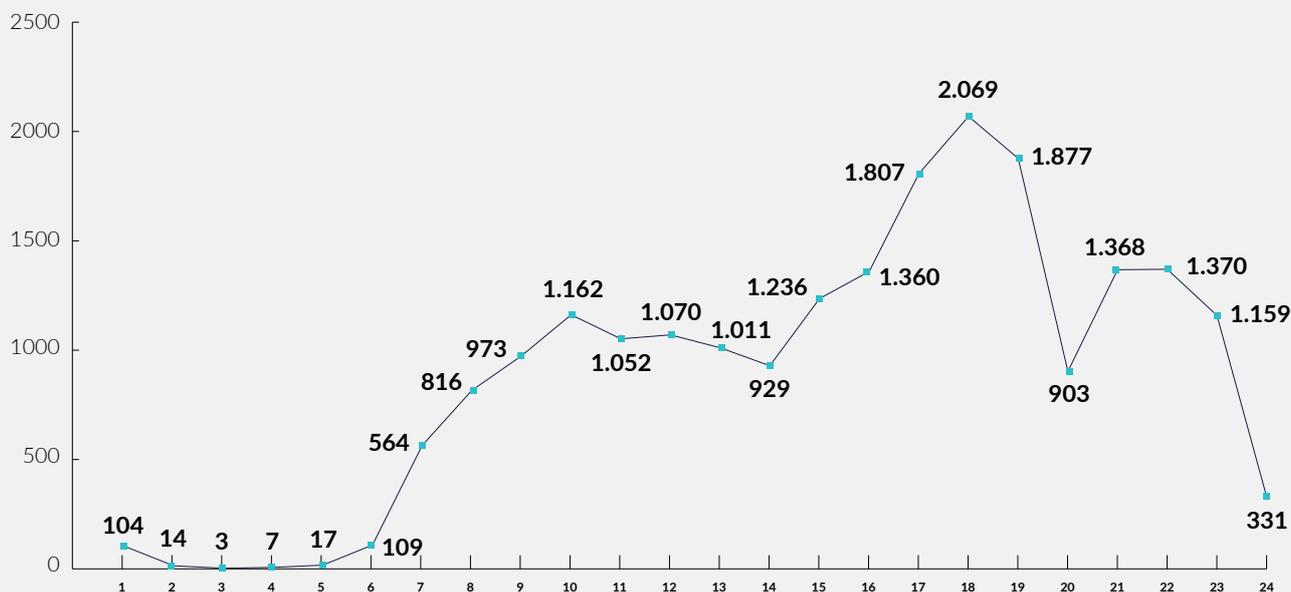
1. nach Art der Nachricht

- Nachrichten-Push: simple Textnachricht
- Seiten-Push: Eine Seite mit weiteren Informationen wird an die Nachricht gehängt.
- Objekt-Push: Ein bestimmtes Hotelprodukt oder Serviceangebot wird als sg. Objektfeld der Nachricht angehängt.
- Termin-Push: Verfügbare Termine und dazu passende Produkte oder Dienstleistungen des Hotels werden mit der Nachricht versandt, wie zum Beispiel ein freier Termin für eine spezielle Massage.

2. nach Empfänger

- an alle Gäste in Form einer allgemeinen Informationen zu Angeboten des Hotels
- zielgerichtet an bestimmte Gäste in Form einer persönlichen Nachricht nach Häufigkeit des Nachrichtenversands
- einmalig zu einem aktuellen Thema
- regelmäßig nach definiertem Zeitrahmen zu wiederkehrenden Themen

PAGE VIEWS



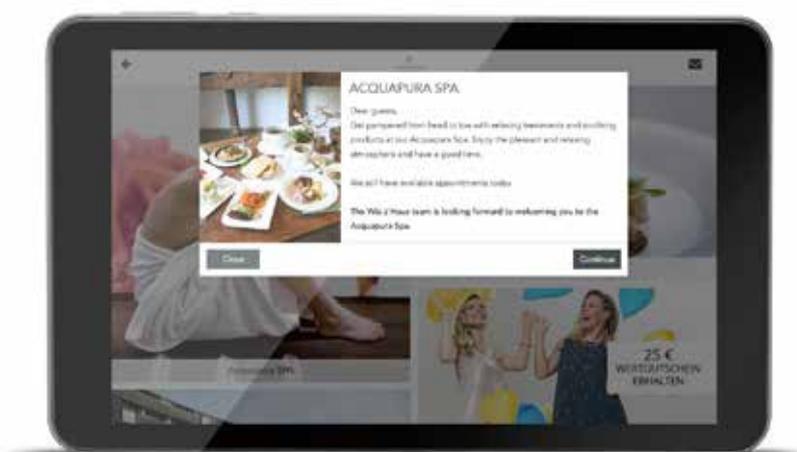
Page Views der Acquapura Spa-Seite in der digitalen Gästemappe, nach Tageszeit für den Zeitraum 01.05.2016 bis 30.04.2017

ERGEBNISSE

Zwischen Mai 2016 bis April 2017 wurden im Durchschnitt 9.000 Seitenaufrufe pro Monat auf den SuitePads gemessen. Von diesen Seitenaufrufen galten ca. 19 Prozent allein dem Acquapura Spa. Fast ein Fünftel aller Seitenaufrufe galt dem Thema Spa, Massagen- und Beautyanwendungen. Auch der erwähnte Einsatz von Push-Nachrichten hat zu einem positiven Gesamtergebnis beigetragen. So wurden für den Zeitraum Mai 2016 bis April 2017 im Durchschnitt 51 Push-Mitteilungen pro Monat zum Thema Acquapura Spa an die Gäste versendet. Als eine direkte Reaktion auf diese Push-Marketing-Strategie konnten in der Summe 40 Buchungen zugeordnet werden.

Besonders erfolgreich ist der Einsatz von SuitePad auch deshalb, weil 60 Prozent aller Anfragen während des Aufenthaltes getätigt werden und somit kurzfristig frei gewordene Kapazitäten, die üblicherweise nicht mehr verkauft werden können, besetzt werden.

Insgesamt konnte das Falkensteiner Balance Resort Stegersbach innerhalb eines Jahres durch die stimmigere Umsetzung im Design, der sinnvollen und übersichtlichen Strukturierung der Wellnessanwendungen und den Einsatz von Push-Nachrichten insgesamt 257 zusätzliche Buchungen sichern. Für das Hotel bedeutet dies allein zwischen Mai 2016 bis April 2017 einen zusätzlichen Umsatz von 20.774,00 EUR. **Dem Falkensteiner Balance Resort Stegersbach besonders wichtig ist vor allem: Das Hotel steigert die Auslastung im Acquapura Spa und kann gleichzeitig die kontinuierlich große Zufriedenheit seiner Gäste weiter stärken.**



Beispiel einer regelmäßig versandten Push-Nachricht

50%

Umsatzsteigerung für
das Acquapura Spa

257

zusätzlich verkaufte
Anwendungen/Jahr

20.774€

Umsatzplus in
einem Jahr

Interessieren Sie sich für die Einsatzmöglichkeiten
von SuitePad in Ihrem Hotel?

Kontaktieren Sie uns gerne für mehr Informationen und eine unverbindliche Beratung.

info@suitepad.de · +49 (0)30 319 850 000 · www.suitepad.de