

Halbfinale GÄSTELIEBLING Sachsen-Anhalt

Halle, am 26. Februar 2020



TRUSTYOU



Hi!

Theresa Wolff

Business Development & Partnerships Manager

theresa.wolff@trustyou.com

+49 89 552735 119

+49 1511 427 8495

Mehr Informationen auf:

www.trustyou.com



Hi!

Marie Doppelfeld

Business Development Executive
marie.doppelfeld@trustyou.com
+49 89 552735 101

Mehr Informationen auf:
www.trustyou.com



Heutige Themen

- Impulsvortrag: **“Schreckgespenst oder Umsatzsteigerung - Der richtige Umgang mit Gästebewertungen”**
11:15 - 11:45 Uhr
- Workshop: **“Bewertungen, die Währung der Zukunft?”**
13:00 - 15:00 Uhr

Schreckgespenst oder Umsatzsteigerung?

Der richtige Umgang mit Gästebewertungen



Online Reputationsmanagement

... und warum dieses Thema so wichtig ist

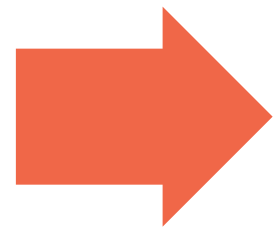
Definition: Online Reputationsmanagement

(ORM) umfasst Planung, Aufbau, Pflege, Steuerung und **Kontrolle des Images** einer Organisation oder einer Person im Internet.

ORM hilft dabei, die **öffentliche Meinung** über ein Unternehmen, dessen Produkte oder Service zu **überprüfen** und **zu beeinflussen**.



Gäste schreiben
Bewertungen, damit ihre
Meinung gehört wird.



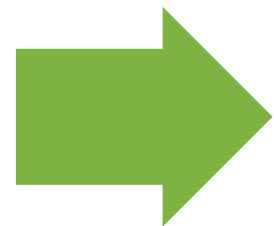
95% der Reisenden

lesen Bewertungen, bevor sie ihre Buchungsentscheidung treffen



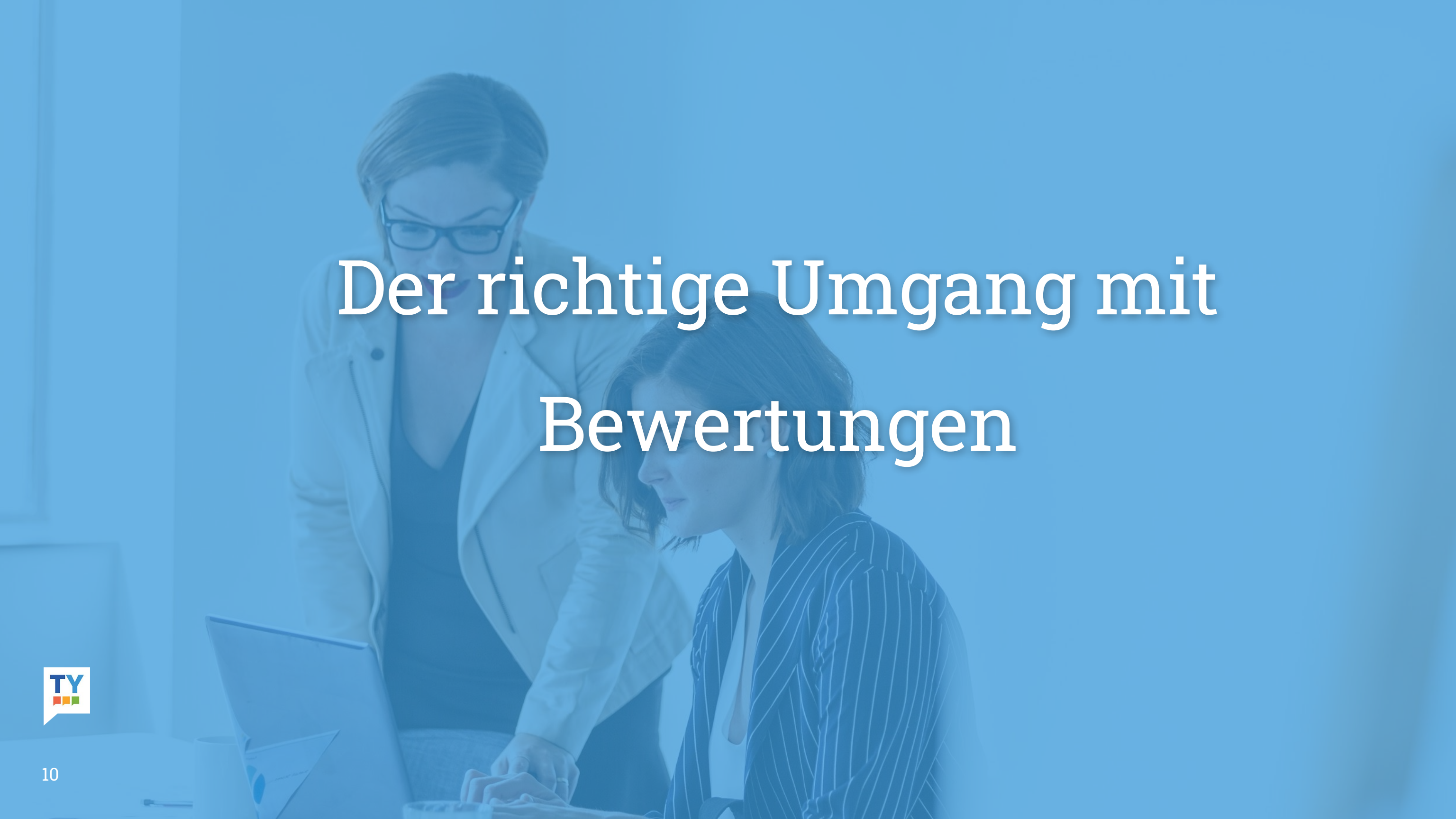
3,9x höhere Wahrscheinlichkeit

dass ein Hotel gebucht wird, das bessere Bewertung hat, bei gleichem Preis



38 Webseiten

werden vor einer Buchungsentscheidung besucht

A background image showing two business women in an office setting. One woman is standing and pointing at a laptop screen, while the other is sitting and looking at the screen. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Der richtige Umgang mit Bewertungen

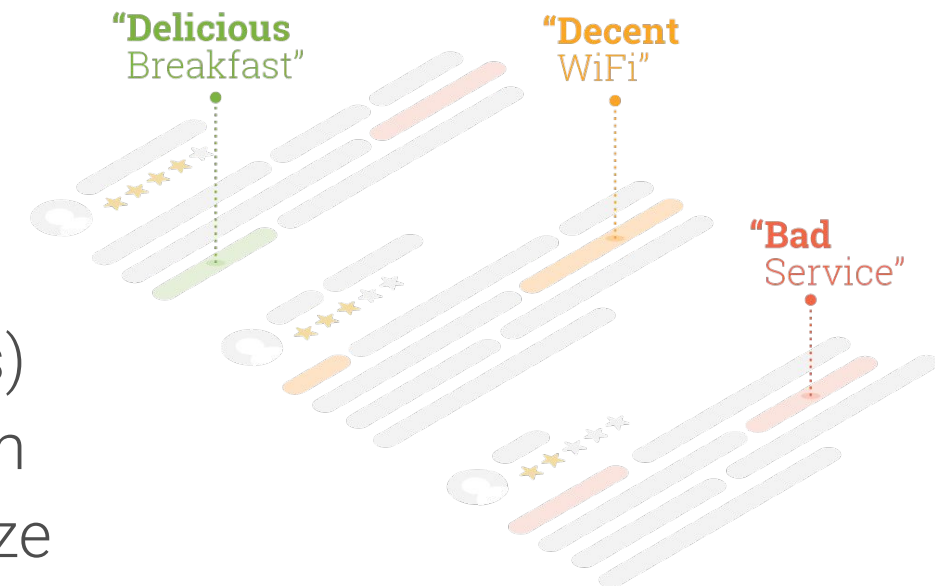
Überblick verschaffen

- Nehmen Sie sich Zeit zum Lesen der Bewertungen
 - Note und Text beachten
- Noten auf den Portalen beachten (Jahre vergleichen, z.B. Bewertungen 2018 zu Bewertungen 2019)
- Weiterempfehlungsrate beachten



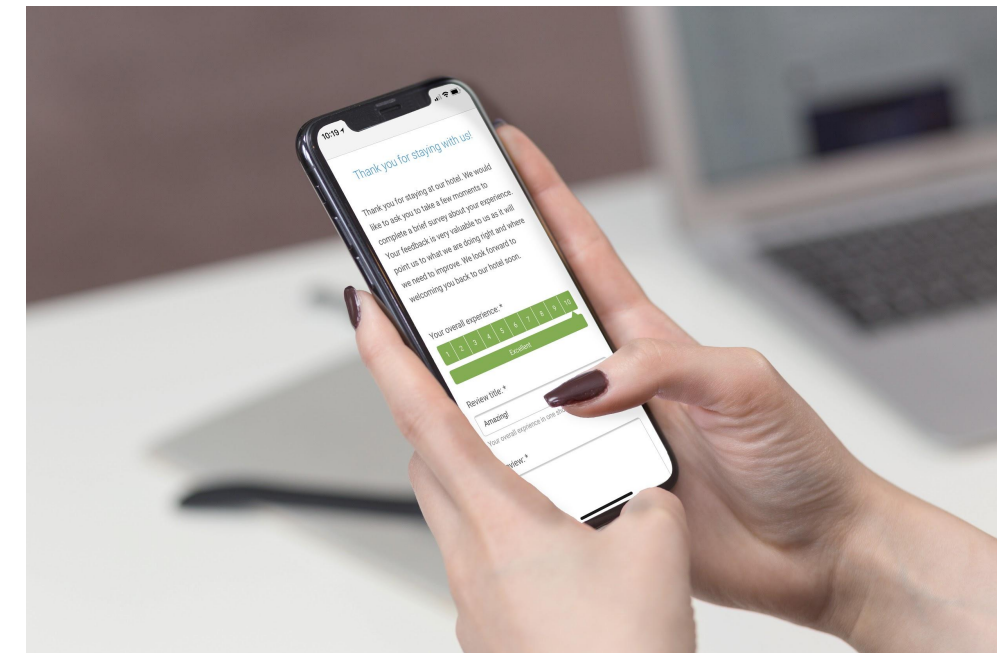
Mit Mitbewerbern vergleichen

- Lesen Sie auch mal Bewertungen von Mitbewerbern in Ihrer Nähe (z.B. bei Booking.com, HolidayCheck etc.)
- Stärken- und Schwächen analysieren
- Was sind meine Alleinstellungsmerkmale? (USP's)
 - z.B. e-Auto Ladestation, Bio Lebensmittel beim Frühstück, abgeschlossene Motorradstellplätze etc.
- Datenbasierte Entscheidungen treffen



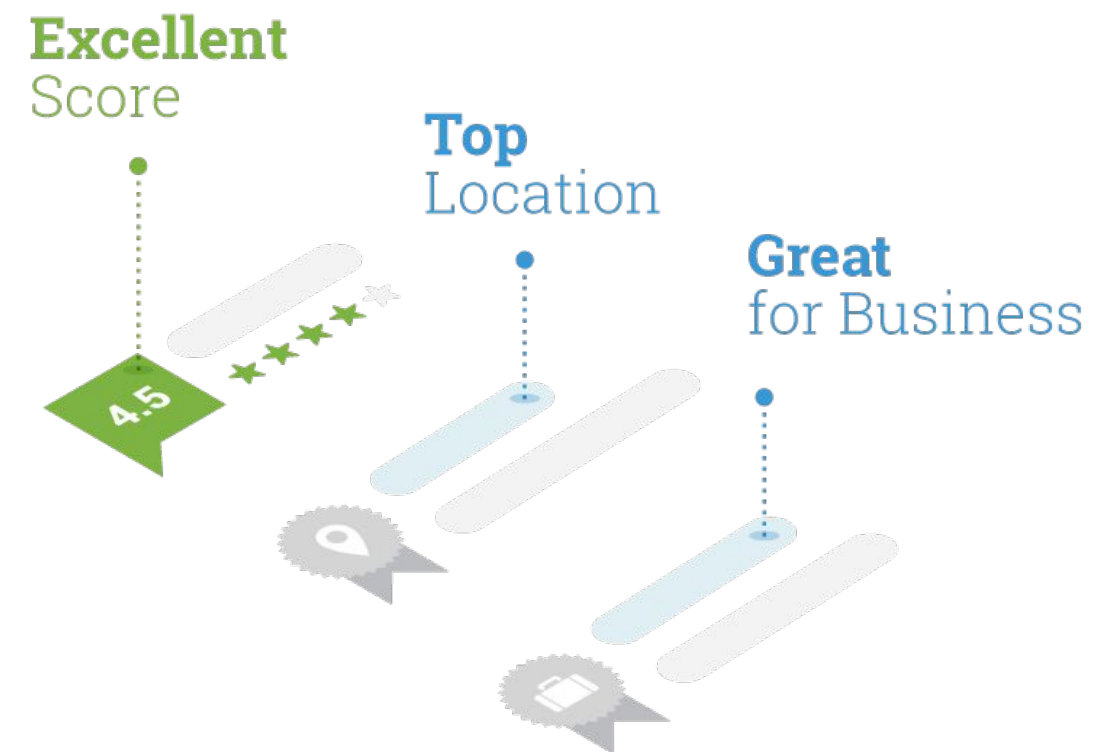
Bewertungen sammeln & beantworten

- Proaktiv nach online Bewertungen fragen!
- Antworten Sie auf Bewertungen (mindestens 40% Antwortquote)
 - Positive und negative Bewertung
 - Antworten beeinflussen das Ranking und die Sichtbarkeit
 - Antworten variieren & Gast persönlich ansprechen
 - Keine Ironie, Dramatik oder Arroganz



Preise anpassen

- Was sind meine USP's?
Wie kann ich diese nutzen?
- Welchen Mehrwert sehen meine Gäste?
Kann ich aufgrund meiner guten Bewertung und meiner USP's meine Preise anpassen?
- Positive Bewertungen als kostenfreies Marketing nutzen!



Vier Schritte

Überblick verschaffen

Analyse der Stärken
und Schwächen Ihres
Hauses anhand von
Gästebewertungen

Mitbewerber Vergleich

Kennzahlen
vergleichen für eine
optimale
Positionierung im
Markt

Bewertungen sammeln

Um die Aussagekraft
des Ratings zu
stärken und zu
stabilisieren.

Preise anpassen

Durch gezieltes
Reputationsmanage-
ment und Positionierung
im Markt

Landestourismusverband Sachsen-Anhalt & TrustYou



Was ist TrustYou? Was ist der TrustScore?

Jede Woche sammeln und analysieren wir über **3 Millionen** Gästebewertungen, Fragebögen und Hotel-Antworten aus **250 verschiedenen Quellen** für 600.000 Übernachtungsbetriebe weltweit.

Aus diesen verifizierten Bewertungen errechnen wir anhand eines eigen entwickelten Algorithmus eine Note, den **TrustScore**. Es werden Bewertungen der letzten 24 Monate inkludiert, wobei die aktuellsten Bewertung die höchste Gewichtung haben. Mindestens 10 online Bewertungen in den letzten 24 Monaten sind notwendig für die Berechnung.



Wie errechnet sich der GÄSTELIEBLING?

- Ferienwohnungen, Pensionen und Hotels in Sachsen-Anhalt in 2019
- Faktoren:
 - Gesamtnote
 - Anzahl Bewertungen (mindestens 70 in 2019)
 - Antwortquote
 - Empfang
 - Freundliche Atmosphäre
 - Freundlichkeit
 - Professionalität beim Service
 - Service

Übersicht über alle Beherbergungsbetriebe


Analytics

Portfolio

Dashboard

Eingang

Mitbewerber

Social

Survey

Messaging

Operations

Marketing

Portfolio

VisuellTabellenübersicht

+ Gruppe hinzufügenX

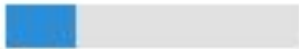
Ihr Portfolio

Alle GruppenWerte & QuellenLetztes KalenderjahrAktualisierenFilter zurücksetzen

Name	Optionen	Gesamtnote Letztes Kalenderjahr	Performance Letztes Kalenderjahr	Bewertungen Letztes Kalenderjahr	Antwortquote Letztes Kalenderjahr	Service Letztes Kalenderjahr	Service Erwähnungen Letztes Kalenderjahr
Altmark (118)	  	87	86	8823	12%	92	23
Elbe-Börde-Heide (122)	  	85	84	12906	23%	92	33
Harz (411)	  	85	84	56296	17%	88	19
Anhalt - Dessau - Wittenberg (294)	  	85	84	28843	19%	90	73
Sachsen-Anhalt gesamt (1324)	  	85	84	171516	22%	89	48
Magdeburg (56)	  	83	84	29535	35%	89	68
Saale-Unstrut (272)	  	84	83	22154	19%	87	59
Halle - Saale (54)	  	84	82	13921	38%	88	36

1-8 von 8 Zeilen20

Einblick in die Auswertung des GÄSTELIEBLINGS

Gesamtnote Letztes Kalenderjahr ▼	Bewertungen Letztes Kalenderjahr	Antwortquote Letztes Kalenderjahr	Empfang Letztes Kalenderjahr	Freundliche Atmosphäre Letztes Kalenderjahr	Freundlichkeit Letztes Kalenderjahr	Professionalität beim Service Letztes Kalenderjahr	Service Letztes Kalenderjahr
90	 38	15%	100	-	100	100	100
90	 118	6%	100	100	100	100	96
90	 364	6%	100	100	98	100	99
90	 442	0%	86	100	98	90	95



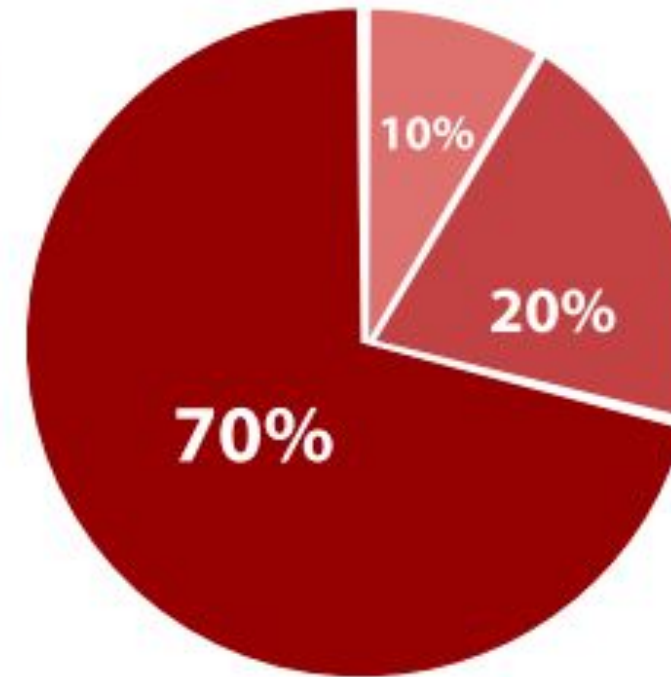
Service- und Kundenorientierung

Sonderauswertung der „weichen“ Faktoren



Umgang mit Bewertungen

gemessen an der Antwortquote



Gesamteindruck

Auswertung des TrustScores (Gesamtnote)



Erläuterung auch bei www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de

Weitere nützliche Informationen

Exklusive Info-Materialien auch auf:
<https://resources.trustyou.com/l/tourismusverband-sachsen-anhalt>

Oder auf:

<https://www.trustyou.com/de/resources>



Tourismusverband Sachsen-Anhalt & TrustYou

Demo Anfragen

Lesen Sie die neuesten Studien, E-Books und Blog Posts von TrustYou - exklusiv zusammengestellt für Tourismusverband Sachsen-Anhalt

TrustYou ist die größte Gästefeedback-Plattform der Welt und sammelt und analysiert Bewertungen aus mehr als 200 Quellen. Der TrustScore ist die Zusammenfassung aller verifizierten Bewertungen weltweit und ist ein unabhängiges Gütesiegel für die Hotellerie.

Wettbewerb GÄSTELIEBLING 2020 in Sachsen-Anhalt

Leitfaden: 5 Bewertungskennzahlen, die Jedes Hotel Beachten Sollte

Fallstudie Schmitz Marketing Hotel Landau

Bewertungen, die Währung der Zukunft?

Exklusiver Workshop für die
GÄSTELIEBLING Halbfinale Sieger

13:00 - 15:00 Uhr



Herzlichen Glückwunsch an die regionalen Sieger!



Workshop Themen

Workshop: **“Bewertungen, die Währung der Zukunft?”**

1. Vorstellung
2. Szenario
3. Durch Bewertungen Vertrauen schaffen
4. Bewertungen generieren
5. Auf Bewertungen angemessen reagieren
6. Die “perfekte” Webseite
7. Umsatzchance durch Bewertung
8. Der “digitale” Gast

1. Vorstellung der Teilnehmer

- Name
- Beherbergungsstätte
(Ferienwohnung, Pension, Hotel)
- Region
 - Altmark
 - Elbe - Börde - Heide
 - Harz
 - Anhalt - Dessau - Wittenberg
 - Magedburg
 - Saale - Unstrut
 - Halle - Saale



2. Szenario: Ein langes Wochenende in Rom



3. Durch Bewertungen Vertrauen schaffen



Durch Bewertungen Vertrauen schaffen

Marke A



260,90

240,90



Marke B



Wie fanden Reisende Unterkünfte früher?



Wie finden Reisende Unterkünfte heute?

HolidayCheck

Booking.com



Hotels.com™



HRS



Expedia®



tripadvisor

hotelbeds

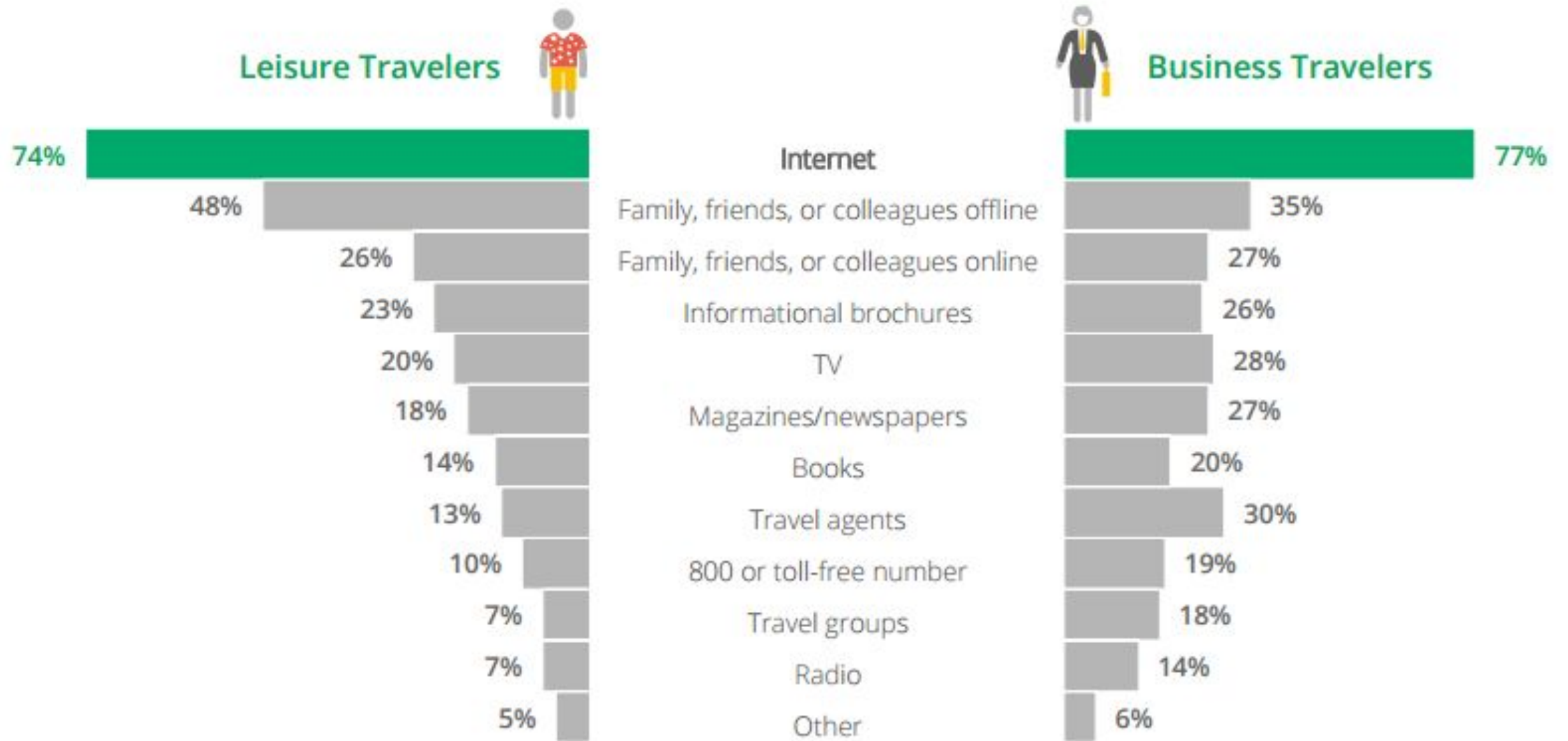
lastminute.com



airbnb

Google

TRAVEL PLANNING SOURCES



Quelle: The traveler's road to decision, Google und Ipsos MediaCT

4. Bewertungen generieren



Bewertung generieren

Marke A



260,90

12

240,90

1080



Marke B



Bewertungen generieren

*“Wir schätzen die Meinung unserer Gäste sehr und wir sind glücklich, zu sehen, dass **62% der Gästebewertungen** direkt auf **unsere Fragebögen** zurückzuführen sind.”*

- Daniel Müller, COO bei Motel One

Tipps & Tricks

- Proaktiv Bewertungen sammeln (beim Check Out ansprechen)
 - Tablet / Computer am Empfang
 - Digitale Gästemappe (Betterspace, Code2Order, Suitepad, etc.)
 - QR Code auf dem Zimmer / Rechnung
 - Individuelle Gestaltung (Corporate Identity) - eigene Fragen & eigenes Design
- Herausstechen aus der Masse
- Die schlafende Masse generieren (70%)





i q s n . d e / c g i - b i n / C I S r d . f c g ? C
23


Liebe Kundin,
 Lieber Kunde,

wir freuen uns sehr, dass Sie an unserer Befragung teilnehmen.
 Ihre Meinung ist uns sehr wichtig, um unser Angebot für Sie weiter zu verbessern!

Hinweis:
 Benutzen Sie zum "Zurückgehen" bitte keine Browsertaste, sondern den "Zurück"-Button - die Verbindung wird sonst abgebrochen.

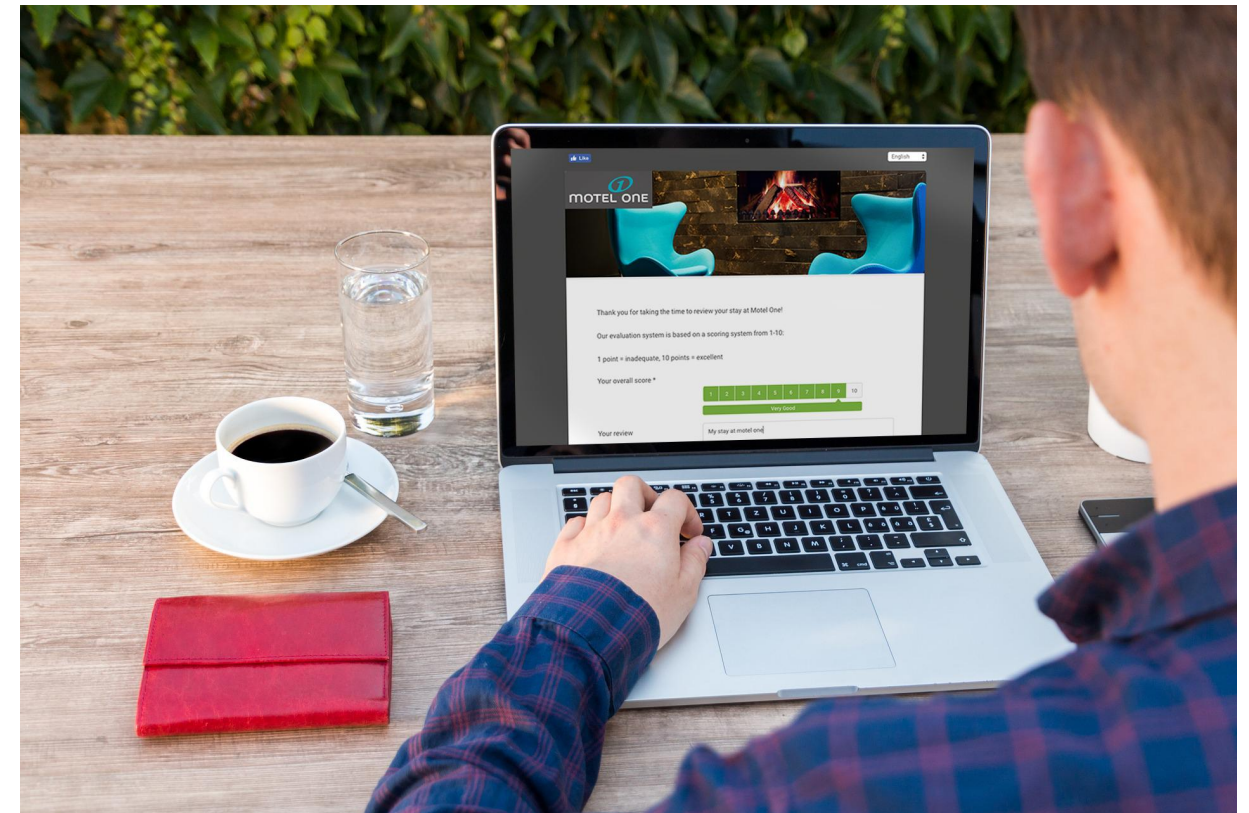
Hier geht es weiter zur kurzen Befragung:

Weiter
 

Datenschutz | Impressum

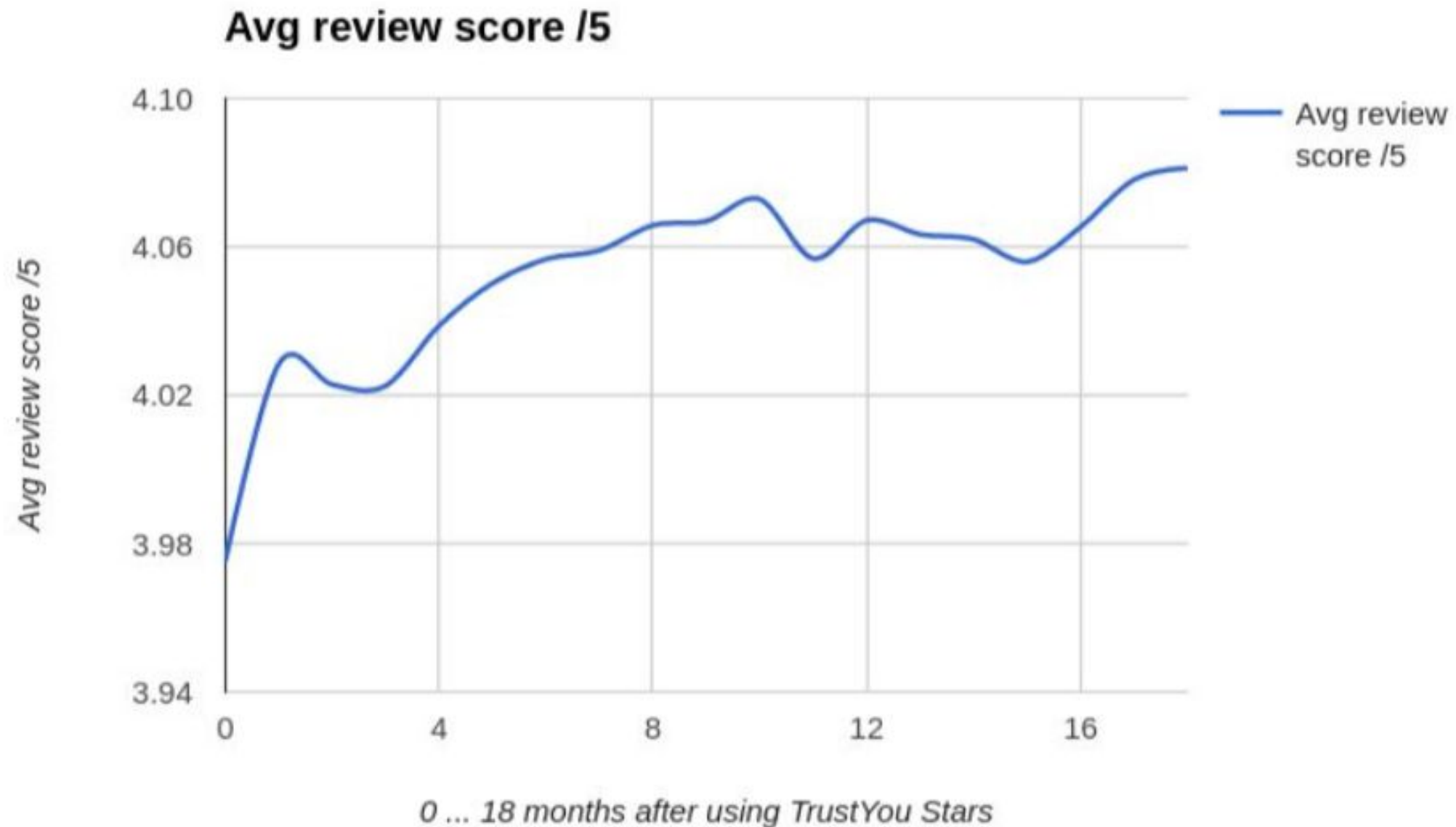
Praxistipps für den eigenen Fragebogen

- Online-Bewertungen lesen vor der Erstellung
- Persönliche Ansprache
- Einfach & kurz halten
- Struktur durch Trichter Technik
- Verschiedene Antworttypen
- Eindeutige Fragen stellen
- Einheitlicher Stil (max. 2 Schriften)
- Eigenes Design widerspiegeln



E-Book [hier](#) herunterladen!

Mehr Bewertungen = besserer TrustScore



5. Auf Bewertungen angemessen reagieren

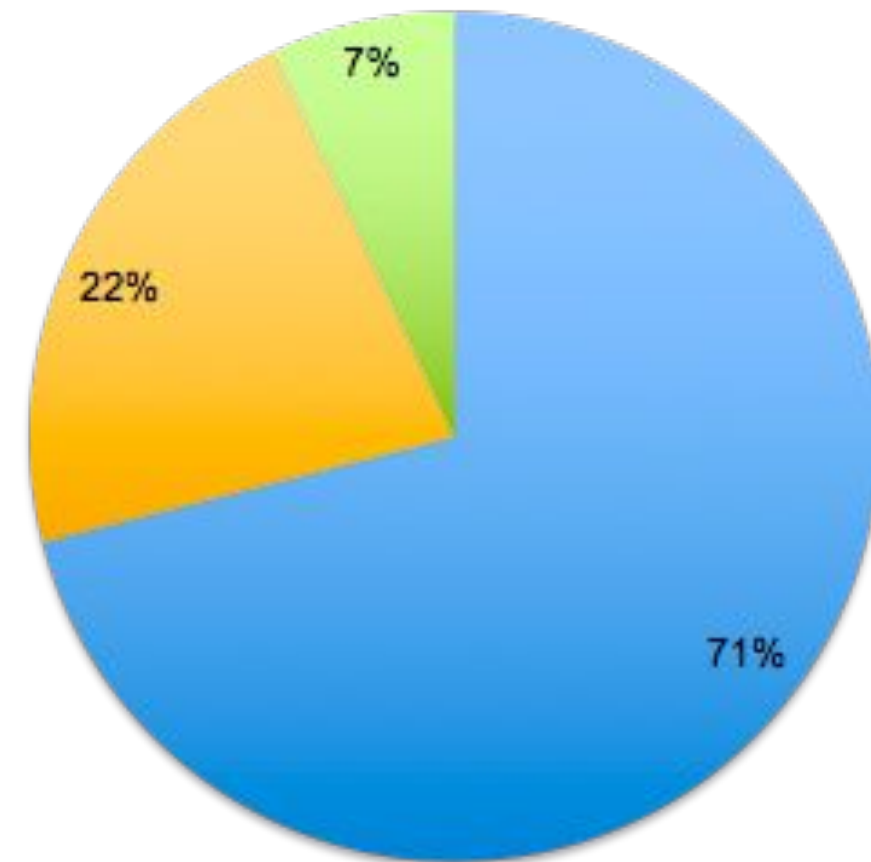


Warum soll ich reagieren?

- Die Kommunikation findet online statt -> für alle lesbar
- Antworten richten sich an zukünftige Gäste
- Management Antworten sind kostenloses Marketing
- Auch negative Bewertungen gehören zum Gesamtbild

Es ist mir wichtig, dass das Management auf Bewertungen antwortet

■ zustimmen ■ neutral ■ nicht zustimmen



Tipps & Tricks fürs Antworten

- Antworten Sie zeitnah
- Negative & positive Bewertungen beantworten
- Variieren Sie Ihre Antworten
- Antworten richten sich vor allem an potenzielle Gäste

Positiv

- Lassen Sie den Gast wissen, dass Sie sich freuen
- Merken Sie an, dass das Hotel diese exzellente Dienstleistung für alle Gäste anstrebt
- Laden Sie den Gast wieder ein

Negativ

- Beginnen Sie keine Diskussion
- Keine abwertende Haltung
- Versichern Sie dem Kunden, dass das Problem behoben wurde
- Laden Sie zum persönlichen Dialog ein

Übung 1 - Bewertung

“Mountain Design Hotel- fragwürdig !”

●●●●○ Bewertet am 17. Dezember 2012

Gute Lage des Hotels, sehr interessante und warme Ausstattung des Hotels und das wars auch schon.

Die Betten sind für ein 4 Sterne Superior Hotel viel zu klein. Der Wohlfühlcharakter im Bad lässt ebenfalls sehr zu wünschen übrig, umfallen fast nicht möglich! Wer mit den Haaren der Vorgänger auf Du und Du gehen möchte, ist hier richtig.

Im Verhältnis zu anderen 4 Sterne Superior Hotels in Skigebieten sehr teuer. Nachdem man aufgrund der Homepage der Meinung sein könnte, dass das Hotel über verschiedene a la carte Restaurants verfügen würde, mussten wir fest stellen, dass dies leider ein Irrtum ist und es nur ein einziges Restaurant gibt, zudem gibt es nur eine sehr kleine Speisekarte. Des Weiteren muss mit erheblichen Parkgebühren in der Hoteleigenen Tiefgarage gerechnet werden (10,-- EUR pro Nacht).

Hotel nicht empfehlenswert.

Aufenthalt Dezember 2012, Paar

●●●●○ Preis-Leistungs-Verhältnis

●●●●● Lage

●●●●○ Schlafqualität

●●●●○ Zimmer

●●●●○ Sauberkeit

●●●●○ Service

Übung 1 - Antwort

Sehr geehrter Gast,

vielen Dank für Ihre Bewertung! Ihre Wahrnehmungen im Badezimmer habe ich sofort mit unserem Housekeeping-Team besprochen, da Sauberkeit in unserem Haus höchste Priorität hat.

Alle unsere Zimmer sind mit neuen, sehr bequemen Betten ausgestattet, die zwischen 1,60 und 1,80 Meter breit und 2 Meter lang sind. In unseren Suiten beträgt die Bettengröße sogar 2,00 x 2,10 Meter.

Es tut mir leid, dass Sie der Umfang der Speisekarte in unserem Restaurant mit seinen drei Stuben nicht ganz überzeugt hat. Wir kochen stets frisch mit einer täglich wechselnden Auswahl an regionalen Spezialitäten und verzichten dabei komplett auf Fertigprodukte.

Wir wünschen Ihnen alles Gute und senden Grüße aus XY,

*Sonja Gerber
Rezeptionsleiterin*

Übung 2 - Bewertung

"Cooles Hotel - unfreundliches Personal"

●●●○○○ Bewertet am 21. Oktober 2014

Das Hotel an sich ist super stylisch, aber das Personal am Empfang könnte eventuell eine Schulung besuchen, wie man mit Gästen umgeht.

Bei Abreise kam noch nicht mal ein "Wie war ihr Aufenthalt?" "War alles in Ordnung?" oder sowas wie "Eine gute Heimreise" oder ganz kurz "Tschüss".

Als wir bemängelten, dass unsere Tischleuchte nicht funktionierte, kam nur "wir werden das mal überprüfen"! Ein "Entschuldigung" hätte es auch getan!

Lag es daran, dass wir etwas sportlicher angezogen waren und nicht so stylisch wie andere in diesem Hotel oder nur eine Nacht dageblieben sind?

Bei unserem Hotelzimmer hatte ich das Gefühl, dass uns irgendein Zimmer gegeben wurde, das noch nicht richtig fertig gestaltet wurde, denn wir konnten in ein anderes reinschauen und es sah ganz anders aus!!

Das nächste Mal wird wieder das Radisson Blu gebucht - nehmt euch ein Beispiel an diesem Hotel liebe Hotel Mitarbeiter!

Zimmertipp: Gar kein Zimmer buchen!

[Mehr Zimmertipps anzeigen](#)

Aufenthalt Oktober 2014, Paar

●●●○○○ Preis-Leistungs-Verhältnis

●●●●○○ Sauberkeit

●●●●○○ Service

Übung 2 - Antwort

Liebe/r "Dary123",

vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für eine Bewertung genommen haben. Wir bedauern, dass wir Sie mit dem Service am Empfang nicht ganz überzeugen konnten. Da uns das Wohl unserer Gäste sehr am Herzen liegt, sind unsere Mitarbeiter am Empfang umfassend geschult, dieses aktiv zu erfragen. Bitte entschuldigen Sie, dass dies in Ihrem Fall nicht ausreichend geschehen ist.

Um Ihren nächsten Aufenthalt vollkommener zu gestalten, zögern Sie nicht, uns Ihre Zimmerwünsche mitzuteilen. Anhand Ihrer Beschreibung kann es durchaus sein, dass es sich bei dem Zimmer, in welches Sie Einblick hatten, um eine andere Zimmerkategorie handelte. Sollten Sie uns noch weitere Anliegen übermitteln wollen, gerne stehen wir Ihnen unter guestrelations@hotel.de zur Verfügung.

Mit lieben Grüßen aus dem Seminarhotel

Pius Störer,
Guest Relations Manager

Beispiele

„Die Zimmerreinigung war schrecklich!“

- ✗ „Schade, dass es Ihnen nicht gefallen hat – unsere Gäste finden die Zimmereinrichtung eigentlich immer sehr ansprechend.“
- 😊 „Danke, dass Sie sich die Zeit genommen haben Ihre Eindrücke zu schildern. Wir bedauern, dass die Zimmereinrichtung nicht Ihren Erwartungen entsprochen hat.“

„Bei Anreise mussten wir lange warten, bis wir auf das Zimmer durften, eine absolute Zumutung!“

- ✗ „Sie haben sich ja schon vor Ort bei uns beschwert und wir haben Ihnen ein kostenloses Abendessen bezahlt. Offensichtlich geht es Ihnen nur darum uns schlecht zu machen und weitere Vorteile herauszuschlagen“
- 😊 „Ich hatte den Eindruck, die Beschwerde bereits vor Ort zu Ihrer Zufriedenheit bearbeitet zu haben. Es tut mir leid, wenn dies nicht der Fall war. Gerne können Sie mich unter +49 12 34 56 telefonisch erreichen, um die Angelegenheit persönlich mit Ihnen zu klären“

Wo sind die Grenzen?

Subjektive Meinungsäußerung vs. unwahre Tatsachenbehauptung

Kann ich Bewertungen in den Portalen löschen lassen?

 **Ja!**

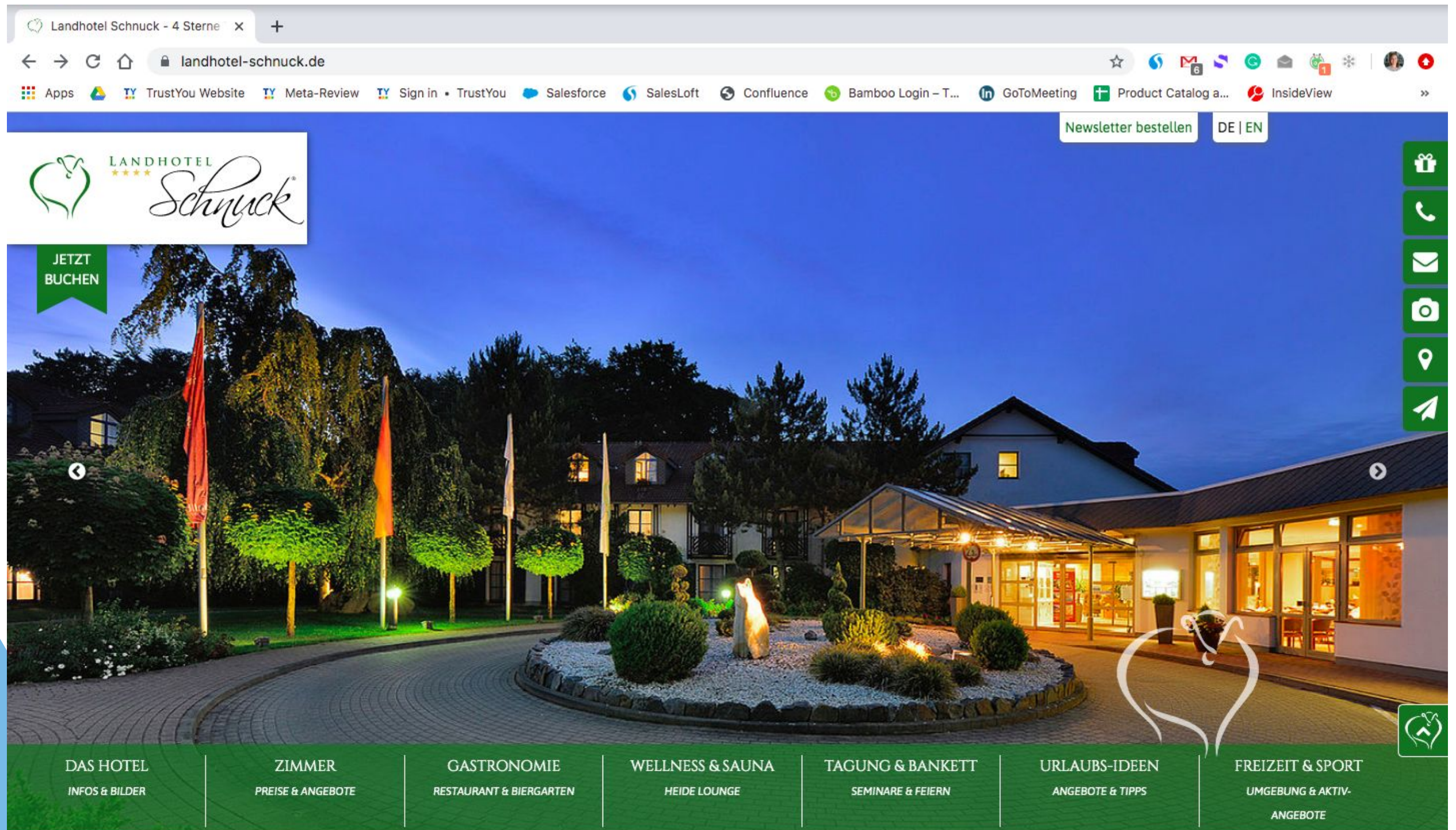
- Bei Beleidigung, Verletzung der Menschenwürde
- Verstoß gegen die Richtlinien der Plattform
- Verallgemeinerung ohne Nachweis
- Falsche Tatsachen (muss vom Hotel nachgewiesen werden)

6. Die “perfekte” Webseite



Perfekt ist relativ

- IBE: Internet Booking Engine (für Direktbuchungen)
- Best-Preis-Garantie (Vorteile bei Direktbuchungen)
- Transparent sein bei Bewertungen, Bildern und Texten
 - ◆ Aber bitte bitte bitte überdenken Sie Zertifizierungs-Widgets von Holidaycheck, Booking.com & Co.
- Kontaktformular / WebChat
- Angepasst an mobile Endgeräte! (achten Sie auf SEO)
- Aktueller Content



hotel-eisvogel.de

Apps TrustYou Website Meta-Review Sign in • TrustYou Salesforce SalesLoft Confluence Bamboo Login – T... GoToMeeting Product Catalog a... InsideView



Der Eisvogel

★★★★★

Menü

Gasthof Eisvogel

BUCHUNGS-VORTEILE

- ✓ Preisvorteil gegenüber Reise-Portalen
- ✓ Extra Dankeschön bei Direkt-Buchung

PREISVERGLEICH

✓ Unser Preis	ab 80,00 €
Booking.com	ausgeb.
Expedia	ausgeb.
HRS	ausgeb.

HIER Bestpreis buchen

Online Buchen

Top Angebote

Gutscheine

Ausgezeichnet 4.5 1018 Bewertungen TRUSTYOU

Wir sind für Sie da! info@hotel-eisvogel.de +49 (0) 9445 969-0 DE | EN

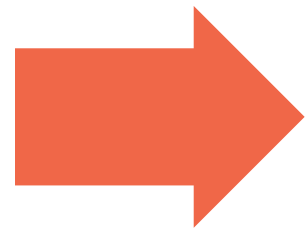
7. Umsatzchance durch Bewertungen



Warum ist Reputationsmanagement wichtig?

- **99 % der jungen Reisenden** lesen vor dem Buchen Bewertungen ¹
- Bewertungsnoten wirken sich **am meisten** auf die Preisakzeptanz aus ²
- Die Gesamtanzahl der veröffentlichten Bewertungen **erhöht sich um 30 %** – und zwar jedes Jahr ³
- Bewertungen wirken sich **positiv** auf Ihr Ranking bei Google aus ⁴

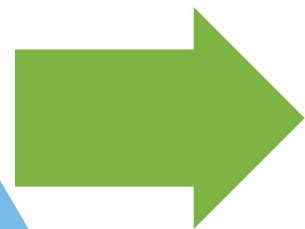
1. *Impact of Review Content on the Booking Behavior of Digital Natives – TrustYou*
2. *The Big Decision: How Travelers Choose Where to Stay – Expedia-Group*
3. *Year In Review: 2018 – TrustYou*
4. *Improve your local ranking on Google – Google My Business Help*



78% der Reisenden filtern

nach "hervorragend" oder "sehr gut" bewerteten Hotels

Hotel	+4.7	DACH Deutschsprachig	-3.9	Zimmerinstandhaltung
Service	+4.2		-2.8	Sauberkeit des Badezimmers
Freundlichkeit des Service	+3.7		-2.7	Instandhaltung des Hotels



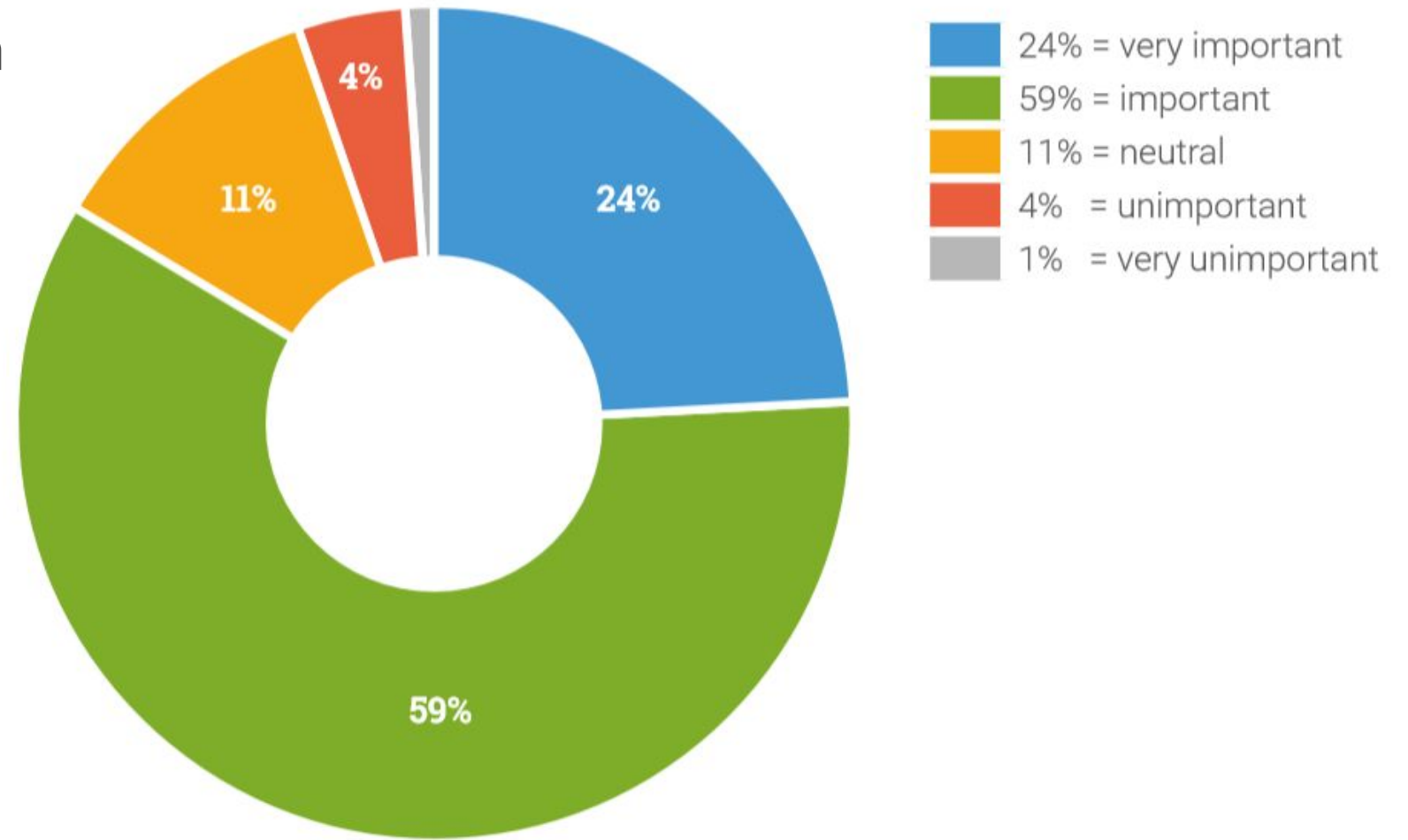
76% der Reisenden

sind bereit mehr für ein besser bewertetes Hotel zu zahlen

Bewertungen beeinflussen Buchungen

- Digital Natives - geboren zwischen 1980 - 2010 (Generation Z & Y)

83% der Digital Natives sagen, dass Online-Bewertungen eine sehr wichtige (24%) und wichtige (59%) Rolle bei der Buchungsentscheidung spielen.



Gästebewertungen und ihre Auswirkungen auf den ROI

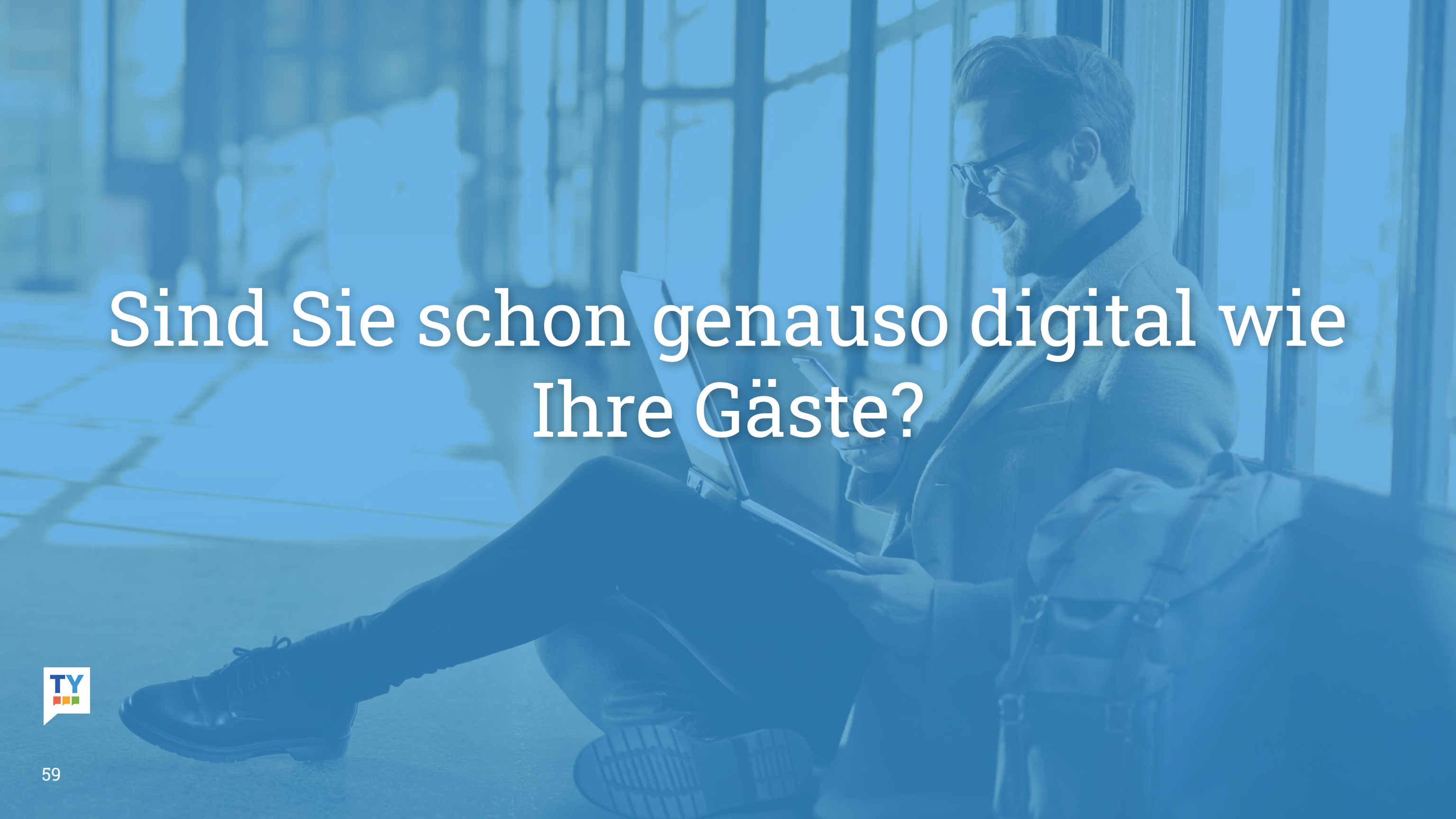
- Nach dem Preis sind Gästebewertungen der Faktor, der Reisende bei der Auswahl eines Hotels am meisten beeinflusst
- Je höher die Bewertung eines Hotels, **desto höher der Preis**, den ein Hotel veranschlagen kann ¹

Gästebewertung	2,9	3,4	3,9	4,4	4,9
Preis	- 45 %	-25 %	- 7 %	+26 %	+ 38 %

- 88 % der Reisenden würden Hotels mit einer **Bewertungsnote von unter 3 Sternen** automatisch ausschließen, für 33 % gilt dies für Bewertungen mit weniger als 4 Sternen ²

8. Der “digitale” Gast



A man with a beard and glasses is sitting on a bench in front of a large window. He is wearing a light-colored coat and dark pants. He is holding a laptop on his lap and a smartphone in his right hand. A messenger bag is slung over his shoulder. The background shows a city street with buildings and trees. The entire image has a blue overlay.

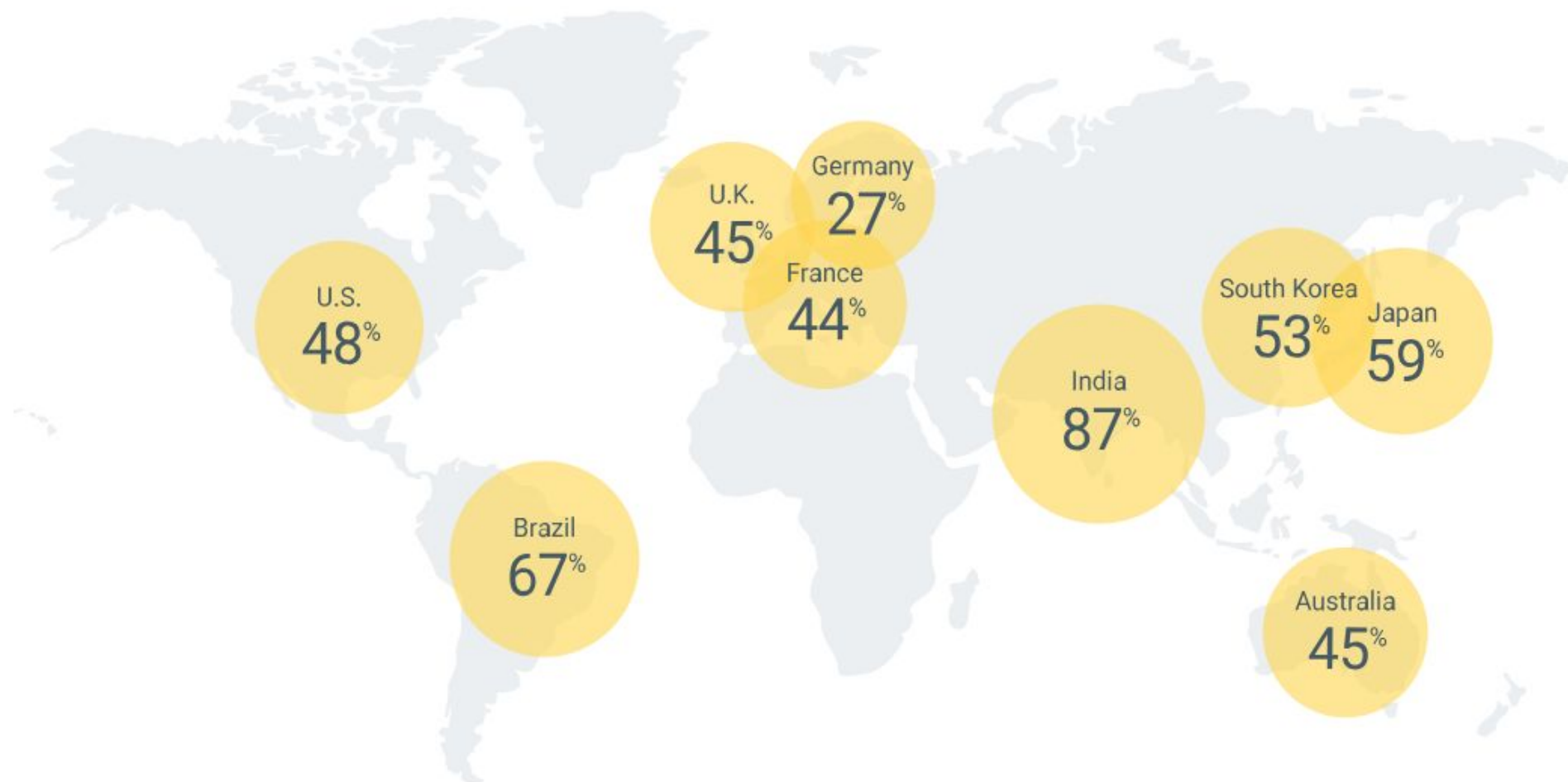
Sind Sie schon genauso digital wie
Ihre Gäste?

Wie man den digitalen Gast für sich gewinnt

- Webseite als Visitenkarte
- Bewertungscontent nutzen
- Social Media Kanäle pflegen
- “Instagram-fähiges” Angebot (80% der Gäste verlassen sich auf Bilder)
- Erlebnisse statt Übernachtungen verkaufen (Kochkurse, Ausflüge anbieten)
 - Experience Management - z.B. bei Airbnb
- Neue Kommunikationskanäle anbieten

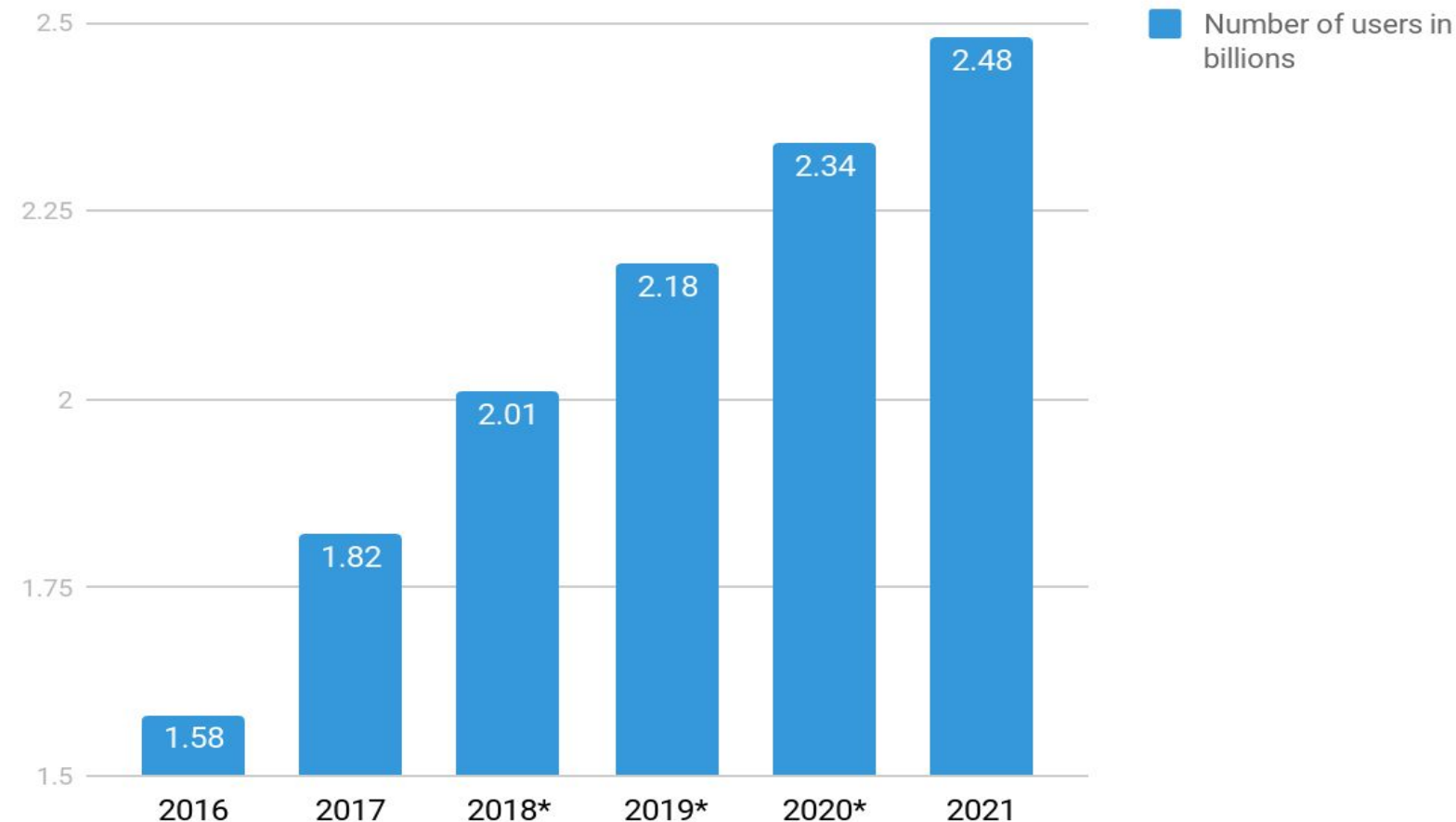
Suchen, Buchen, Planen

Prozentsatz der Smartphone-Nutzer, die ihren gesamten Urlaub zu einem neuen Reiseziel mit einem mobilen Gerät suchen, buchen und planen.



33% der Weltbevölkerung sind digital

2.5 Milliarden Messaging-Nutzer im Jahr 2021



Anzahl der Nutzer von Messaging-Apps für Mobiltelefone weltweit von 2016 bis 2021 (in Milliarden)

Die 3 beliebtesten digitalen Kommunikations-Methoden



76%

EMAIL



27%

HOTEL WEBSITE*

*78% der Reisenden
besuchen die Hotel
Website "Immer" oder
"Meistens"

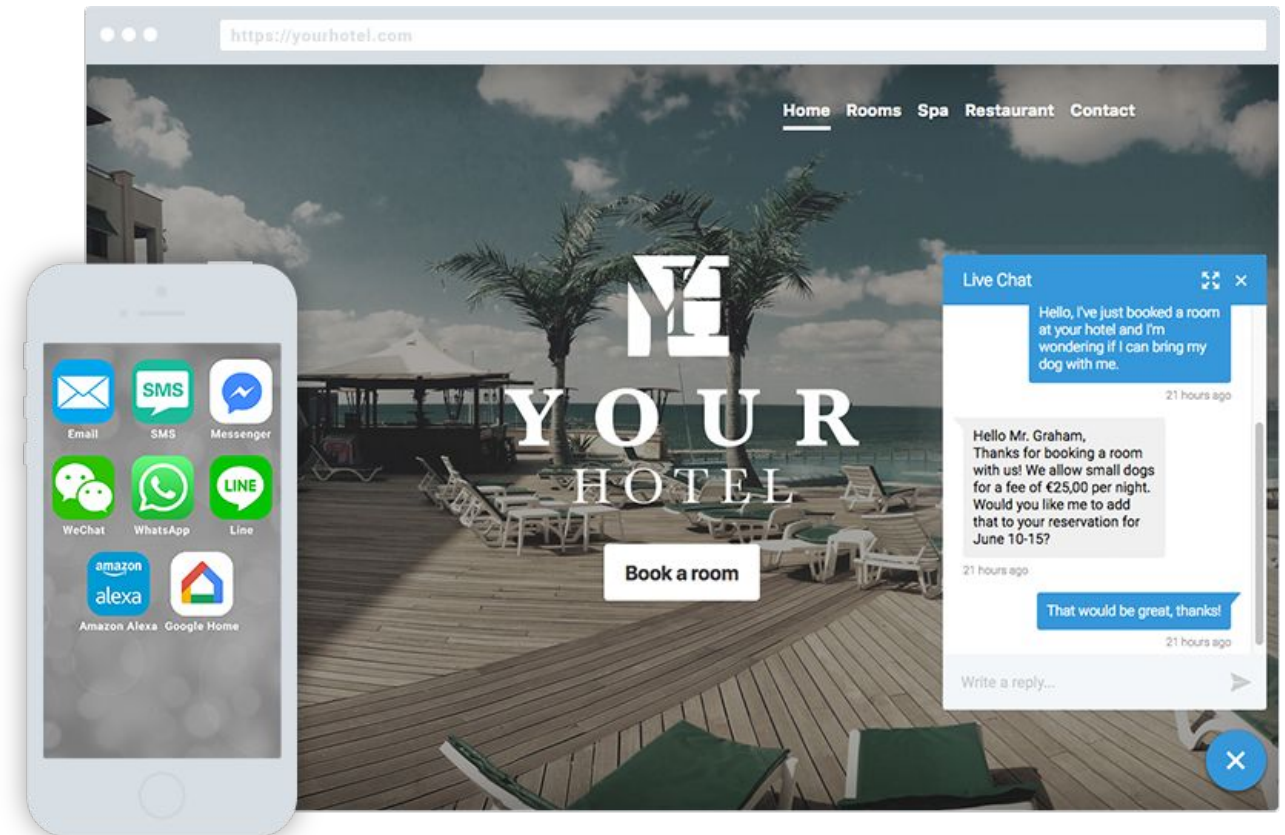


25%

TEXT-
NACHRICHTEN

Neue Kommunikationskanäle anbieten

- SMS
- Facebook Messenger
- Whatsapp
- Live Chat



Geben Sie Ihren Gästen die Möglichkeit mit ihrem wichtigsten Gerät zu kommunizieren.

Zusammenfassend

Überblick verschaffen

Analyse der Stärken und Schwächen Ihres Hauses anhand von Gästebewertungen

Mitbewerber Vergleich

Kennzahlen vergleichen für eine optimale Positionierung im Markt

Bewertungen sammeln

Um die Aussagekraft des Ratings zu stärken und zu stabilisieren

Preise anpassen

Durch gezieltes Reputationsmanagement und Positionierung im Markt

Digital werden

Um den digitalen Gast anzusprechen und wettbewerbsfähig zu bleiben

Vielen Dank!

Fragen?

Schreiben Sie uns:

theresa.wolff@trustyou.com

marie.doppelfeld@trustyou.com

Mehr Informationen auf:

www.trustyou.com

