Die Kundenkarte im Hotel

Gerry Weber Sportpark Hotel.

3 Aufgaben. 1 Karte.

SmartLoyalty AG

Mehr Auslastung / mehr Umsatz pro Besuch

„Karten gibt es ja schon viele, aber sie sind ebenso weiterhin gefragt und aktuell" sagt Kai Tiemer, geschäftsführender Hoteldirektor. „Unsere Bonuskarte soll für einen ausgeglichen Umsatz aller im Hotel angeschlossenen Bereiche sorgen, die Stammgäste einzelner Hotelbereiche z. B. Wellness auch für die anderen angeschlossenen Bereiche, wie das Restaurant öffnen und Stammkunden binden." Der Gast bekommt über ein ausgeklügeltes System Punkte auf

– Hotelübernachtungen
– Verzehr im Restaurant
– Massagen und kosmetische Anwendungen

Auf Grund der attraktiven Prämien, die der Gast über die Bonuskarte sammeln kann, wird dieser motiviert, mehr Leistungen in Anspruch zu nehmen oder auch Leistungen in einem anderen Bereich des Hotels kennenzulernen.

Mehr Besuche / Kontakt halten

„Unser Gästeklientel erstreckt sich über Business- und Privatgäste" sagt Kai Tiemer. Um mit diesen Gästen Kontakt zu halten und sie zum Wiederkommen zu motivieren, ist die Karte mit einem elektronischen Gutschein-System verbunden. „Bisher verwöhnten wir unsere Gäste und hofften auf ein Wiedersehen. Auf Grund der Bonuskarte können wir nun gezielt Aktionen, Einladungen oder Gutscheine planen und wissen dass Sie bei interessierten Gästen ankommen und gerne angenommen werden. Ein Wiedersehen ist uns nun sicher." erklärt uns Kai Tiemer.

Extrapunkte = extrafroh:

– doppelte Punkte für Promotionaktionen

– Extrapunkte fürs Wiederkommen

– Statuspunkte für langjährige Treue

– oder z.B. als Dankeschön zum Geburtstag

SmartLoyalty AG

Neue Gäste / Kunden werben Kunden

Ein besonderer Bonuskartenvorteil, über den man sich in Halle sehr freut, ist die Weiterempfehlung. Wirbt ein Gast einen neuen Kunden für das Hotel werden ihm 50 Treuepunkte gut geschrieben, welche er beim nächsten Besuch wieder einlösen kann.

So funktioniert die Karte

Direkt nach dem Ausfüllen des Antragsformulars erhält der Gast seine personalisierte Karte an der Rezeption. Mit dieser kann er ab sofort punkten. Auf Grund einer breit angelegten Punktestaffelung kann der Gast sehr schnell seine ersten Prämien einlösen. Einige Gäste gönnen sich für Ihre Punkte ein Flasche Wein oder ein schönes Abendessen, andere sammeln fleißig auf die Top-Prämien, wie einem Wellnesswochenende oder einen Konzertbesuch. Alles ist möglich und der Gast entscheidet selbst.

Kunde und Marketing / gemeinsames Web-Portal und Erfolg

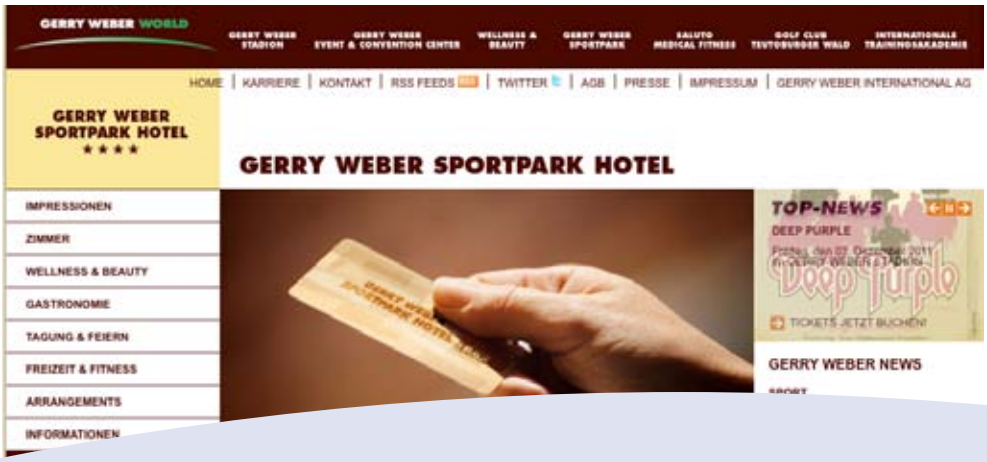
„Auf unserer Website www.gerryweber-sportpark hotel.de kann der Gast jederzeit seinen Punktestand einsehen und die aktuellen Prämienangebote prüfen. Über einen einfachen Klick erhalten wir alle marketingrelevanten Auskünfte“:

– Wer sind die besten Kunden nach Umsatz, Frequenz und Saison?

– Welche Kunden sind zum ersten Mal bei uns?

– Welche Kunden haben uns seit sechs oder zwölf Monaten nicht mehr besucht?

„Um unsere Gäste wieder zu uns nach Halle Westfalen zu locken überzeugen wir mit Top-Service und Qualität. Mit unserem Kundenbindungssystem erinnern wir den Gast nur noch einmal daran“, freut sich Her Tiemer.



- Dantestraße 4-6
  D-65189 Wiesbaden
- Tel.: +49(611) 900 96 - 0
  Fax +49(611) 900 96 - 29
- info@smartloyalty.de
  www.smartloyalty.de