

Checkliste

zur ersten Einschätzung einer möglichen Hotelprodukt Chance

Gespräch mit:

.....

Datum:

.....

Standort:

.....

Frage	Gewichtung	**** (*) Hotels	Anmerkung – follow up check
1. Wie ist Ihre – emotionale - Produktstory?			
2. Wo kann der Gast diese erleben? (Erlebnis heißt alle fünf Sinne ansprechen..)			
3. Was ist Ihr SEP?			
4. Welche USP's ergeben sich daraus?			
5. Wie differenziert Ihr Produkt zum Mitbewerber?			
6. Wer ist der Mitbewerber?			
7. Wie ist dessen SWOT grob –Analyse.... ...im Vergleich zur Betriebs -eigenen?			
8. Wie war Ihr Pre-opening Programm strukturiert? (Kosten, Aktionen, Timing etc)			
9. Was sind Ihre wichtigsten Leistungsbereiche? (Zimmer, Therapie, F&B, Merchandising etc.)			
10. Wie sehen da die drei wichtigsten Stärken und Schwächen pro Leistungsbereich aus?			
11. Wie vergleichen diese Leistungsbereiche mit den Mitbewerbern?			
12. Welche Marketing und Verkaufsschwerpunkte setzen Sie pro Leistungsbereich?			
13. Wie ist die tragende Marketing Idee des jeweiligen Leistungsbereiches? (Diese Idee beschreibt in einem Wort oder Satz das besondere Angebot des Leistungsbereiches)			
14. Wie beschreiben Sie – so genau wie möglich - Ihre Zielgruppen pro Leistungsbereich?			

Frage	Gewichtung	**** (*) Hotels	Anmerkung – follow up check
15. Wie erreicht das Hotel diese (Verkaufswege) pro Leistungsbereich?			
16. Wie erreichen (Kaufswegen) diese Zielgruppen das Hotel pro Leistungsbereich?			
17. Was sind die Nutzenerwartungen (Bedürfnisse) der definierten Zielgruppen pro Leistungsbereich?			
18. Was sind Ihre dominierenden Marketinginstrumente – pro Leistungsbereich?			
19. Wie sieht Ihr laufender Sales & Marketingplan aus? (weniger ist mehr...)			
20. Wie sieht Ihr mittelfristiger (3 Jahre) M&S Plan aus?			
21. Wie ist Ihr konkretes Guest Relation Programm?			
22. Wie werden die Gästefragebögen ausgewertet?			
23. Welches Beschwerdemanagement System besteht Haus intern?			
24. Welches Hotel – spezifisches Gäste -Loyalitätsprogramm gibt es?			
25. Wie werden Anfrage – Optionen behandelt?			
26. Wie werden negative Buchungsanfragen („denials“) behandelt?			
27. Wie werden Nachfrage - starke Perioden optimiert- yield system installiert?			
28. Wie werden „no shows“ behandelt?			
29. Welche - Standards für Anzahlungen „Deposits“ gibt es?			
30. Wie ist der geplante durchschnittliche Zimmerpreis (Average Room Rate) oder REVPAR (Revenue per available room)? Was war dazu die Basis ihrer Überlegungen?			
31. Wie sieht Ihr derzeitiges Forecasting system aus?			
32. Wie war Ihre Zimmer/Bettenbelegung in der Zeit vom bis zum...?			
33. Welche Maßnahmen wurden zur Optimierung der Auslastung bei solch Nachfrage – starken Perioden gesetzt?			
34. Welches – Hotel spezifisches- Gästeloyalitätsprogramm gibt es?			

Frage	Gewichtung	**** (*) Hotels	Anmerkung – follow up check
35. Wie sieht Ihr Kooperationsprogramm mit vertikalen Leistungsträgern aus?			
36. Wie sieht Ihr Kooperationsprogramm horizontalen Anbietern aus?			
37. Welche weiteren Kooperationsaktivitäten (horizontal wie vertikal) streben Sie an?			
38. Welche Bereiche werden mit SOP (Standard Operating Procedures) abgedeckt – Standards definiert?			
39. Wo gibt es etablierte Fotostandards?			
40. Wie werden Instandhaltungsmängel intern dokumentiert – abgearbeitet?			
41. Wie werden Wartungsbücher für diverse Geräte geführt?			
42. Welche konkreten Hotel eigenen Qualitäts- sicherungs-Maßnahmen gibt es für welche Bereiche?			
43. Welche Maßnahmen setzen Sie in Zukunft zur Produktinnovation (Weiterentwicklung)?			
44. Welche internen Meetings (Mitarbeiterbesprechungen) gibt es – wie oft – wie werden diese gestaltet?			
45. Wie sieht Ihr Mitarbeiter Entwicklungsprogramm aus (vom Eintritt - Recruitment -bis zum Abschied -Exit)?			
46. Wie gestalten Sie den ersten Arbeitstag eines Mitarbeiters (Standard)?			
47. Welche Mitarbeiter - Schulungsprogramme führen Sie durch?			
48. Welche konkreten Mitarbeiter-Bindungsaktivitäten planen Sie?			
49. Back of the house – Rundgang durchführen!			
50. Weitere Fragen:			
Ergebnis			
Maximal-Punkte			
% -Anteil zu Maximal-Punkte			