

KOMMUNIKATION

WIE AUF ONLINE-KRITIK REAGIEREN?

Frage: Ein ehemaliger Hotelgast hat sich heftig über den Preis seines Zimmers beschwert. Leider nicht im direkten Gespräch, sondern via Leserbrief auf dem Online-Portal unserer regionalen Zeitung. Er fühlt sich ungerecht behandelt, weil er von anderen Gästen erfahren hatte, dass diese weniger bezahlten als er. Wie soll ich reagieren?

A. K., Hotelier



Nora Fehr, Expertin für Marketing und Kommunikation.

ANTWORT: Versetzen Sie sich in Ihren Gast: Er bezahlt für das gleiche Zimmer einen höheren Preis als der Nachbar. Dass ihn das verärgert, ist nachvollziehbar. Verfassen Sie auf dem Online-Portal einen Kommentar zu seinem Leserbrief. Äussern Sie Verständnis. Erklären Sie die wichtigsten Merkmale Ihrer Preisgestaltung anhand eines Beispiels: Auch Fluggäste bezahlen unterschiedliche Preise, je nach Zeitpunkt der Buchung, Zeitpunkt der Reise, Arrangement und Buchungskanal. Dass Sie mit einer flexiblen Preisgestaltung Ihre Bettenauslastung verbessern, interessiert den Gast dabei wenig. Das Gleiche gilt für komplexe Details zu den verschiedenen Buchungskanälen. Zeigen Sie vielmehr den Gästenutzen Ihrer Preispolitik auf: Ist der Gast zeitlich flexibel und hat er keine besonderen Ansprüche an eine bestimmte Zimmerkategorie, wird dies mit einem günstigeren Preis honoriert.

Ist der ehemalige Gast identifizierbar? Melden Sie sich bei ihm und erläutern Sie ihm persönlich den Sachverhalt. Mit einer kleinen Geste gewinnen Sie weiteres Wohlwollen. Zudem können Sie auch mit der Redaktion der regionalen Zeitung Kontakt aufnehmen und einen redaktionellen Beitrag zur heutigen Preisgestaltung in Hotels anregen. Bieten Sie sich als Auskunftsperson an.

Generell gilt: Je flexibler die Preisgestaltung, desto grösser der Erklärungsbedarf. Überlegen Sie sich, wie Sie Ihren Gästen die Preisgestaltung kommunizieren, zum Beispiel auf Ihrer Website. Und bereiten Sie Ihre Mitarbeitenden auf entsprechende Anfragen vor. Eine offene und anschauliche Kommunikation schafft Verständnis und beugt Reklamationen vor.

Die Autorin: Nora Fehr ist eidg. dipl. PR-Beraterin bei Dr. Schenker Kommunikation AG in Bern. Zuvor wirkte sie als Kommunikationsleiterin bei Hotellerieuisse. Sie ist auch als Expertin an den Berufsprüfungen für eidg. dipl. Marketingfachleute tätig.
Kontakt: n.fehr@schenkerkom.ch
 www.schenkerkom.ch



Das von vielen Brandschutztüren von Rubner

Damit Sie sich nicht verbrennen. Tür zu Rubner.

Rubner Brandschutztüren bieten
 branchenübliche Vorteile:

- maßgefertigte Lösungen für den Tischlerbedarf
- individuelle Designgestaltung
- EBC-Zertifikat mit VKF-Zulassung
- einbaufertige Elemente
- technische Präzision kombiniert mit handwerklicher Qualität
- überzeugende Preisvorteile

Er stehen Ihnen offene Türen offen - Anschließervon Sie aus.



Brand-Schutz-Tür-Fabrik



RUBNER TÜREN AG, 3-38013 Klaus-Pöschel (BZ),
 Handelsregisteramt: BZ, Tel. +39 0474 263 222, Fax +39 0474 263 188,
 info@rubner.com, www.rubner.com

A RUBNER COMPANY