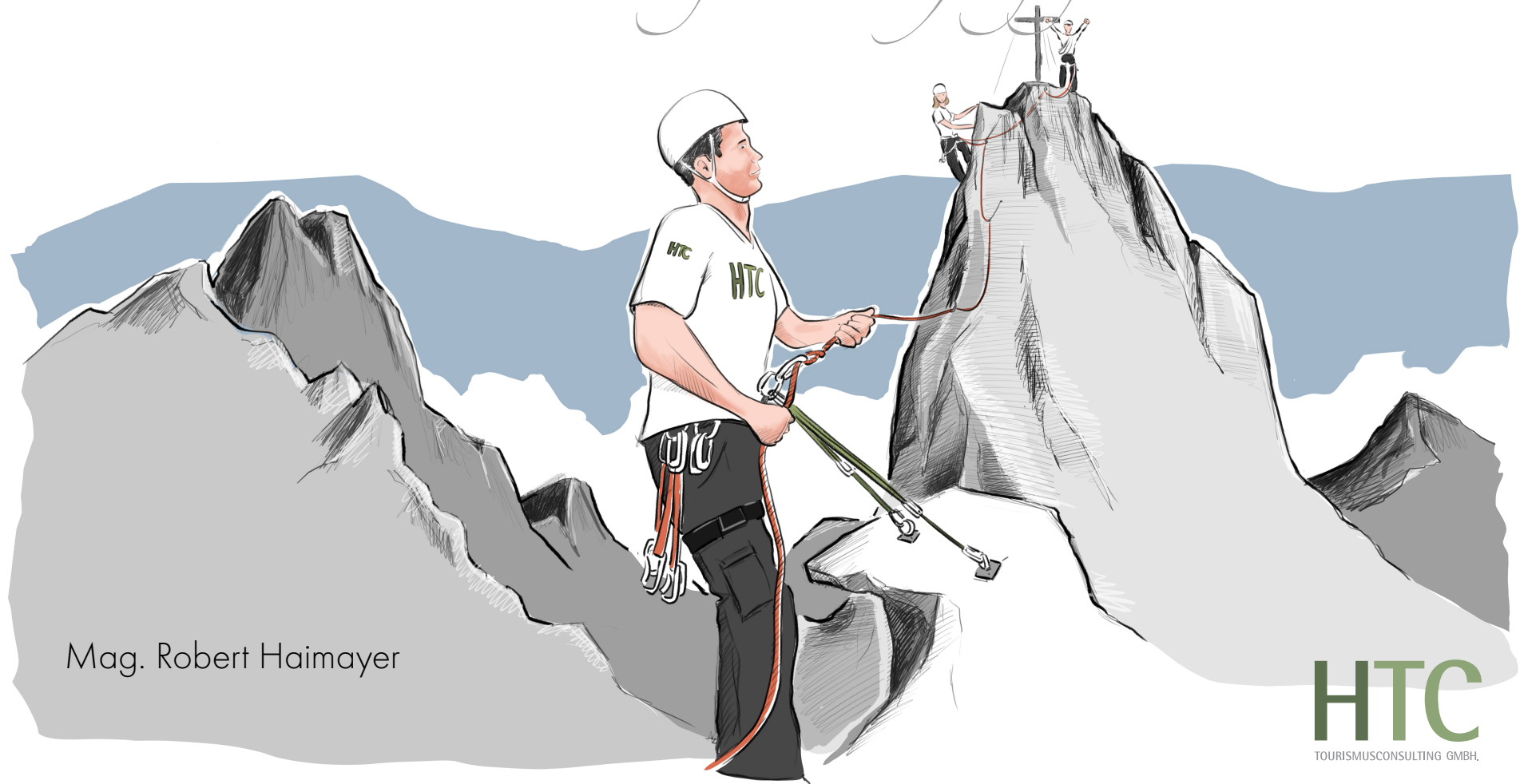


TOURISMUS-IMPULSTAG

Qualitätssicherung als Erfolgsgarant

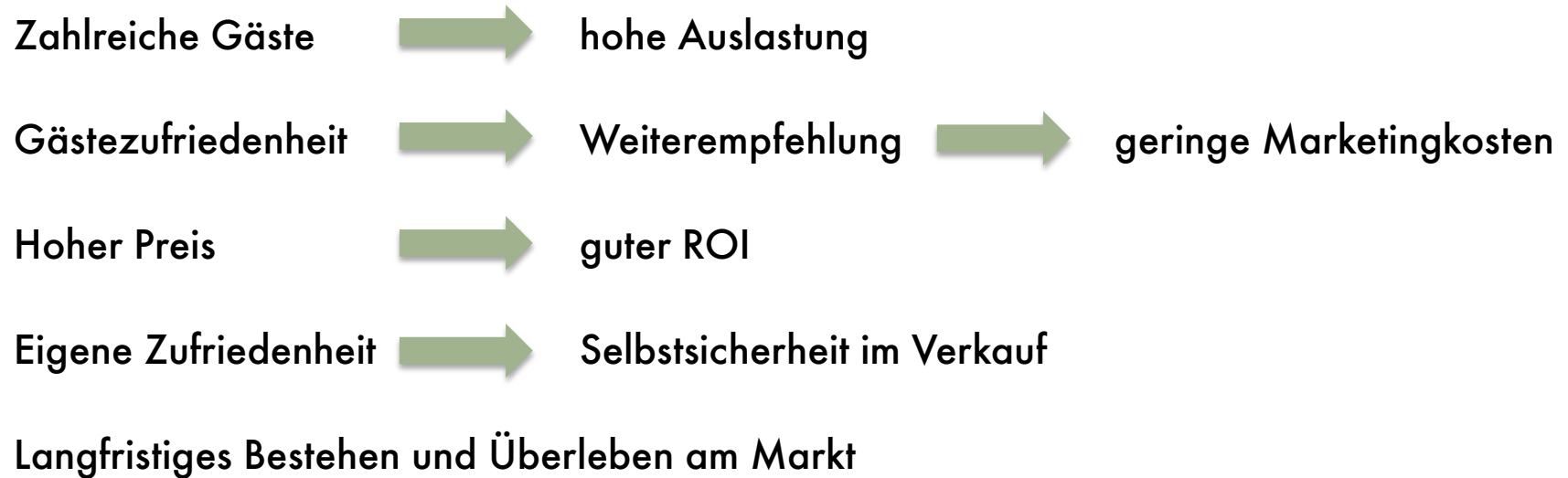


Mag. Robert Haimayer

HTC
TOURISMUSCONSULTING GMBH.

www.htc-tourismusconsulting.com

HOHE QUALITÄT – WOZU?



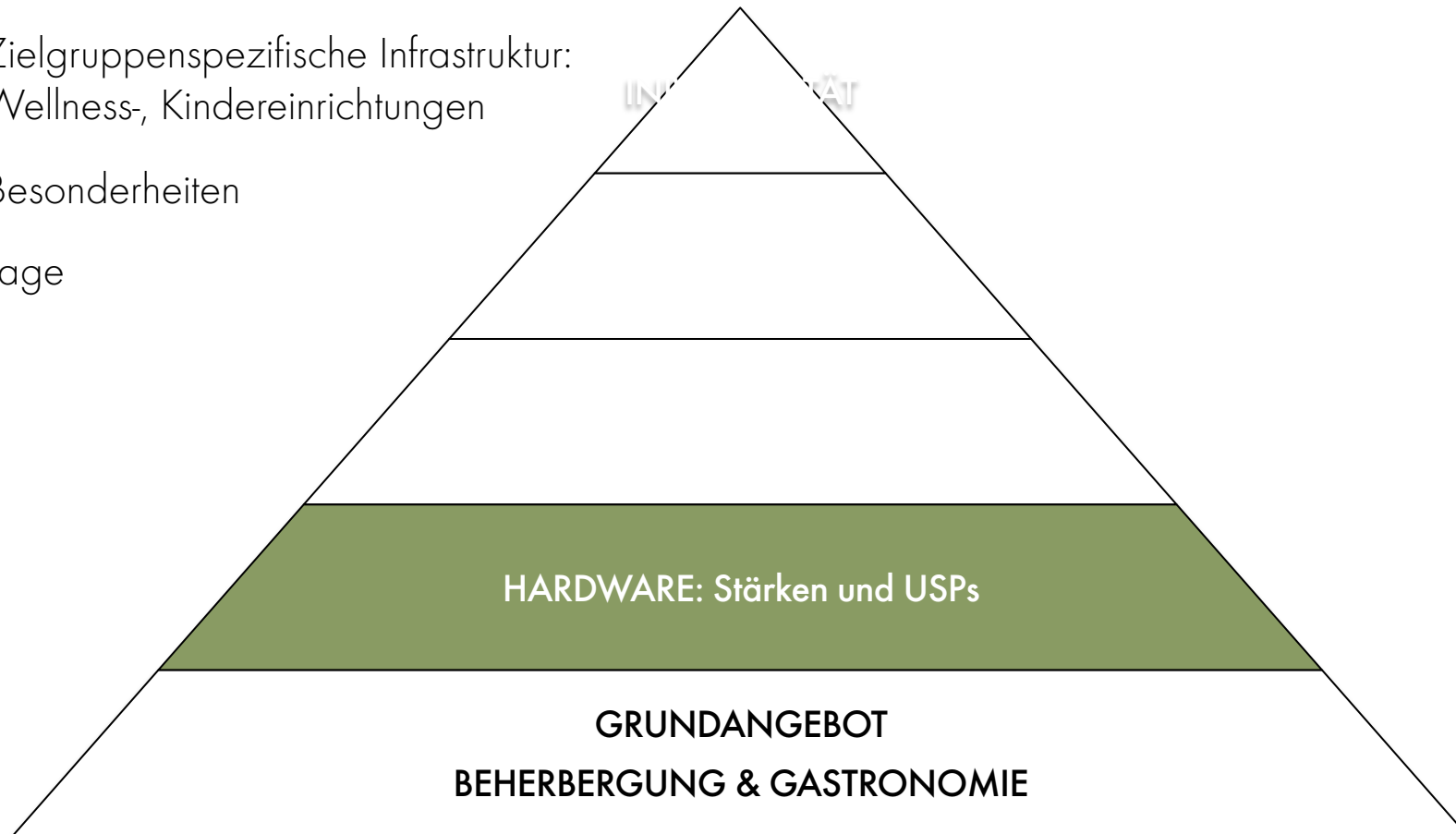
QUALITÄTSPYRAMIDE: GRUNDANGEBOT

- ❖ Zimmer mit Bad/DU, WC
- ❖ Restaurant: Frühstück, Abendessen
- ❖ Hotelinfrastruktur: Wellness, Hallenbad, Fitnessraum
- ❖ Sauberkeit



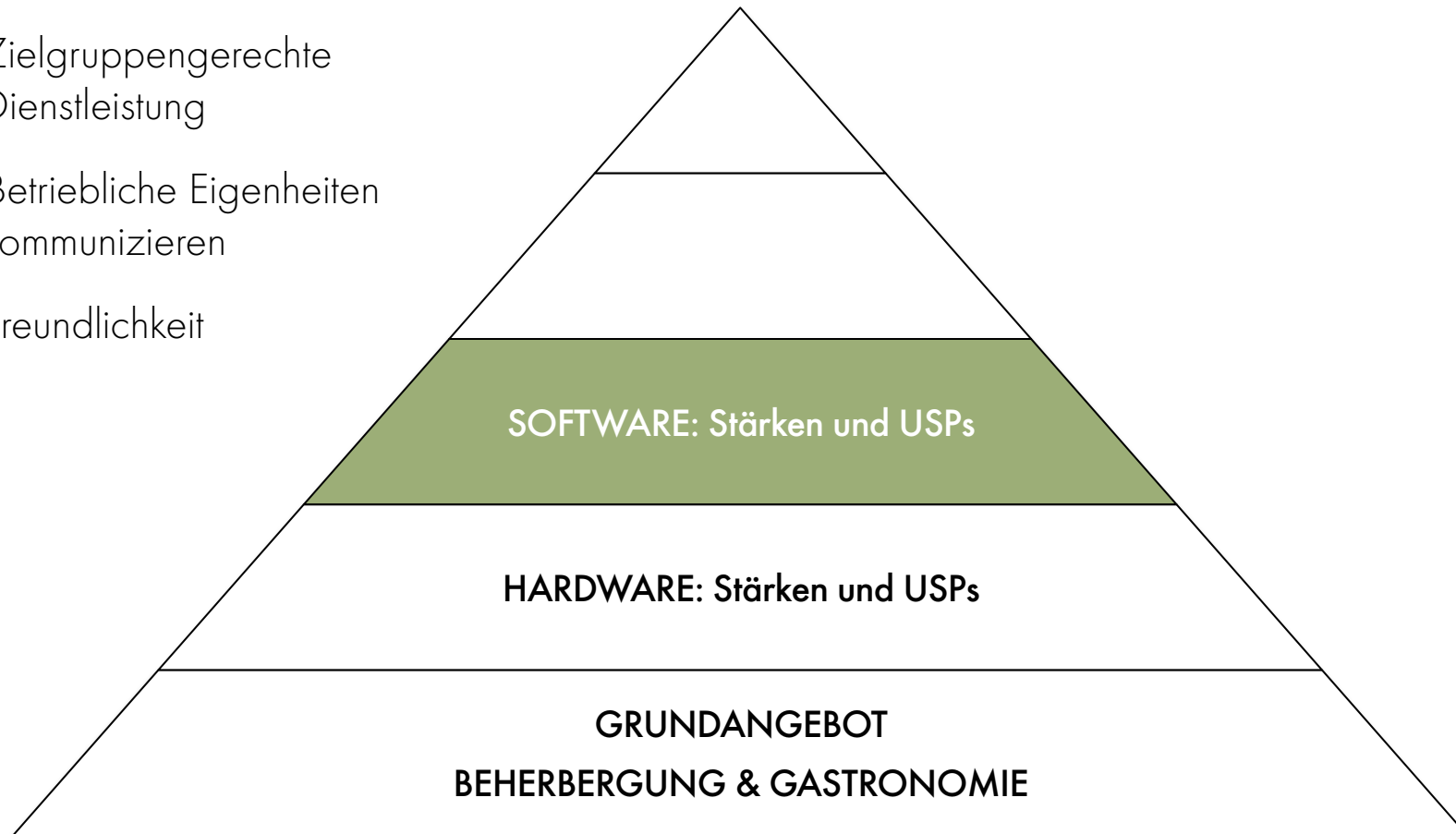
QUALITÄTSPYRAMIDE: HARDWARE

- ❖ Zielgruppenspezifische Infrastruktur:
Wellness-, Kindereinrichtungen
- ❖ Besonderheiten
- ❖ Lage



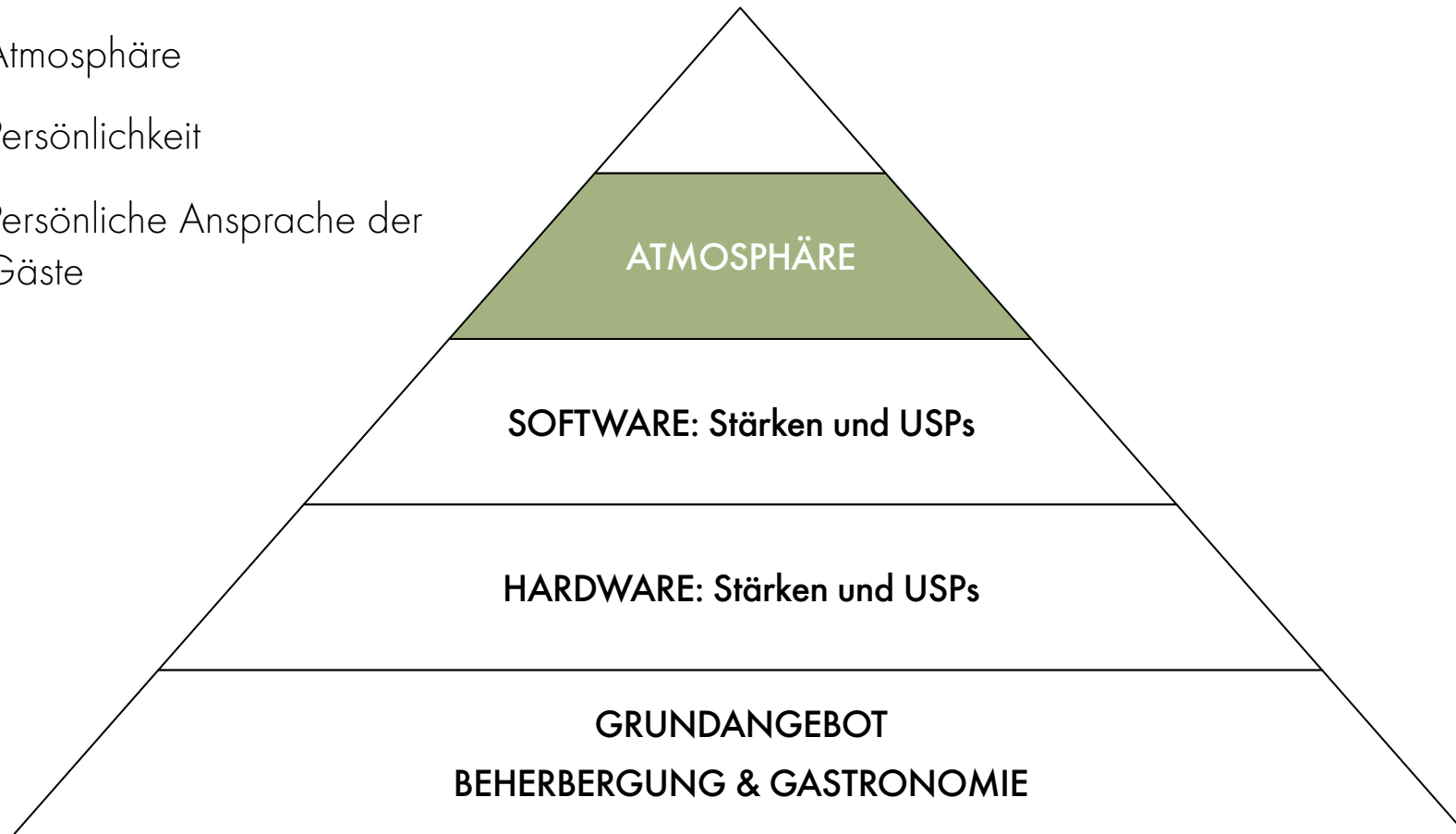
QUALITÄTSPYRAMIDE: SOFTWARE

- ❖ Zielgruppengerechte Dienstleistung
- ❖ Betriebliche Eigenheiten kommunizieren
- ❖ Freundlichkeit



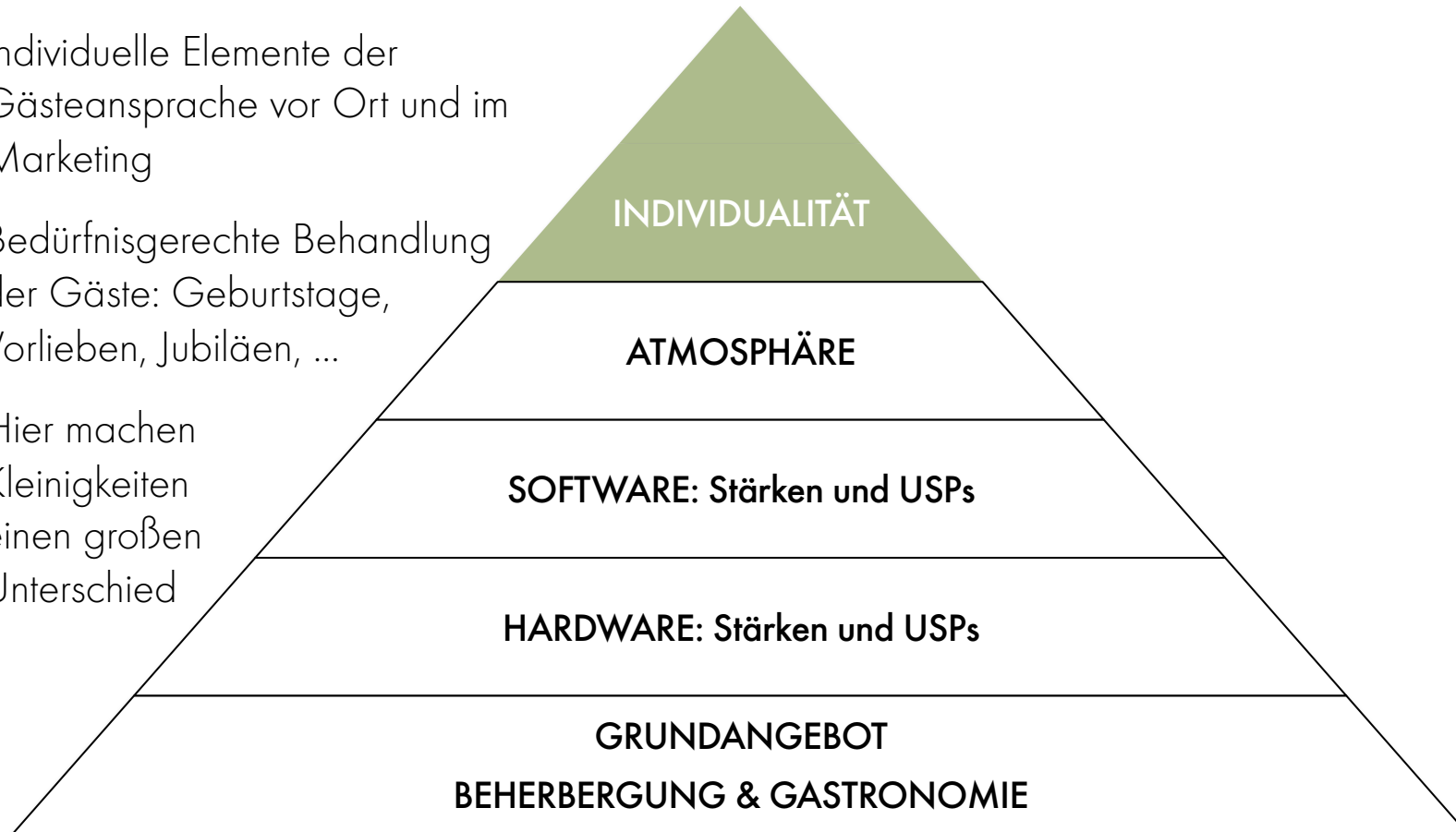
QUALITÄTSPYRAMIDE: ATMOSPHERE

- ❖ Atmosphäre
- ❖ Persönlichkeit
- ❖ Persönliche Ansprache der Gäste



QUALITÄTSPYRAMIDE: INDIVIDUALITÄT

- ❖ Individuelle Elemente der Gästeansprache vor Ort und im Marketing
- ❖ Bedürfnisgerechte Behandlung der Gäste: Geburtstage, Vorlieben, Jubiläen, ...
- ❖ Hier machen Kleinigkeiten einen großen Unterschied



QUALITÄTSPYRAMIDE

POSITIONIERUNG = KOMMUNIZIERTE STÄRKEN UND NUTZENFAKTOREN



QUALITÄT: KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION NACH AUSSEN UND NACH INNEN

- ❖ Qualität als Marketinginstrument zur Zielgruppenansprache
- ❖ Welche Elemente möchten wir kommunizieren?
- ❖ Understatement ist besser als Overstatement – trotzdem auf keinen Fall den eigenen Qualitätsanspruch verschweigen!
- ❖ Noch Platz für Überraschungen vor Ort lassen, Erwartungen der Gäste übertreffen
- ❖ Mitarbeiter sollen müssen den betrieblichen Qualitätsanspruch verstehen und auch an die Gäste kommunizieren!

UNSERE EMPFEHLUNG

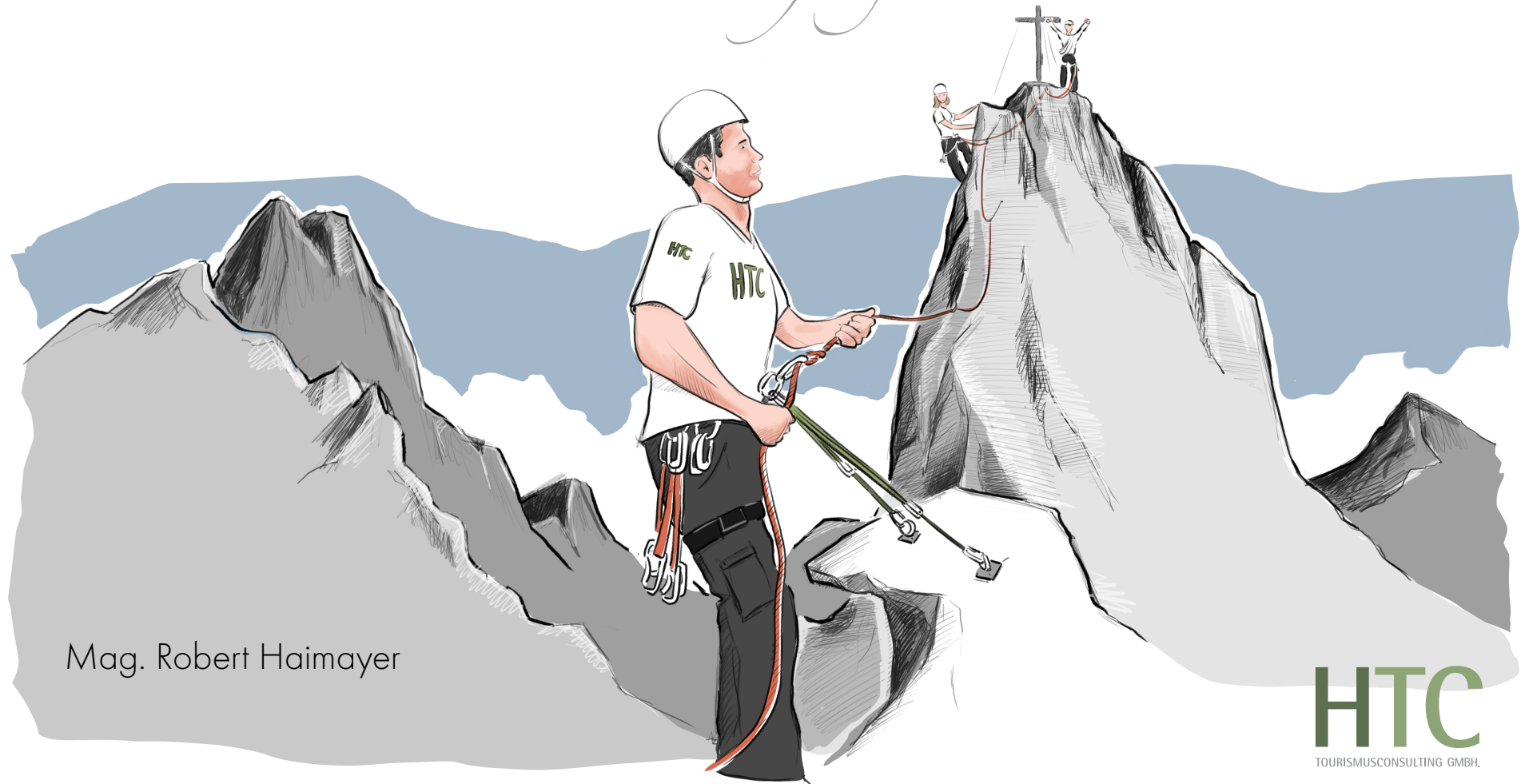
- ❖ Vor jeder Investition klare Qualitätskriterien entwickeln und definieren!
- ❖ Hardware und Software sind gleich wichtig
- ❖ Mit Gästebedürfnissen und Gästefeedback auseinander setzen
- ❖ Mitarbeiterfeedback und -ideen berücksichtigen
- ❖ Qualitätshandbuch erstellen!

Definieren Sie Ihre Qualität selbst, lassen Sie dies nicht andere tun!

**Auch Begeisterungsfaktoren kann man (z.T.) standardisieren,
lassen Sie es nur den Kunden nicht wissen!**

BAUEN SIE IHRE EIGENE QUALITÄTSPYRAMIDE!

Viel Erfolg!



Mag. Robert Haimayer

HTC
TOURISMUSCONSULTING GMBH.

www.htc-tourismusconsulting.com