



Workshop

Wer sind meine Gäste und wie kann ich sie besser kennen lernen?

Ort/Datum: Zuoz, 13.09.2019

Ablauf des Workshops



1. Einführung ins Feedbackmanagement (10')
2. Workshop (35')
 - Erfahrungsaustausch, Diskussion, Brainstorming

Ziele des Workshops



Austauschen & gemeinsam Ideen entwickeln wie man:

- Mehr Gästerückmeldungen einholen kann
- Gäste vermehrt zu Feedback animieren kann
- Feedback sammeln, auswerten & nutzen kann



Einführung Feedbackmanagement

Ziele von Feedbackmanagement



→ Kunden sind wertvolle «Mitarbeiter» die Unternehmen helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen und damit die Wettbewerbsstärke des Unternehmens erhöhen.

Feedbackmanagement dient als / dient der

- Beweis für kundenorientiertes Arbeiten
- Intensivierung der Kundenbindung
- Erhöhung der Kundenloyalität
- Erfassung der Kundenzufriedenheit
- Beurteilung des Angebots der Skischule
- Richtige Weiterentwicklung des Angebots der Skischule
- Charakterisierung der Gäste & Beschreibung ihrer Bedürfnisse
- Abgleich von Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Marketing: z. B. gute Bewertungen auf tripadvisor

Feedback als modernes Marketinginstrument



«Online-Bewertungen sind viel mehr als Gästefeedbacks, sie sind ein Marketinginstrument für Ihren Betrieb und bringen vor allem Vorteile mit sich»

«72 % der Befragten lesen immer oder häufig Bewertungen, bevor eine Entscheidung hinsichtlich der Unterkunft, dem Restaurant oder den Unternehmungen getroffen wird.»

Wichtig:

- Bewertungsportale wie tripadvisor beeinflussen Kaufentscheidungen massgeblich
- 84% der Leute schenken Online-Bewertungen gleich viel Vertrauen wie persönlichen Empfehlungen (→ «digitale» Mund-zu-Mund-Propaganda)



Anbieten verschiedener Feedbackkanäle

→ «Schweigende Kunden sind nicht unbedingt zufriedene Kunden»

Verschiedene Charakteristika von Feedbackkanälen

- Persönlich / unpersönlich / anonym
- Mündlich / schriftlich
- Strukturiert / unstrukturiert
- Formell / informell
- Analog / digital usw.
- Beispiele: Feedback per Telefon, Email, Website, Gästebefragung, Website, Social Media, Online Foren etc.

Reaktion auf Feedbacks



→ «Über 2/3 der Anregungen und Beschwerden von Kunden werden von den Unternehmen überhaupt nicht beantwortet»

→ «Die erste Reaktion auf ein Kundenfeedback ist ein „Moment of Truth“, der darüber entscheidet, ob die Kundenbeziehung abgebrochen oder fortgeführt bzw. intensiviert wird. Unternehmen müssen daher besonderen Wert darauf legen, ihre Mitarbeiter gut auf Feedbacksituationen vorzubereiten.»

Wichtig:

- Egal über welchen Kanal Feedback eingeht, muss sichergestellt sein, dass dieses festgehalten wird und nicht verloren geht
- Alle Mitarbeiter, die direkt mit Kundenfeedback konfrontiert werden (können), müssen für den Umgang mit Feedback geschult sein (v.a. soziale Kompetenz)
- Man kann nicht «Nicht Kommunizieren» → die Kanäle müssen konstant überwacht und auf Feedbacks reagiert werden (egal ob positiv oder negativ)

Gäste zu Feedback motivieren

→ wer fragt, gewinnt!



→ «Reisende hinterlassen dreimal wahrscheinlicher eine Bewertung, wenn sie aktiv dazu aufgefordert werden»

→ «Die einzigen Kunden, die motiviert genug sind, spontan auf Ihre Website zurückzukehren, um eine Rezension zu schreiben, werden von Wut und Enttäuschung angetrieben sein»

Wichtig:

- Aktive Feedbackeinholung ist essentiell: zufriedene Kunden sind wenig motiviert um Feedback zu geben → wer nicht aktiv Feedback einholt, wird automatisch mehr negative Bewertungen erhalten
- Persönliche Ansprache der Gäste (mündlich oder schriftlich)
- Aktives Hinweisen auf die Feedbackkanäle
- Anbieten verschiedener Kanäle
- Anreize bieten, wie z.B. Gewinnspiel, Spezialrabatt, Geschenk bei nächster Buchung
- Transparenz: wenn gewünscht Anonymität gewährleisten; ehrliche Zeitangaben zur Verfügung stellen



Sammlung, Nutzung & Auswertung von Feedback

→ «Der Wert des Kundenfeedbackmanagements liegt nicht darin, Daten zu sammeln, sondern darin, die Informationen, die der Kunde dem Unternehmen durch sein Feedback mitteilt, in effektive Maßnahmen zur Verbesserung der eigenen Produkte und Leistungen zu überführen»

Wichtig:

- Nur wer Feedbacks ernst nimmt, auswertet und Massnahmen ergreift, kann die Ziele und Möglichkeiten eines effizienten Feedbackmanagements erreichen
- Feedback zu verlangen und darauf einzugehen bedeutet, dass der Gast ernst genommen wird, was von allen sehr geschätzt wird



Empfehlungen für die Auswertung der Feedbacks

Wichtig:

- Systematischer und strukturierter Prozess (Hilfsmittel Toolbox: Beobachtungsbögen, Checklisten → Phase «Analysen»)
- Nicht nur deskriptive Auswertungen sondern Untersuchung von Zusammenhängen und Ursachen
- Effizienzbewusstsein für Feedbackmanagement schaffen
- Erfassung von Kosten & Nutzen der Kundenfeedbackaktivitäten
- Budget für Massnahmen einplanen & Investitionsbereitschaft
- Auswertung und Nutzung durch kompetente Mitarbeiter
- Outsourcing der Auswertung der Daten kann Sinn machen



Empfehlungen für die Nutzung der Feedbacks (s. «Ziele»)

Wichtig:

- Ergebnisse müssen in den Kontext der Skischule gesetzt und in der Phase «Analyse» der Magic Moment Toolbox berücksichtigt werden
 - Welche Schwerpunkte setzt unser Leitbild?
 - Welche Handlungsfelder haben wir definiert?
 - Welche Kapazitäten hat die Skischule und was ist realistisch?
 - Priorisierung von Massnahmen entsprechend der o.g. Fragen
 - Welche «Themen/Fragestellungen/Zusammenhänge» sind für meine Skischule besonders spannend anzusehen?

Beispielhafte Auswertung bzgl. Charakterisierung der Gäste



Gästetypen der Zukunft im alpinen Schweizer Tourismus



Ausgleich (Work-Life-Balance)

Entspannung / Ruhe

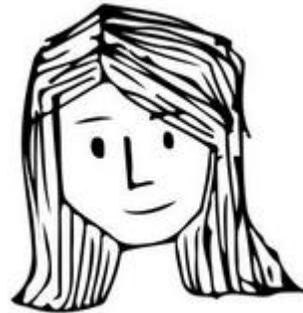
Authentizität

Tradition

Kulinarik & Genuss

Natur / Berge / Landschaft

Neues Wissen



Sport

Abenteuer

Individualisierung

Natur / Berge / Landschaft



Events / Attraktionen

Unterhaltung / Erlebnis

Tradition

Neues Wissen

Genuss & Kulinarik



Entspannung & Ruhe

Ausgleich (Work-Life-Balance)

Kulinarik & Genuss

Natur / Berge / Landschaft

Fitness & Bewegung

Gesundheit



Erfahrungsaustausch , Diskussion & Brainstorming



Informationen zur Vorgehensweise

Ablauf

- Es werden drei verschiedene Fragestellungen diskutiert. Die Skischulleiter sollen hier untereinander ihre Ideen und Best-Practices austauschen.
 1. Wie kann ich Feedback einholen?
 2. Wie kann ich Feedback sinnvoll sammeln?
 3. Wie kann ich Feedback nutzen?

Methode

- Alle Gruppenmitglieder diskutieren untereinander die Fragestellungen (10 Minuten pro Thema)
- Der Workshopleiter wiederholt am Ende jedes Themas kurz die wichtigsten Aspekte

Fragestellung 1



Thema: Wie kann ich Feedback einholen?

Leitfragen:

- Was mache ich bisher, um Feedback einzuholen? Was könnte ich zusätzlich machen?
- Mit welchen Aktivitäten habe ich bisher die besten Erfahrungen gemacht?
- Hält mich etwas davon ab, Feedback einzuholen? Wenn ja, wie kann ich dies lösen/umgehen?
- Was könnte meine Gäste davon abhalten, Feedback zu geben?
- Wie kann ich meine Gäste mehr motivieren, Feedback zu geben?

Fragestellung 2



Thema: Wie kann ich Feedback sinnvoll sammeln?

Leitfragen:

- Wie stelle ich sicher, dass kein Feedback verloren geht?
- Bin ich mir bewusst, wo überall Feedback kundgetan wird und berücksichtige ich diese Kanäle? Welches sind Feedback-Kanäle, die schnell mal vergessen gehen (können)?
- Schule ich meine Mitarbeiter, wie sie mit Feedback umgehen sollen?

Fragestellung 3



Thema: Wie kann ich Feedback nutzen?

Leitfragen:

- Habe ich die Feedbacks meiner Gäste bisher ausgewertet?
Wenn ja, wie?
- Bin ich auf strukturierte Art und Weise (s. Phase «Analysen» der MMTB) vorgegangen und habe Massnahmen definiert?
- Welche Probleme hatte ich bei der Auswertung? Wie bin ich damit umgegangen?
- Gibt es ein konkretes Umsetzungsbeispiel, dass ich aufgrund der Auswertung von Feedback realisiert habe?