

Ihr März-Newsletter „Hotel-Erfolg“

Lesen Sie hier die neuesten Praxis-Tipps für Ihr Hotel:

"Strategie ist am wichtigsten!"- Bei Ihnen auch?

"Die Beschäftigung mit strategischen Fragen bezeichnen Deutschlands Top-Manager als ihre vordringlichste Aufgabe. Gleichzeitig beklagen sie, dass das Thema Strategie im Tagesgeschäft zu kurz kommt. Dadurch werden Millionen Euro verschleudert und Chancen zur Arbeitsplatz-Vermehrung nicht genutzt." Zitat aus "DIE WELT". Wie sind Ihre Prioritäten? Arbeiten Sie noch *im* Betrieb oder schon *am* Betrieb? Wenn Sie **Ihren Hotel-Erfolg selbst steuern möchten**, ist der Basis-Workshop "Hotel-Erfolg" (nur für Hoteliers) für jeden Hotelier ein Muss. Der nächste Workshop findet am 9. April 2008 statt. [Hier lesen Sie mehr zum Workshop](#)

Möchten Sie auch Buchungslöcher beseitigen?

Das Nachfrage-Sog-System (NFS) ist ein seit 20 Jahren bewährtes Instrument zur Schaffung von Nachfrage. Der Begründer, Verkaufspionier Horst-Sven Berger, hat das Ziel so definiert: *"...Auftrags-Löcher und Auftrags-Schwankungen zu beseitigen, durch den Aufbau eines Auftrags-Vorrats mit Abruf-System."* Ich bin seit 2007 lizenzierter NFS-Trainer und habe - gemeinsam mit dem Erfinder - das System auf meine Zielgruppe, die Hotelbranche, umgeschrieben. Ziel: **Aufbau eines Hotel-Buchungsvorrats mit Abrufsystem**. [Lesen Sie mehr über das Hotel-NFS](#)

Vier Prinzipien für mehr Hotel-Erfolg

1. Konzentrieren Sie sich auf Ihre **Kernkompetenzen**, statt alles für jeden machen zu wollen (Bauchladen).
2. Definieren Sie Ihre **Zielgruppe** so genau wie möglich. "Eine genaue Zielgruppen-Orientierung ist der wichtigste strategische Erfolgsfaktor" (Zitat aus dem [Buch "Das 1x1 der Erfolgsstrategie"](#))
3. Richten Sie Ihre Kräfte auf ein besonders **brennendes Kundenproblem** (das erzeugt große Nachfrage). Beispiel: Wenn Ihre Zielgruppe gestresste Manager sind, ist deren brennendstes Problem bzw. Bedürfnis: Absolute Ruhe und Entspannung.
4. Formulieren Sie Ihre **Ziele** immer nutzen- statt gewinnorientiert. Unternehmensziele wie *"Ich will bis Ende 2008 2,5 Mio. Euro Umsatz machen,"* schaden Ihnen mehr als sie nützen. Ziele müssen immer nutzenorientiert sein. Beispiel: *"Ich will bis Ende 2008 der beste Problemlöser für gestresste Manager sein und ihnen ein attraktives Servicepaket entwickelt haben, das seinesgleichen sucht."* Ein solches Ziel ist sozial, schafft Nachfrage und motiviert alle Beteiligten. Umsatz und Gewinn sind dann die logische Folge, und zwar mehr als Sie sich träumen lassen.

"Frühe Ostern - schade"

Univ.-Prof. Walter Schertler beschreibt in seinem VN-Kommentar vom 27. Februar die passive Opfer-Mentalität der heimischen Hotellerie und Gastronomie am Thema "Frühe Ostern": Die Denkhaltung "...Frühe Ostern - geringere Auslastung - weniger Ertrag" müsse aufgegeben werden, so Schertler. Und weiter: *"Wir brauchen im Ländle eine Aufbruchstimmung für neue Geschäftsideen im Tourismus mit dem Ziel eines profitablen Ganzjahrestourismus. Dazu brauchen wir alle kreativen Köpfe, wir brauchen Experimente für neue Geschäftsmodelle, die Gemeinden müssen miteinbezogen werden ..."* Lingg Hotelstrategie sieht sich als Innovator für die Vorarlberger Hotellerie und unterstützt jede Anstrengung in dieser Richtung. Fordern Sie gerne eine Kopie des kurzen, aber interessanten Artikels des Tourismus-Vordenkers Schertler per e-mail bei uns an.

Hotel-Erfolg souverän aussteuern

Chefredakteurin Silvia Nussbaumer vom Vorarlberger "wirtschaftszeit.at-Magazin" erkennt Optimismus bei den Ländle-Unternehmern: "*Das Jahr 2008 hat für die meisten Unternehmen sehr gut angefangen...*" Ihr Magazin berichtet monatlich über Erfolgsstories der heimischen Wirtschaft. Auf Seite 27 des 4000-Auflagen-starken Heftes findet der interessierte Leser das Portrait unserer Dornbirner Agentur Lingg Hotelstrategie. Titel: "*Hotel-Erfolg souverän aussteuern.*" Nutzen auch Sie den neuen Schwung 2008 für eine strategische Ausrichtung Ihres Betriebs. Lesen Sie den ganzen Artikel [hier](#).

Ich wünsche Ihnen eine Erfolg-Reiche Zeit. Sie wissen ja: "*Erfolg ist die Realisierung eines erstrebenswerten Ziels*".

In diesem Sinne, herzliche Grüße, Ihr

Hubert Lingg
Diplom-Kommunikationsdesigner (FH)

P.S.: Was interessiert Sie besonders? Was sind Ihre Ziele 2008? Schreiben Sie mir!

LINGG HOTELSTRATEGIE

Hotel-Erfolg souverän aussteuern

Marktstraße 8
A-6850 Dornbirn
Telefon +43 (0)5572 - 38 68 10
Telefax +43 (0)5572 - 38 69 40
info@hotelstrategie.at
www.hotelstrategie.at