

Authentische Positionierung für Hotelbetriebe

*„Wie Sie aus Ihren
eigenen **Stärken** heraus
eine überragende **Alleinstellung**
und ein glänzendes **Image**
erreichen.“*

Teil 1: Was ist Positionierung?

Teil 2: Warum positionieren?

Teil 3: Wie kommen Sie zur USP?

Teil 4: Zusammenfassung?



> Sinnhaftigkeit im Tun



> Mit weniger Aufwand
mehr erreichen.



↙ > Mehr Anziehungskraft ↘

> Prozesse vereinfachen



Hubert Lingg

1965*

Konzeptioner

Dipl.-Designer

Hotel-Strategie



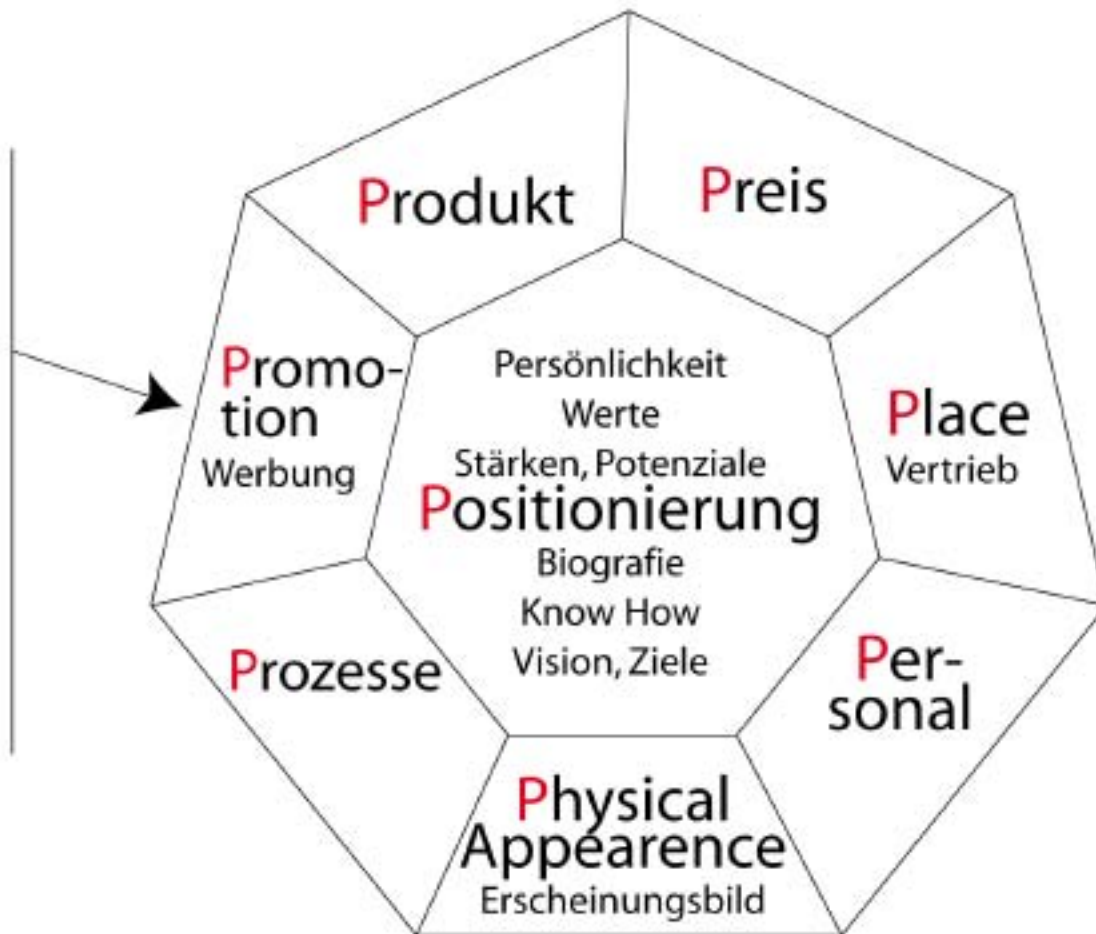
Was ist überhaupt
Positionierung?



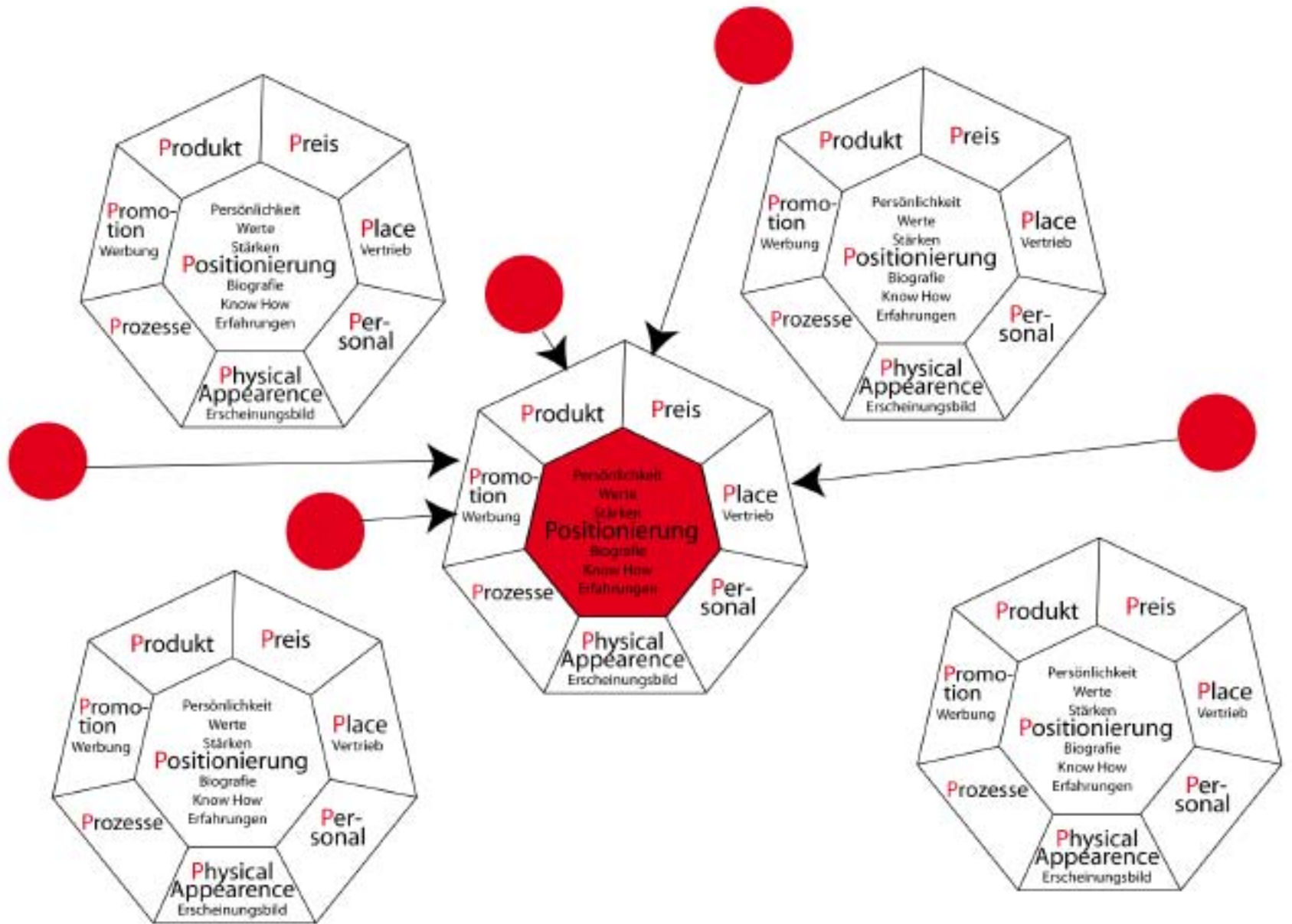
Hotel Dreimäderlhaus

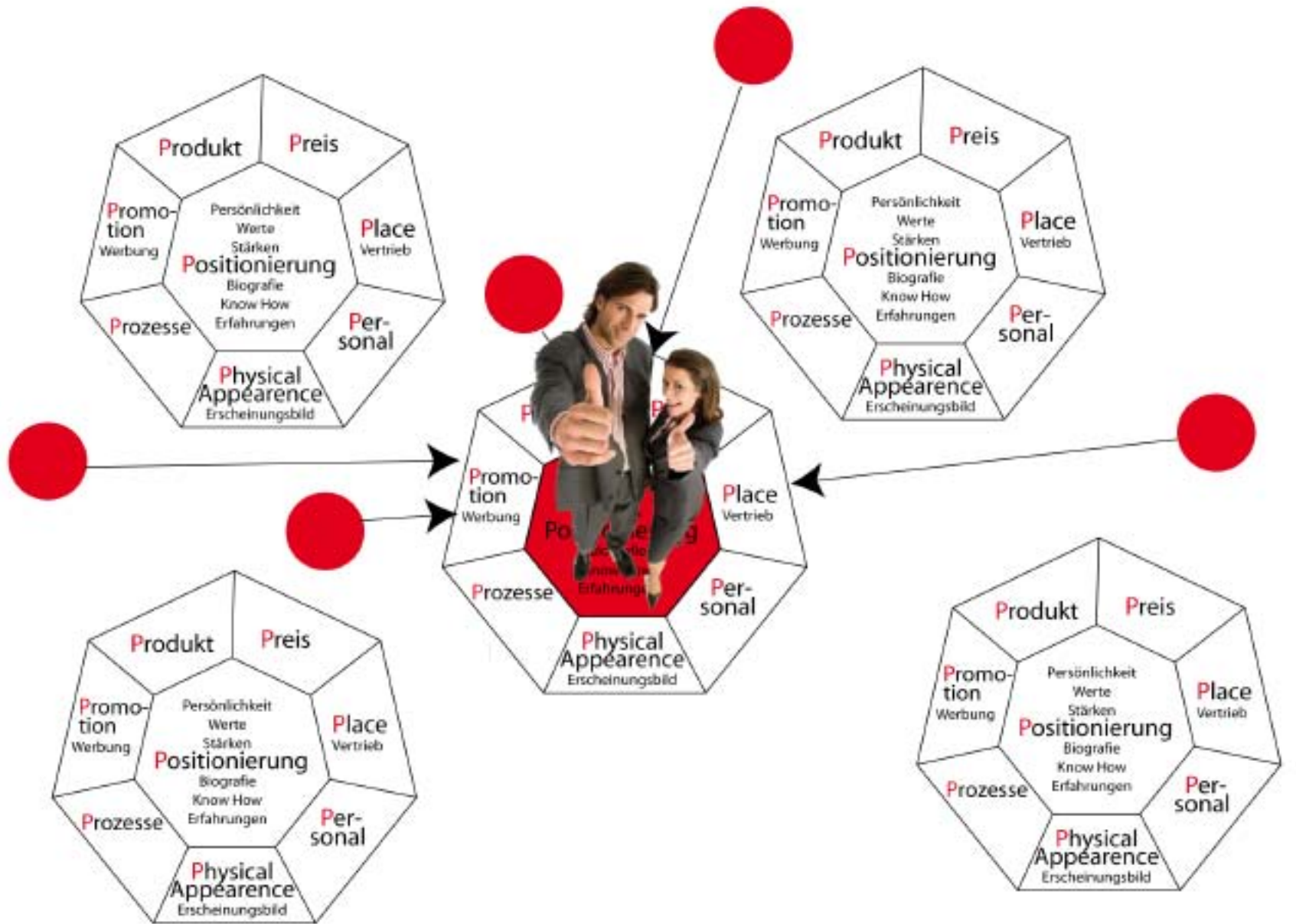


- Anzeigen
- Prospekte
- Mailing
- Internet
- Portale
- Newsletter
- Messe
- PR
- Kooperationen



Strategisches, ganzheitliches Marketing





Warum überhaupt positionieren?



Ohne authentische Positionierung...



- ... fehlt die Unternehmenspersönlichkeit
- ... ist man Einer unter Vielen
- ... hat das Hotel keine Anziehungskraft
- ... stagniert die Nachfrage
- ... ist man in der Austauschbarkeitsfalle
- ... wird vom Wettbewerb überholt
- ... wird man vom Markt positioniert
- ... hat das Hotel ein „Graue-Maus-Image“
- ... verpuffen die Kräfte
- ... fehlt die Identifikation
- ...



Stadthotel Lünen:

- > völlig veraltet
- > rückständig
- > Übergabe an Sohn
- > keine aktive Positionierung

>> WAS TUN?

Laut einer Untersuchung der „WELT“ sehen 85% aller deutscher Top-Manager **Strategie** als die wichtigste Führungsaufgabe an.



Aber:
Nur 5% aller KMU
arbeiten nach einer
ausformulierten Strategie!

5%

Ein Unternehmen ohne Strategie
ist wie ein Schiff **ohne Steuermann!**



5%

Wer steuert Ihr Schiff?



Strategie ist Ihre Schlüsselaufgabe.

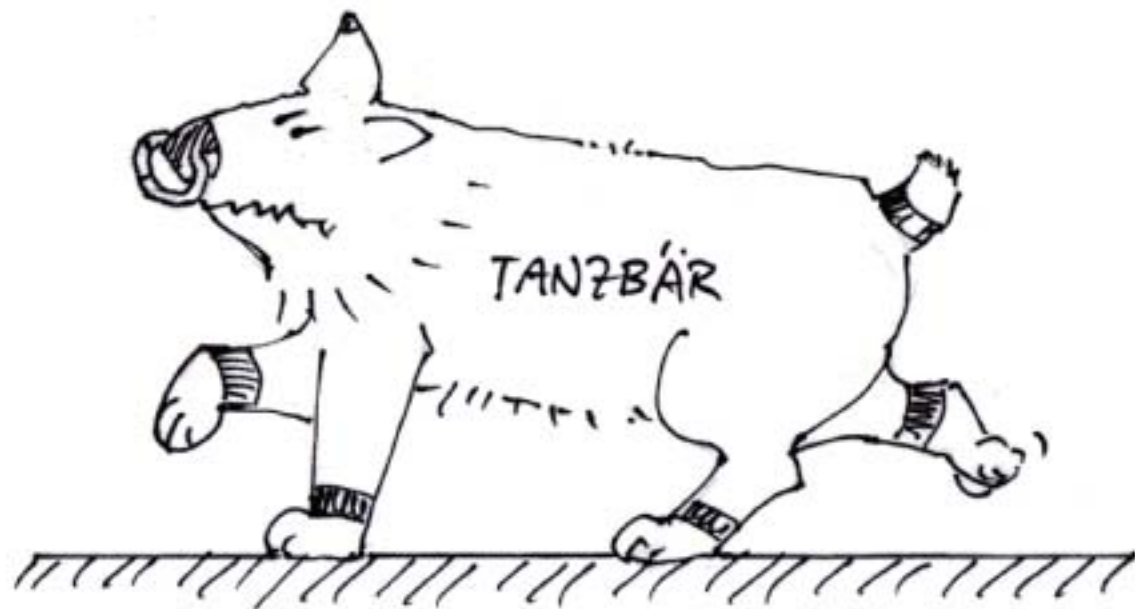
Strategie ist Ihre Schlüsselaufgabe.

Und **Positionierung**
ist die wichtigste
strategische Aufgabe.

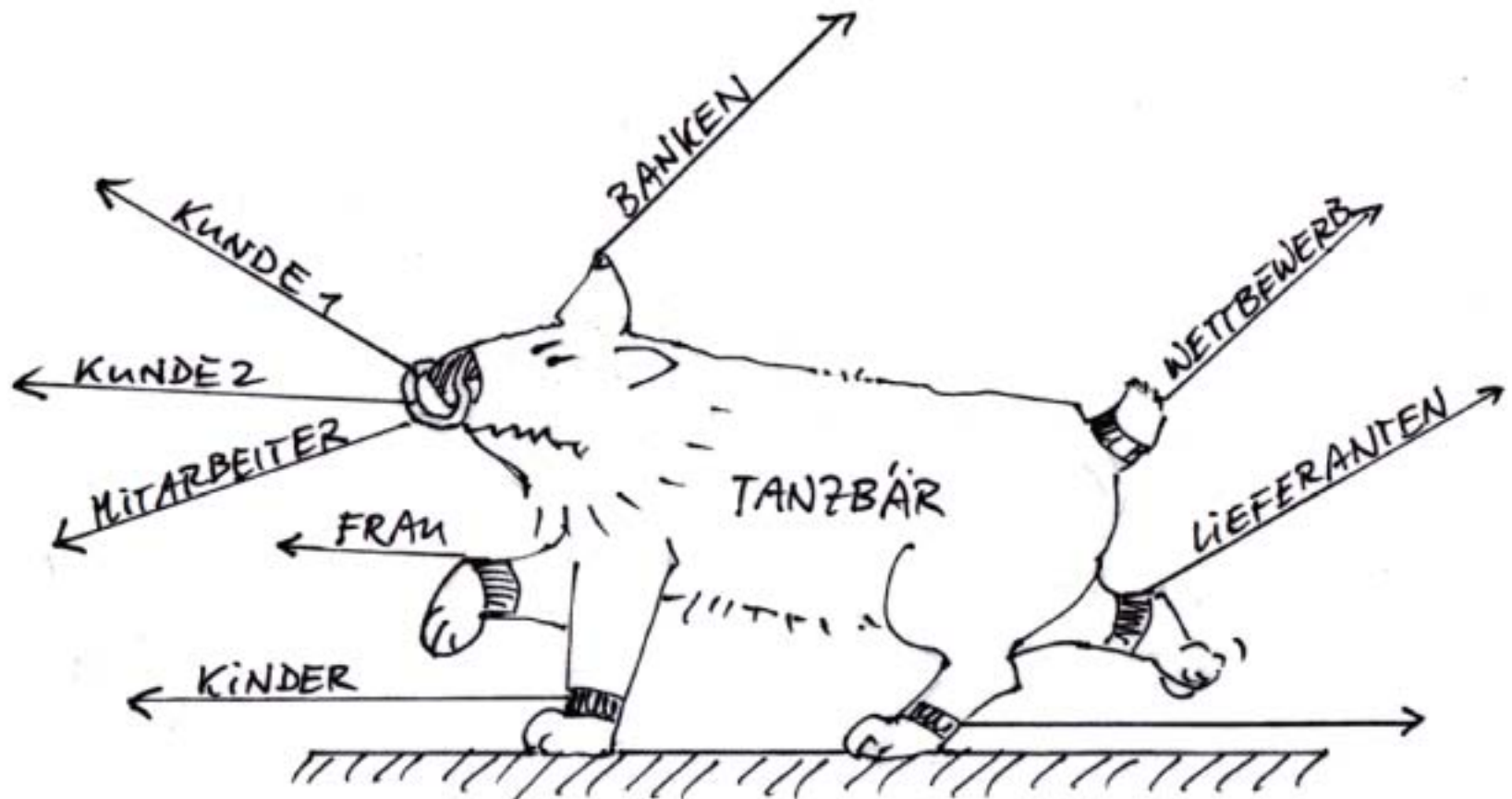
Denn:
Wer sich nicht positioniert,
wird positioniert!



Wer nicht steuert,
wird gesteuert!



Wer nicht **steuert**,
wird gesteuert!





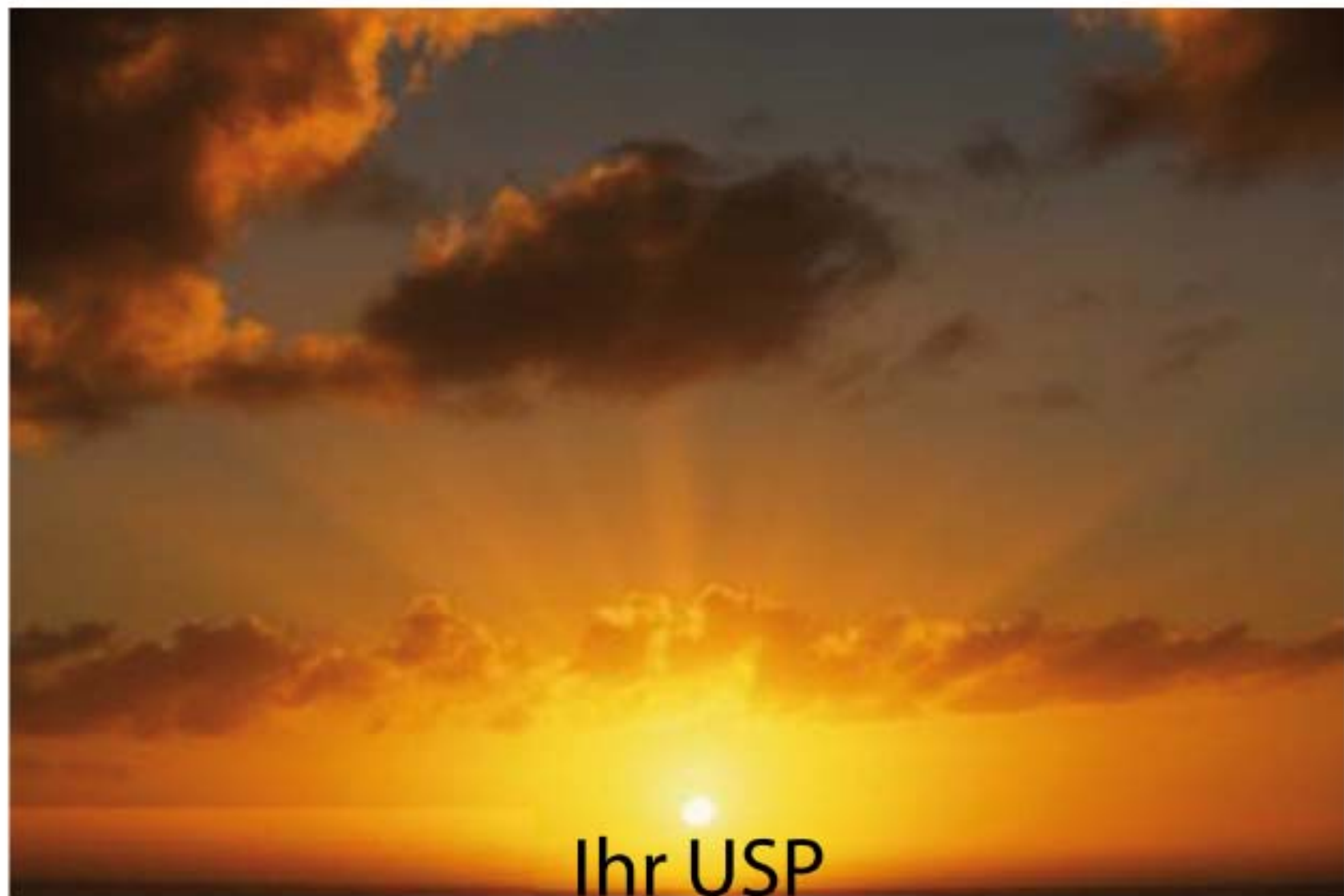


Teil 1: Was ist Positionierung?

Teil 2: Warum positionieren?

Teil 3: Wie kommen Sie zur USP?

Teil 4: Zusammenfassung?



Ihr USP

Zeigen Sie Persönlichkeit!

Konzentrieren Sie sich auf Stärken!

Suchen Sie die passende Zielgruppe!

Bieten Sie zwingenden Nutzen!

Zeigen Sie Persönlichkeit!

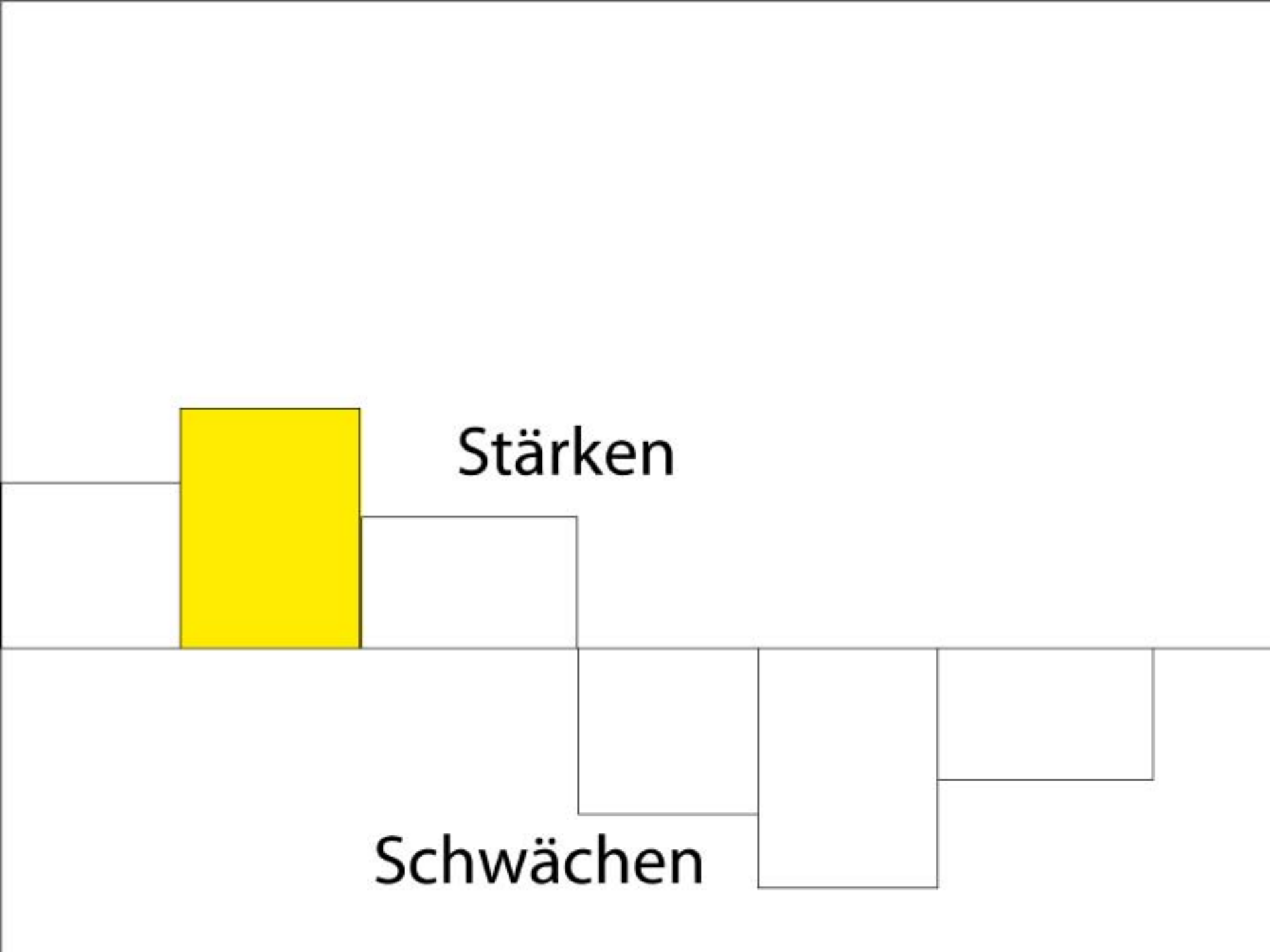


Zeigen Sie Persönlichkeit!



Zeigen Sie Persönlichkeit!

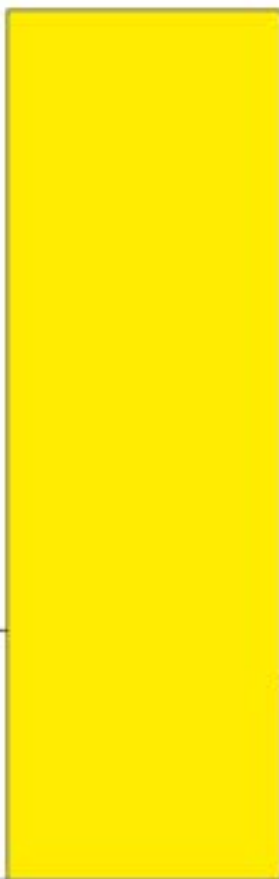
Konzentrieren Sie sich auf Stärken!



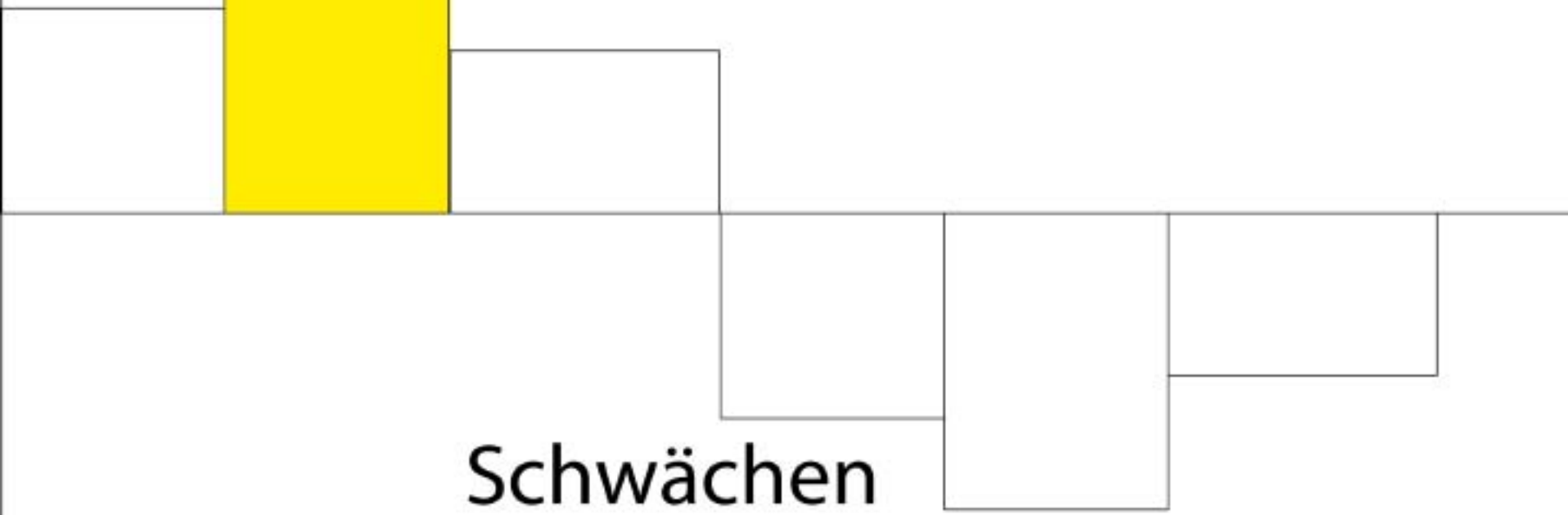
Stärken

Schwächen

Spitzenleistung



Schwächen

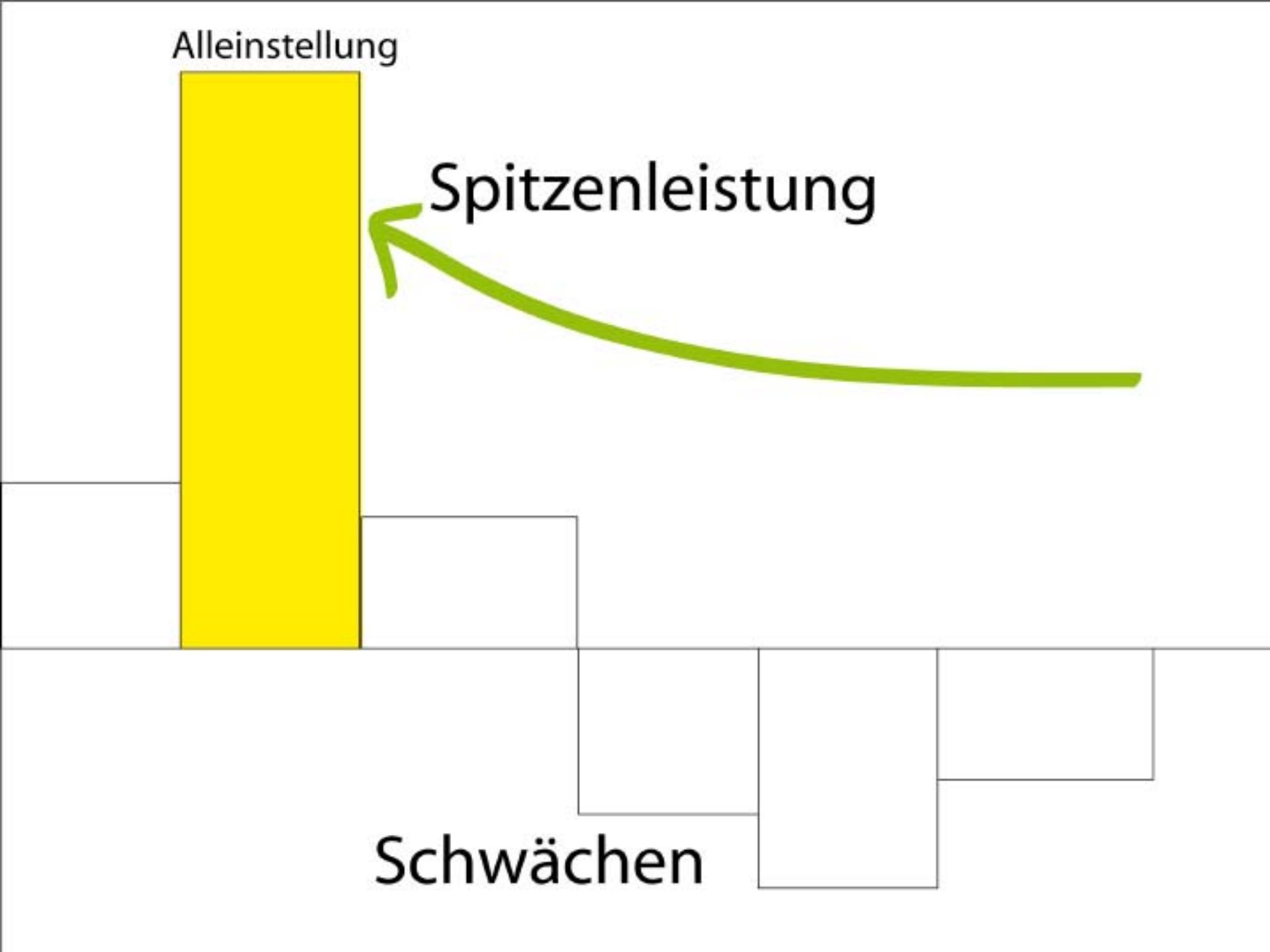


Alleinstellung

Spitzenleistung



Schwächen

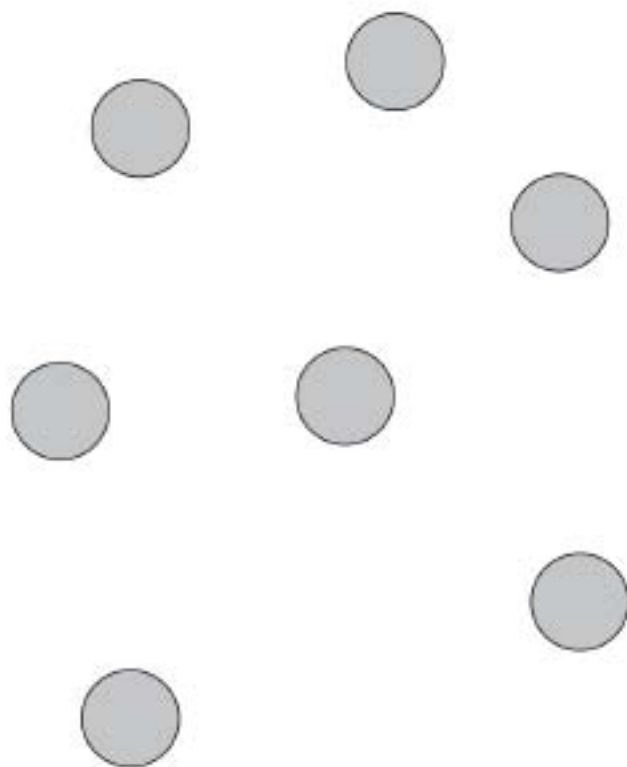


Zeigen Sie Persönlichkeit!

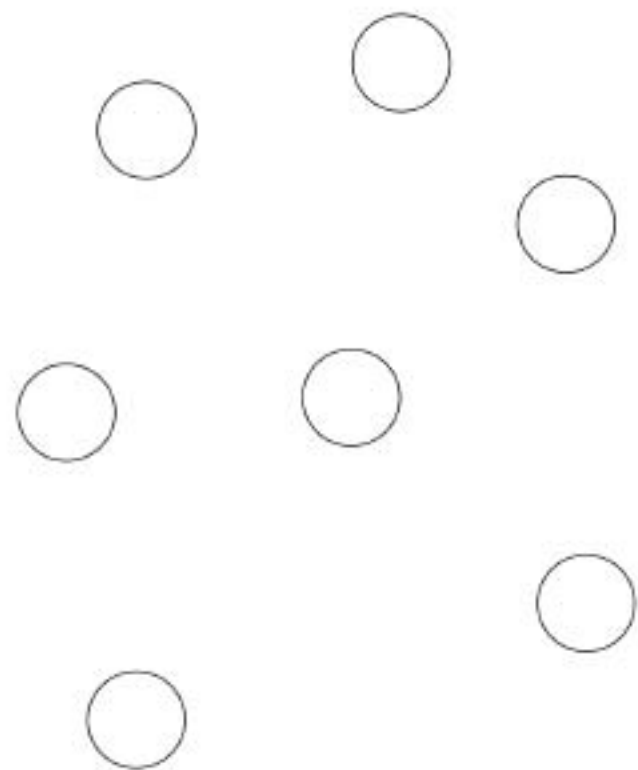
Konzentrieren Sie sich auf Stärken!

Suchen Sie die passende Zielgruppe!

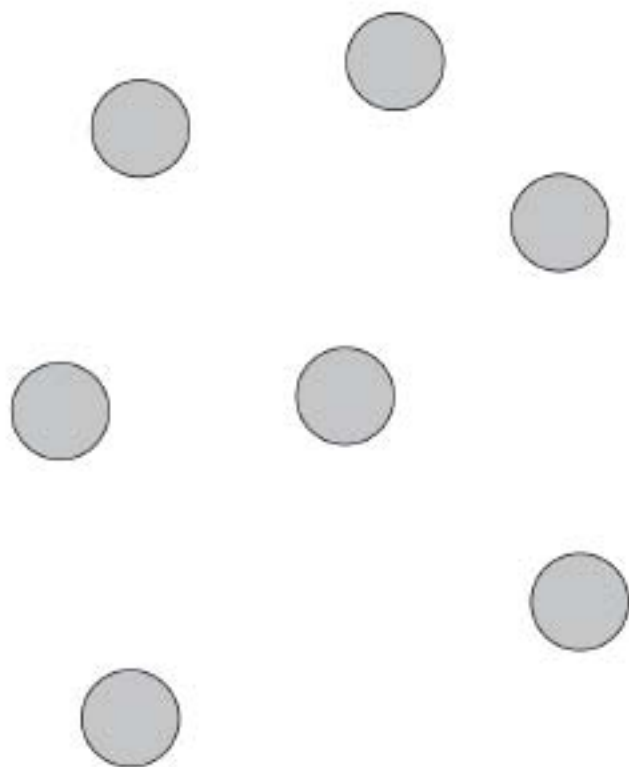
Ihre Zielgruppen



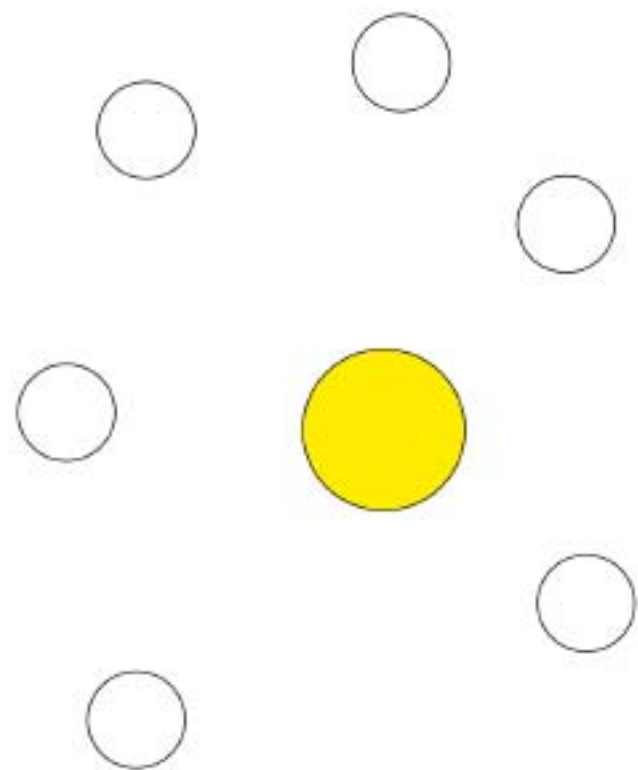
Ihre Geschäftsfelder

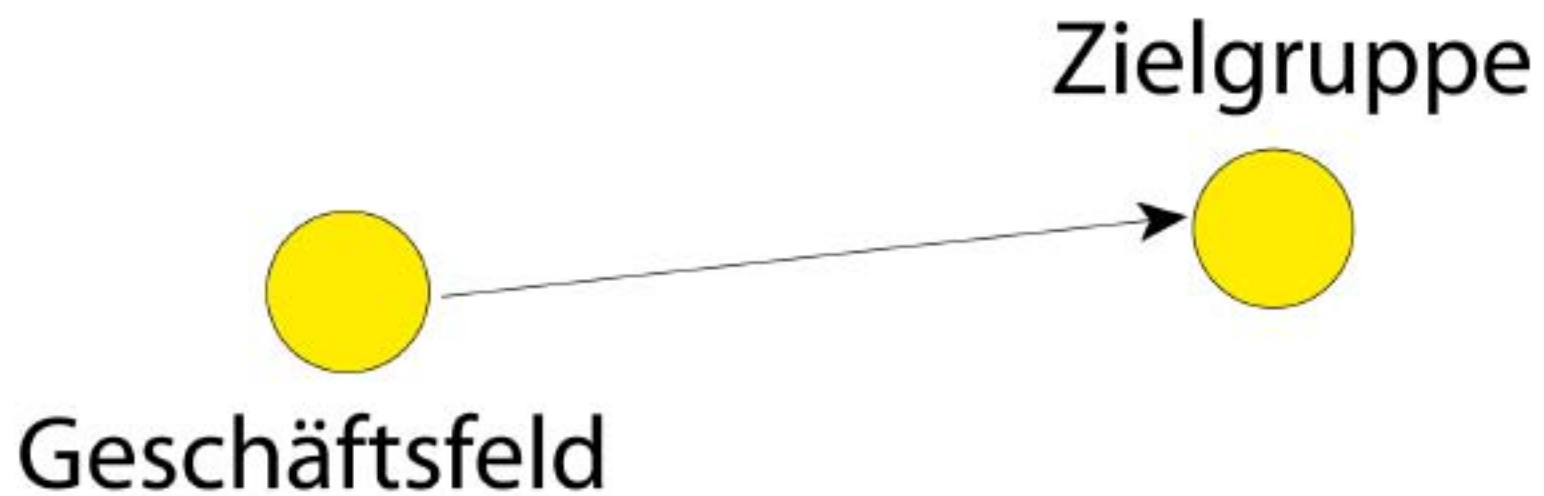


Ihre Zielgruppen



Ihre Geschäftsfelder



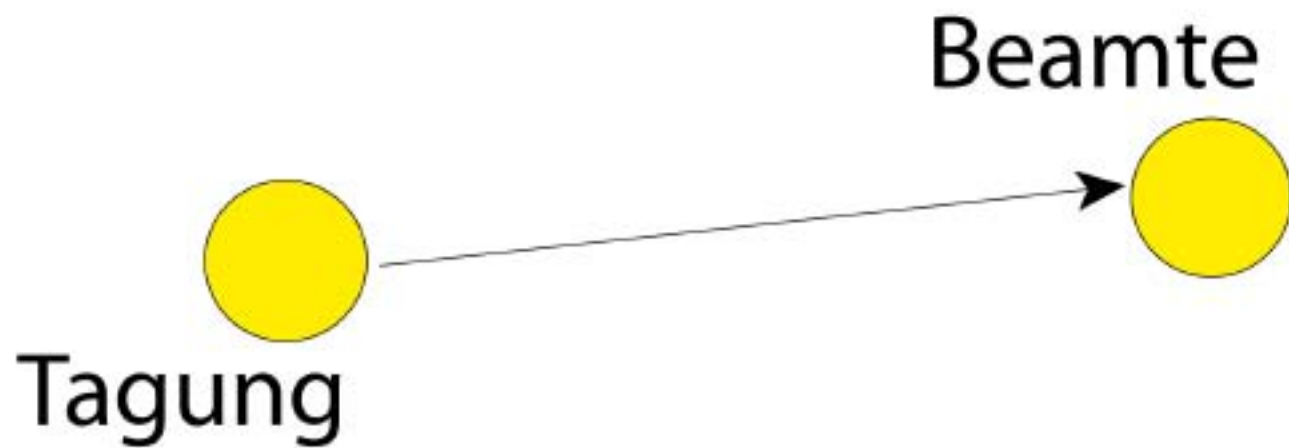


Vorteil einer Zielgruppen-Spezialisierung

- ... ZG ist in Sichtweite
- ... Bedürfnisse können erkannt werden
- ... Marketing ist sehr gezielt möglich
- ... Werbekosten deutlich geringer
- ... Gezielte Innovationen
- ... Kräftekonzentration statt Verzettelung.

Stadthotel Lünen

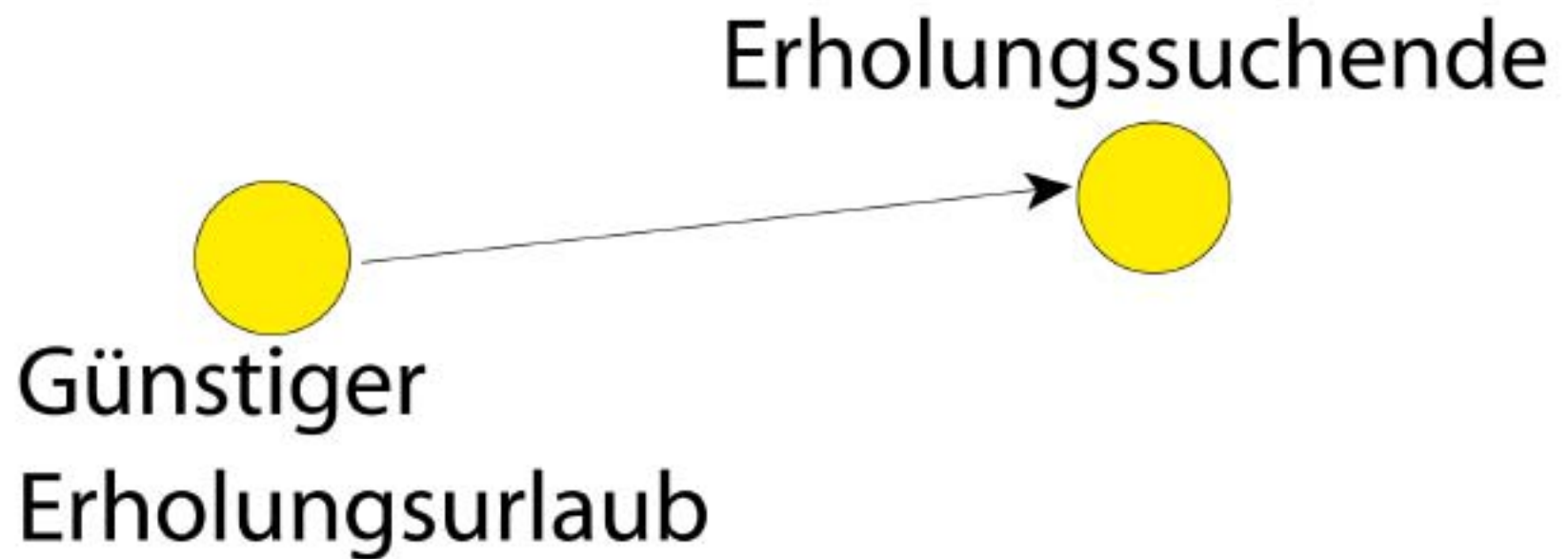




>> Verachtfacher Gewinn!

Seehotel Wiesler





>> 91,3% Bettenauslastung!

Mountainairing.com

DEM ERFOLG ENTGEGEN...



- ▶ Home
- ▶ Das einzigartige Konzept
- ▶ Top Marathonvorbereitung
- ▶ Kontakt
- ▶ Presskontakt
- ▶ Impressum
- ▶ Angebotswochen
- ▶ Press Login
- ▶ Blog
- ▶ Rückblick
- ▶ Links

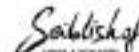
Höhentraining für Marathonläufer und Ausdauersportler

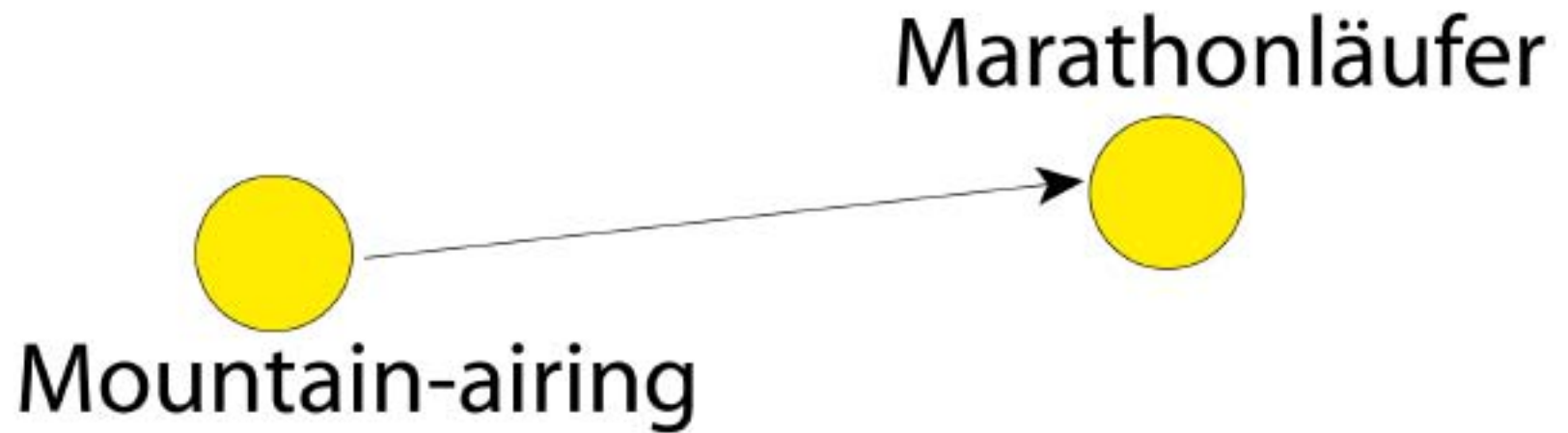
- Seit Jahren ist das Höhentraining eine Domäne und das Geheimnis großer Leistungen vieler Spitzensportler.
- MountainAiring bietet nun auch die Möglichkeit für Amateure und Freizeitläufer die positiven Auswirkungen eines Höhentraining zu nutzen.
- Eindeutig erzielbare Ergebnisse sind beispielsweise; *Kontrollierte Steigerung der Leistungsfähigkeit, Optimale Vorbereitung auf den nächsten Marathon, Verbesserung der Kondition, Beseitigung der oxidativen Stressfaktoren, Optimale Fettverbrennung, Stärkung des Immunsystem, Bekämpfung der freien Radikale*

Info & Buchung

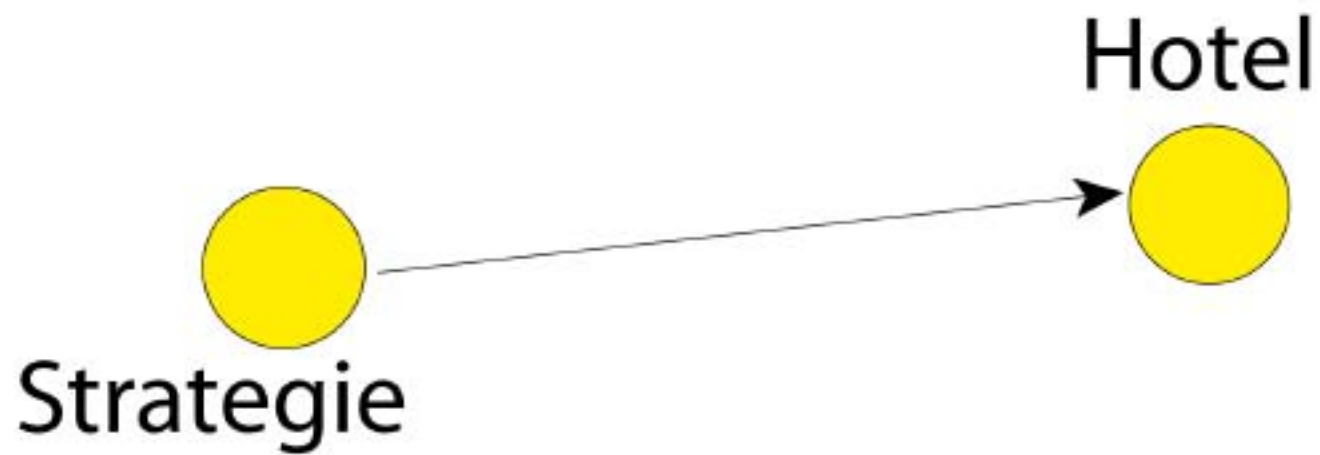
Infotel.: +43(0)5444/5425

>> jetzt ONLINE BUCHEN





>> 30.000 Kunden!



>> Zwingender Nutzen

Ihre Zielgruppe?



Ihre Spitzenleistung?

>> Vollaustattung!

Was war das Erfolgsrezept?

- > Sie haben strategisch gedacht...
- > ... sich auf eine ZG beschränkt
- > ... und sich auf ein Kunden-Problem oder Bedürfnis konzentriert.

Je mehr Kundenprobleme, desto besser!

Weitere Erfolgsbeispiele:

- > Rational Backöfen
- > Winterhalter Spülmaschinen
- > metro Einkaufszentren Schweiz
- > Kärcher Hochdruckreiniger

Erfolgs-Ideen für Sie:

- > Hundebesitzer
- > Rückenprobleme
- > Ernährungs-/Verdauungsprobleme
- > Sehnsucht nach totaler Ruhe
- > Stressprobleme
- > Bewegungsmangel.

Zusammenfassung:

Konzentrieren Sie Ihre Kräfte auf das brennendste Problem einer genau eingegrenzten Zielgruppe.

Hotel-Erfolg souverän aussteuern:

1. Strategische Kompetenz verbessern.
2. Stärken zu Spitzenleistungen ausbauen.
3. Den Idealgast „modellieren“.
4. Kundenwünsche erfragen.
5. Innovationen entwickeln.
6. Zwingenden Nutzen bieten (USP).
7. Nutzen attraktiv kommunizieren.

Zur Vertiefung:

- > Buch: „Das neue Einmaleins der Erfolgsstrategie“



- > Buch: „Positionierung“

- > www.strategie.net (Strategieforum)

LINGG HOTELSTRATEGIE

Hotel-Erfolg souverän aussteuern

Dornbirn | Tel. +43 (0)5572-386810 | info@hubert-lingg.de