

Hotelpositionierung
neu denken.
Die Grundlage für
exzellentes Marketing

SEEL. ALS KREATIV- UND UMSETZUNGSPARTNER



Text: Jens Schlangenotto
Chief Service Office & Partner by seel

Sowohl über Positionierungsstrategien als auch über kreatives Marketing wurde bereits viel geschrieben und gesagt. Wir müssten uns eher fragen, wozu es dazu noch weitere Ausführungen benötigt. Doch was wir aktuell mehr denn je zu berücksichtigen haben, ist das sich verändernde Konsumentenverhalten.

In Ihrem Fall der Gast der Zukunft.

Vielleicht auch bereits heute schon gehen Anbieter gehobener Dienstleistungen sowie luxuriöser Hotelobjekte partiell darauf ein, was in Zukunft zur Erfüllung exklusiver Ansprüche unabdingbar sein wird. Der Gast steht im Zentrum, doch das Objekt ebenfalls.

Wir betrachten also weniger isoliert einzelne Elemente der Positionierung, sondern widmen uns einem Gesamtbild, das sowohl den Gast, Ihr Objekt, als auch die Historie sowie die Attribute des Angebotes berücksichtigt. Wir könnten also sagen, wir gehen holistisch oder ganzheitlich vor, doch was wir am Ende meinen ist eine Denkweise, die keinem "alten Muster" folgt.

Wenig bis unauthentisch.

Was dabei rauskommt, wenn wir im Marketing oder bereits in der Positionierung auch nur einen Teil des seel.-Prozesses beiseite lassen, wird als unauthentisch bezeichnet.

Wir nähern uns also von diversen Seiten auf den Kern dessen, was wir als die Aura eines Objektes bezeichnen und in diesem Sweetspot aus den Teilbereichen unseres Wirkens entsteht ein spürbares Wohlbefinden Ihres Gasts. Denn er soll wiederkommen. Nicht nur das. Er soll über Ihr Angebot sprechen.

Es zu einer Ikone werden lassen. Machen wir uns auf den Weg, ein Markenimage zu kreieren, welches seinesgleichen sucht.

Um diesen Zustand zu erreichen, gilt es, eine gewisse Vorarbeit zu leisten. Und um diese geht es bei seel. Wir analysieren, planen, organisieren und kreieren gemeinsam mit Ihnen. Denn ein Objekt braucht Herz. Oder eine DNA. Ihre DNA.

VISION

Wir wollen wissen, wohin wir wollen. Ist uns dies nicht klar, wird es auch dem späteren Gast unklar erscheinen, warum er wiederkehren soll. Sicher waren Sie bereits mal in einem Hotel, wo sie sofort gespürt haben "hier ist etwas komplett anders". In der Regel sind das jene Angebote, wo es eine klare Vision gibt. Und sie gibt es nicht nur, sie kennt auch jede/-r Angestellte und lebt diese Vision.

PERSÖNLICHKEIT

In der Persönlichkeit geht es primär darum, wie wir kommunizieren. Welche Tonlage wir gegenüber unseren Gästen bereits in der Werbung, im Social Media-Bereich, in Newslettern und insgesamt überall anschlagen. Das gilt für extern genauso wie für intern. Starke Marken haben klare Regeln und genauso haben starke Hotelmarken eine klare Kommunikation. Sie sind fast schon bereits am Text erkennbar. Auch hier gilt es wieder, eine unvergleichliche, sich abgrenzende Kommunikation aufzubauen, die für die zukünftigen Gäste ausreichend Punkte zum Andocken mit sich bringt.

WERTE

Unsere und die Wirkung von Marken insgesamt erhöht sich dramatisch im positiven Sinne, wenn wir auf Basis unserer echten Werte agieren. Werte sind etwas, was wir herauskitzeln aus Ihnen, wir erfinden sie nicht. Hier unterscheiden wir uns von herkömmlichen Methoden. Unsere Philosophie basiert auf echten nachvollziehbaren Werten, die wir durchgängig in jede Form der Kommunikation einbeziehen. Denn Werte sind es am Ende, zu denen sich teils bewusst, teils unbewusst, Ihre Gäste hingezogen fühlen. Sie kommen wieder, weil sie Ihr Konzept als stimmig empfinden. Und das ist unser Ziel. Es ist spürbar, woran wir gemeinsam glauben. Sie, Ihre Gäste und wir. seel.

KOMPETENZEN

Wir wollen uns nicht überschätzen, doch werden wir auch nicht tiefstapeln. Wir wollen klar ausfindig machen, was wir am besten können und warum die Gäste kommen und wiederkommen sollen. Wir praktizieren das Gegenteil von “jack of all trades”. Wir sprechen nicht jede und jeden an, doch für das geplante Projekt eben genau die richtigen Menschen. Für die sind wir “der” Anbieter. Wir zeigen und leben im Außen genau das, was wir im Innen so sehr lieben. Unsere bzw. Ihre Einzigartigkeit und Ihre Spezialisierung.

Diese vier Schlagworte machen gepaart mit unserer Kreativität und Fähigkeit, Markenimages aufzubauen, das Werk zu einem Gesamtkunstwerk. Individuell und einzigartig. Denn es braucht nicht noch mehr vom Selben, sondern Originalität und Authentizität.

Alle diese in der Basis erarbeiteten und entwickelten Merkmale - oder Attribute wie wir sie nennen - stellen die Handlungsleitlinien für unser Tun für Sie dar. Nur auf einer soliden und gründlich geplanten Basis kann ein Erfolg langfristig entstehen.

Unser Ziel ist es, Ihr Markenimage aufzubauen. Und dieses auf Basis einer klar umrissenen Markenidentität.

#nachhaltigeimagepflege
#authentischemarkenfindung
#werteimgastgewerbe
#exkellenteshotelmarketing

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.
js-seel@ef-es.com

seel SUPERIOR
EXPERIENCES.
EXCEPTIONAL
LIFESTYLES.