

Einführung eines Punktesystems zur Stammgastgewinnung

Zusammenfassung

In der Studienarbeit haben wir uns mit der Bindung von Gästen an die Michels-Hotelgruppe beschäftigt. Unser Augenmerk lag auf der Verbesserung der Stammgastgewinnung. Wir empfehlen der Michels-Hotelgruppe eine Staffelung der Stammkunden, welche mit einem Punktesystem von Smart Loyalty umgesetzt werden kann.

Es gibt drei verschiedene Staffellungen: Jungmatrose, Matrose und Kapitän. Die Gäste sammeln Punkte und steigen dadurch in ihrem Status. Für eine Übernachtung bekommt der Gast einen Taler und für 100 Euro Umsatz im Hotel gibt es ebenfalls einen Taler. Es werden somit auch die Gäste berücksichtigt, die öfters im Jahr zu Besuch sind, aber weniger Umsatz machen.

Bei einer Kooperation mit Smart Loyalty empfehlen wir die Variante von EcoWeb mit der QR-Code Variation. Smart Loyalty bietet auch Chipkarten. Da diese aber erst personalisiert und fertiggestellt werden müssen, schlagen wir die QR-Code-Variante vor. Dadurch fallen die personalisierten Einprägungen auf der Karte weg, was wiederum für die Michels-Hotelgruppe günstiger ist.

Wir empfehlen eine neutrale Gestaltung der Kundenkarte. In unserem Beispiel steht der Name einheitlich auf allen Kundenkarten "Superior", egal welcher Status der Gast hat, dadurch kommt es zu keinerlei Benachteiligung in der Staffelung.

Wir würden der Michels-Hotelgruppe empfehlen, sich für eine Einführung der Punktekarte zu entscheiden, denn das Unternehmen kann so eine neue Beziehung zum Gast aufbauen. Durch Rabatte in den einzelnen Staffellungen ist es möglich, neue Gäste längerfristig an sich zu binden. Aufgrund der Internetpräsentation und des ausgezeichneten Angebotes, empfehlen wir der Michels-Hotelgruppe mit Smart Loyalty zu kooperieren.