

Session 2: Digitalisierung und Gasterlebnis in Corona-Zeiten

Moderatorin: Gabriele Bryant

Fragestellung:

Was braucht es im Hotel, damit wir einerseits «contactless» arbeiten, dem Gast aber andererseits ein persönliches Gasterlebnis bieten können?

Speisekarten

- Wir haben im Restaurant mittags keine physische Speisekarte mehr, sondern bieten dem Gast die Visitapp. Über die kann er die Karte anschauen, aber nicht bestellen.
Abends haben wir weiterhin eine Speisekarte, denn dann ist den Gästen ein gediegener Service wichtig.
- Wir bieten eine digitale Karte via QR-Code und eine normale Karte – wie der Gast möchte.
- Wir haben unsere Karten plastifiziert, sodass sie abwaschbar und desinfizierbar sind.
- Wir arbeiten mit Lightspeed, das bietet Schnittstellen ins PMS.

Wichtig für digitale Kartenlösungen:

- Auch digitale Speisekarten können und sollten schön sein.
- Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten
- Übersichtliches Backend.
- Kein App-Download nötig für Gäste, sondern webbasiert.

Gästeverhalten

- Gästeanmeldung: Bei uns können die Gäste im Restaurant ihre Infos digital abgeben oder einen Papierzettel ausfüllen.
Das machen aber immer weniger Gäste.
- Generell sind die Gäste immer weniger vorsichtig. Das Verständnis für Massnahmen nimmt ab und wir müssen immer mehr erklären.
- Wir haben Plexiglas z.B. an der Reception, aber die Leute umgehen das ganz einfach und stellen sich daneben.

Gästeinfos und Reservierungsmöglichkeiten vor Ort

- Wir haben schon länger die Broschüren aus den Zimmern genommen und mit Suitepads ersetzt. Kein Gast hat reklamiert, weil es nun keine Papier-Mappe mehr gab.
Die Suitepads werden von den Gästen zur Information genutzt, aber nicht für Kommunikation mit dem Hotel oder für die Reservierung von Tischen o.ä.
Das heisst die von Suitepad beworbene Möglichkeit, über Angebote vor Ort das Ganze zu refinanzieren, funktioniert für uns nicht.
- Suitepads werden allgemein oft wieder abgeschafft, da sie zu wenig genutzt werden. Gäste wollen lieber ihr eigenes Smartphone benutzen und zum Beispiel über einen QR Code Infos abrufen.
- Wir haben 4 Restaurants plus weitere Angebote und nutzen aktuell Gastfreund als Alternative zu Suitepad. Da ist kein Download nötig. Wir werden damit aber auch wieder aufhören, da es für uns ein zu grosser Aufwand ist, auf einem weiteren Kanal alle Daten zu pflegen.
- Die Tische werden auch über die Webseite reserviert.
- Wir haben auch Dienste wie Bookatable, Quandoo, etc. genutzt, aber das kostet Kommission pro Reservierung.
- Und bei Lunchgate weiss niemand, wo die Daten hingehen...
- Und Gastronovi ist im grossen Stil gehacked worden...

QR Codes

- QR Codes erleben ein Revival dank Corona.
- Es gibt trotzdem noch viele Gäste, die das nicht kennen oder damit nicht zurechtkommen.

Online Checkin

- Wir haben seit Corona 20% Online-Checkin, verglichen mit 10% im letzten Jahr.
- Online Checkin spart Personalkosten vor allem nachts an der Reception.
- Online Checkin nimmt generell zu, ist ja auch für den Gast einfacher.
- Auch für ältere Gäste?
- Bei uns machen mittlerweile 80% der Gäste einen Online Checkin, das hat aber Erklärungen gebraucht.
- Wir haben im April und Mai einen telefonischen Vor-Checkin mit unseren Gästen durchgeführt.

Roomkey auf dem Smartphone

- Das mit dem Roomkey auf dem Handy ist unpraktisch. Was ist denn, wenn die Gäste in die Sauna gehen und ihr Handy nicht mitnehmen – dann brauchen sie doch wieder einen richtigen Schlüssel.

Fazit

Die Digitalisierung bietet viele Möglichkeiten, aber brauchen wir diese? Wir wollen auch den Kontakt zum Gast nicht verlieren. Grade im traditionellen und/oder high end Bereich ist der Kontakt wichtig und da will der Gast von Menschen betreut werden und einen grossen Schlüssel in der Hand haben statt sein eigenes Handy. Jedes Hotel muss die Möglichkeiten der Digitalisierung für sich ausloten.

Links

<https://www.visitapps.com/>

<https://resto-support.lightspeedhq.com/hc/en-us>

<https://netzpolitik.org/2020/covid-19-ccc-hackt-corona-kontaktlisten-aus-beliebter-restaurantsoftware/>

Exkurs: Chatbots

Anmerkung von Gabriele Bryant: In der Vorbereitung des Camps habe ich zum Thema Digitalisierung/Chatbots Infos zum Einsatz im Hotel Allegra gesammelt. Bettina Pereira und ihr Team von Welcome Hotels Schweiz haben super freundlichen Input gesendet, den ich Euch nicht vorenthalten will – auch wenn das Thema in der Session nicht explizit diskutiert wurde.

Chatbot-Erfahrungen Hotel Allegra

Was hat Euch dazu bewogen, im Allegra einen Chatbot auszuprobieren?

- Wir hatten uns schon vor der Corona-Krise dazu entschieden, den nächsten Schritt in der Digitalisierungsstrategie umzusetzen und mit einem Chatbot auf unseren Hotelwebsites einen neuen Kommunikationskanal zu öffnen.

• Wie lange läuft das Ganze schon?

- Im Herbst 2019 haben wir mit der Evaluation von verschiedenen Anbietern begonnen und konnten unseren ersten Chatbot auf der Website vom Hotel Allegra Lodge Anfang 2020 in Betrieb nehmen. Das Ziel ist es, dass bis Ende des Jahres alle unsere Hotels mit einem Chatbot ausgestattet sind.

• Was hat es an Vorbereitungs- und Implementierungsaufwand gebraucht?

- Der Vorbereitungs- und Implementierungsaufwand für uns hält sich in Grenzen. Um den Bot zu programmieren ist es nötig, Informationen zu ca. 50-60 FAQ's zusammenzutragen. Aus diesen Inputs werden anschliessend Texte von unserem Partner DialogShift formuliert. Um das Widget auf der Website einzubinden, muss lediglich ein Code Snippet über den GTM auf der Website implementiert werden.

• Welcher Chatbot ist es, von welcher Firma und arbeitet er mit künstlicher Intelligenz oder rein auf Vorprogrammierung?

- Wir haben uns für den Chatbot der Firma DialogShift entschieden. Die Chatbots basieren auf Machine Learning. Für die Spracherkennung wird auf die KI von Google zurückgegriffen, das in dem Bereich momentan das beste System hat. Die Sprachverarbeitung erfolgt im eigenen Dialog Manager von Dialogshift, der grösstenteils regelbasiert funktioniert.

• Was sind Eure Erfahrungen mit dem Chatbot, mit der Firma?

- Bis anhin sind die Erfahrungen mit unseren Chatbots äusserst positiv! Wir sehen einen positiven Einfluss des Bots auf die Conversion Rate unserer Website und der Bot ist in der Lage, ca. 60 % aller Anfragen im Chat autonom zu beantworten.
Dialogshift als Partner können wir nur empfehlen. Kompetent, zukunftsorientiert und immer da, wenn doch mal Hilfe benötigt wird.

• Was sagen Eure Gäste?

- Bisher ist uns kein negatives Feedback zu Ohren gekommen. Beim Öffnen des Chat-Widgets auf der Website werden Websitebesuchende transparent darauf hingewiesen, dass Sie mit einem Bot interagieren.

· **Würdet Ihr es wieder machen oder was sind Eure nächsten Weiterentwicklungsschritte- oder Digitalisierungsschritte?**

- Ja, wir würden es wieder machen. Weiterentwicklungsschritte innerhalb unserer Chatbots gehen in Richtung von Conversational Commerce, sodass auch der Verkauf von Zusatzleistungen direkt über den Bot und ohne Interaktion von der Reception abgewickelt werden kann. In Sachen Digitalisierung liegt unser Fokus auf der Optimierung von bereits vorhandener Software sowie weitere Automatisierung von Geschäftsprozessen.

· **Was sollten andere Hotels noch dazu wissen?**

- Auch für die Reception ist das Handling des Bots sehr nutzerfreundlich. Wenn der Livechat mit der Reception ausgelöst wird und gerade niemand antworten kann, fragt der Bot die E-Mail Adresse des Websitenutzers ab, welche in den meisten Fällen auch angegeben wird. Dadurch hat das FO Spielraum im Beantworten der Anfragen und kann auch später offene Fragen von potentiellen Gästen beantworten.