



Mit Strategic Design zum Erfolg

Beim Strategic Design stehen **Gästezentrierung** sowie Offenheit, Kreativität und Agilität im Fokus.

Der Beruf der Hotelière und des Hoteliers ist eine auf Menschen fokussierte und deshalb sehr anspruchsvolle Aufgabe. Es sind die Bedürfnisse der Mitarbeitenden, Gäste und Partnerunternehmen, die wir kennen müssen. Während meiner langjährigen Tätigkeit als Direktorin von 3-, 4- und 5-Sterne-Häusern im In- und Ausland habe ich all die Facetten dieser Branche kennen und lieben gelernt.

Seit 2014 berate ich Hotels, Hotelkooperationen und Tourismusorganisationen im Dienstleistungssektor zu den Themen Innovation, Vision & Strategie sowie Sales & Marketing. Dabei nehmen wir sowohl unsere Kundinnen und Kunden als auch deren Hotelgäste mit auf den Weg, damit sie sich selbst, ihren Betrieb und das Gästeverhalten mit allen Aspekten beobachten lernen und die Gästezentrierung in den Fokus stellen.

Design Thinking ist ein Begriff, der von der Kreativbranche abgekupfert worden ist. Designer befolgen in ihrer Arbeit intuitive Prozesse. Dies tun sie mit ausgewählten Methoden für die konsequente Nutzerzentrierung bei der Entwicklung von Produkten, Prozessen und Geschäftsmodellen.

Zu Beginn betrachten wir das Objekt – in unserem Fall das Hotel – aus einer Aussenperspektive. Dabei beginnen wir, die Ausgangslage und den Ist-Zustand zu verstehen. Wir beobachten und analysieren die Gästebedürfnisse, damit wir in einem weiteren Schritt unsere aktuelle Situation festhalten können. Was wünscht sich der Gast für seinen Aufenthalt in unserem Hotel? Aus den Erkenntnissen bilden wir ein Gesamtbild und entwickeln eine starke Positionierung.

Erst wenn wir die Gästebedürfnisse genau kennen, lassen wir die Ideen sprudeln. Der Designer skizziert in diesem Moment verschiedene Ansätze und entwickelt Prototypen, wie unser Angebot, unser Produkt aussehen könnte.

Gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden bewerten wir die Ideen auf Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit. Diese Auseinandersetzung ist wichtig, denn jetzt definieren wir die strategischen Stossrichtungen für das Hotel. Es folgt die Erarbeitung der Roadmap, in der wir Massnahmen wie Angebotsentwicklung, Kooperationen, Sales & Marketing, Timeline und Kosten festhalten.

Denkweise und Vorgehen von Design Thinking, die konsequente Haltung, Aufträge jeweils aus der Kunden- und Gästeperspektive anzugehen, begleiten mich als Coach und Enablerin im Alltag. Die Hoteliären und Hoteliers schätzen diesen Prozess, weil er nachvollziehbar und überzeugend ist und die Grundlagen unserer Lösungen klar den Bedürfnissen der Hotels und ihrer Gäste entsprechen.