



Nicoletta Müller
 Founder und Geschäftsführerin
 Nicoletta Müller Innovation,
 Sales & Marketing GmbH

nicolettamueller.ch

Dieser Fachartikel ist
 in Zusammenarbeit mit
 Nicoletta Müller entstanden.

HOTELOPOLY

Spielerisch zum Marketingplan



Mit Hilfe eines physischen Holzspielbretts mit einer eingravierten Matrix und dem Einsatz von verschiedenen Bausteinen wird die Strategie greifbar.

Das innovative Tool **Hotelopoly** macht die Planung von Sales- und Marketingmassnahmen für das ganze Team erlebbar – interaktiv, wirkungsvoll und zielgerichtet.

Was sich utopisch anhört, hat Nicoletta Müller schon während der letzten Jahre beschäftigt. Die Frage, wie Berater gemeinsam mit Hotelierinnen und Hoteliers Prozesse so entwickeln können, dass sie für alle verständlich und greifbar sind. Gerade in der Hotellerie kommen die Menschen aus ganz unterschiedlichen Ecken, was Ausbildung, Kultur, Sprache und Herkunft betrifft. Mit dem neuen analogen Tool Hotelopoly kann das Team gemeinsam die Planung von Sales- und Marketingaktivitäten visuell und im wahrsten Sinne des Wortes (be)greifbar erarbeiten.

Inspiziert von der Kreativbranche

Im Rahmen der MAS-Weiterbildung Strategic Design an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) war der Weg frei für Lösungen zu dieser

immer wiederkehrenden Frage: Wie schaffen es Beratungsunternehmen und Hotelverantwortliche, die Jahresplanung mit Zielen und Massnahmen für das Hotel younameit innert nützlicher Frist zu erstellen?

Inspiziert von der intuitiven Vorgehensweise in der Kreativbranche ist Hotelopoly entstanden. Es ermöglicht auf spielerische Art und Weise, gemeinsam mit den Strategie- und Marketingverantwortlichen wirksame Sales- und Marketingmassnahmen für das Hotel younameit zu bestimmen. Dabei werden drei Dimensionen berücksichtigt: Erstens die Ziele wie Umsatz, Reichweite, Bekanntheitsgrad usw., die erreicht werden sollen. Zweitens stellt sich die Frage, ob die Massnahmen zu einem kurzfristigen oder langfristigen Erfolg führen. Drittens geht es um den Einsatz der Ressourcen und deren Wirksamkeit. Wie greifen die Massnahmen, wie stark verfolgen sie die Ziele? Mit Hilfe von Hotelopoly, einem physischen Holzspielbrett mit eingravierter Matrix und dem Einsatz von verschiedenen Bausteinen (Plättchen, Zylinder usw.), werden die drei Dimensionen visualisiert, physisch greifbar und leicht verständlich.

Voraussetzung für den Start mit Hotelopoly ist die vorher erarbeitete Strategie mit Zielgruppen und Märkten. Die Teilnehmenden betrachten das Hotel gemeinsam aus einer externen, neutralen Perspektive, damit alle die Ist-Situation zunächst aus der Perspektive eines Gastes verstehen. So entsteht die Kenntnis für die tatsächlichen

Gästebedürfnisse. Diese werden dann unter Berücksichtigung aktueller und zukünftiger Trends analysiert. Das Resultat ist ein Stärken- und Chancenprofil für den Betrieb, aus dem die strategischen Stossrichtungen abgeleitet werden.

Nun folgt der Einsatz von Hotelopoly. Es lassen sich die Ziele für die kommende Zeitperiode festlegen und die dafür notwendigen Aktivitäten dreidimensional darstellen. Alle können auf einen Blick sehen, was zu lang- oder kurzfristigem Erfolg führt (long term und quick wins). Ebenso lassen sich die personellen und finanziellen Ressourcen darstellen. Anhand des gemeinsam erschaffenen Hotelopoly sehen alle den Aufwand bzw. Einsatz (x-Achse) und das Timing (y-Achse). Die dritte Dimension (z-Achse) zeigt schliesslich, wie stark die Massnahme zur Zielerreichung beiträgt.

Auf Hotelopoly folgt die Erstellung des Grobbudgets mit Umsetzungs- und Zeitplanung. All diese Arbeiten werden im Rahmen eines halb- bis ganztägigen Workshops durchgeführt. Das gemeinsam erarbeitete Ergebnis von Hotelopoly bildet die Grundlage für die detaillierte Roadmap aller Sales- und Marketingaktivitäten. Sie beschreibt schliesslich die Aufgaben und deren Umfang für das Hotel younameit.

So geht Hotelopoly

Neben dem Spielbrett liegen die bunten Bausteine mit den eingravierten Zielen sowie Sales- und Marketingaktivitäten. Das gemeinsame Defini-

ren von Zielen und das Besprechen der Aktivitäten führen zu einem übereinstimmenden Verständnis der möglichen Sales- und Marketingmassnahmen. Die Diskussion führt zu Entscheidungen über deren Art und Einsatz.

Hotelopoly spielen

Es folgt der sorgfältige Umgang mit den Bausteinen, begleitet von einer intensiven Diskussion über die Auswirkungen, die eine Platzierung haben kann. Diese Erkenntnisse, die auf dem Spielbrett für alle sichtbar und greifbar sind, führen schliesslich zur Definition wirksamer Sales- und Marketingmassnahmen für das Hotel younameit.

Für die Durchführung von Hotelopoly braucht es eine Moderation. Im Idealfall ist dies eine fachkundige und erfahrene Person aus den Bereichen Sales und Marketing, Beratung sowie Coaching mit Hotelbezug. Diese entwickelt gemeinsam mit dem verantwortlichen Team im Hotel younameit auf Basis von Hotelopoly wirksame Verkaufs- und Marketingmassnahmen.

«Spannend fanden wir die verschiedenen Szenarien, die wir durchgespielt haben. So gelangten wir zu einer optimalen Lösung», so Verena Kern, Direktorin der Sinn und Gewinn Hotels in Zürich. Sie hat zusammen mit ihrem Team Hotelopoly getestet. Das Foto des finalen Hotelopoly-Resultats dient als Protokoll des Workshops und als Grundlage für die Umsetzungsplanung.