

Mystery Guesting

Interesse am Gast zahlt sich aus, so die Marktforscher von Whitebox. Und: Vertrauen ist gut, Kontrolle besser.

WIEN. Die heimische Hotellerie und Gastronomie sieht sich mit immer größeren Anforderungen konfrontiert, zeigt eine aktuelle Online-Befragung des Linzer Marktforschers Whitebox mit 800 Teilnehmern. Websites von Hoteliers und Gastronomen sowie Bewertungen auf Buchungsplattformen im Internet dienen heutzutage potenziellen Gästen und Urlaubern als Informationsquelle. Gleichzeitig droht damit auch der Worst-Case für jeden Hotelier: Wenn nämlich Beschwerden im Netz gepostet und geteilt werden. Die gute Nachricht sei, dass es sehr wohl eine Möglichkeit gibt, den Kundenbedürfnissen einen Schritt voraus zu sein: Der entscheidende Faktor ist die Servicequalität, heißt es seitens der Marktforscher.

Fokus auf Qualität

Whitebox beschäftigt sich seit über 15 Jahren mit der Erhebung und Sicherstellung von Servicequalität und Gästezufriedenheit unter Einsatz der Methode des sogenannten Mystery Guestings: Anonyme Testgäste nehmen dabei – vom Erstkontakt bis zum Verlassen des Betriebs – alles genauestens



© Whitebox/David Kössel

unter die Lupe. Die Testkunden sind „ganz normale“ Gäste, lassen sich beraten, konsumieren, informieren sich und beobach-

ten dabei sehr genau. Anhand strukturierter Fragebögen und umfangreicher Erlebnisberichte werden diese Beobachtungen

”

Denken Sie daran, dass es keine zweite Chance für den ersten Eindruck gibt.

Daniela Höllerbauer
Geschäftsführerin
Whitebox

“

detailliert festgehalten – als „effektivster Weg, um ein authentisches und vor allem objektives Feedback einzuholen“. Stärken und Schwachstellen werden somit sofort identifiziert, woraus dann auch die Maßnahmen für Hoteliers und Gastronomen ableitbar sind.

„Nehmen Sie sich Zeit“

„Als wichtige Erkenntnis unserer Mystery Guestings können wir vor allem eines weitergeben“ empfiehlt Daniela Höllerbauer, Geschäftsführerin von Whitebox: „Nehmen Sie sich Zeit für Ihren Gast!“ Jeder Gast wolle herzlich begrüßt, individuell und aufrichtig beraten und persönlich betreut werden. Höllerbauer: „Theoretisch ist dies selbstverständlich, in der Praxis sieht es oft anders aus. Sobald jemand Ihren Betrieb betritt, ist er Ihr Gast. Eine herzliche, persönliche und aufmerksame Begrüßung ist in dieser Situation das Um und Auf.“ Es gebe nun einmal „keine zweite Chance für den ersten Eindruck“. (red)

Cooler Auftritt auf der „Alles für den Gast“

Auch Froneri Austria präsentiert sich auf der Salzburger Fachmesse.

SALZBURG. Der Speiseeis- und Tiefkühlbackwaren-Spezialist Froneri präsentiert sich auf der Alles für den Gast auf insgesamt 130 m². Die Besucher erwarten Produktinnovationen, Sortimentserweiterungen, eine Live-Show von Möwenpick sowie eine Schaubäckerei von Schöller Backwaren. Auch der neue Webshop www.froneri-shop.at wird erstmals hier vorgestellt.

Top Side-Event der „Alles für den Gast“ ist die „Gastro Premium Night“ am 12. November in der Panzerhalle in Salzburg; Froneri sponsert diesen B2B-Branchenevent mit coolen Eis-Drinks von Möwenpick.

Networking-Plattform

„Als besucherstärkste B2B-Fachmesse für die Gastronomie und Hotellerie im gesamten Alpe-Ad-

ria-Donau-Raum zählt die ‚Alles für den Gast‘ zu den wichtigsten Branchentreffs und Networking-Plattformen, um Froneri Austria im Bereich Backwaren und Eis als Qualitäts- und Trendinstanz zu positionieren“, so Froneri-Marketingleiterin Eva Nikendei über den Fachmessauftritt. Froneri Austria ist ein Joint Venture von Nestlé und dem britischen Unternehmen R&R. (red)



© Froneri

Froneris eisige Spezialitäten.