

E-Mail Mystery Guest Survey 2005

Alpine 3- und 4-Sterne Hotels aus der Schweiz (Wallis, Graubünden) und Österreich (Tirol, Kleinwalsertal) im Vergleich

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Roland Schegg* und Andreas Liebrich**

* Institut für Tourismus, HES-SO Wallis, Siders, roland.schegg@hevs.ch

** Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Zentralschweiz (HSW), Luzern, aliebrich@hsw.fhz.ch

Zielsetzungen

- Ziel der vorliegenden Studie war es zu klären, inwieweit Hotels (3* und 4*) in Österreich und Schweiz bereit respektive fähig sind, auf E-Mail-Anfragen professionell zu antworten.

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

- Die Studie hat sich auf vier Gebiete in den Alpen konzentriert: Wallis, Graubünden, Tirol, Kleinwalsertal.



- Analysiert wurden die Qualität bzw. die Reaktionszeit, sprich die Geschwindigkeit, mit der die Hotels die E-Mail Anfrage beantwortet haben.

Methodik (I)

-Anfragetest zweimal durchgeführt, einmal in Englisch und einmal in Deutsch.

- Die erste Anfrage in English der fiktiven Familie Pedersen (Dänemark) wurde am 28.2.2005 um zirka 8h als individuelle E-Mail an jedes einzelne Hotel geschickt.

- Die zweite inhaltlich identische Anfrage der Familie Meyn aus Hamburg wurde ein Woche später (7.3. 2005) gesandt.

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Methodik (II)

-Zweck des E-Mails war die Suche nach einem günstigen vor-Osterangebot für eine 4-köpfige Familie.



- In der Kundenanfrage waren explizit 3 Fragen gestellt worden: Hat das Hotel noch freie Zimmer? Was würde der Aufenthalt kosten? Wie weit sind die Skilifte entfernt?

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Die Anfrage

□Subject: ski holidays in your hotel
Ladies and Gentlemen,
Kindly receive this message as an inquiry for
a stay in your hotel (Tuesday-Saturday, March
22th 26th, 2005). We are a family with 2
children (6 and 14 year old).

Do you still have any available rooms at that
time of the year?

What price can you offer us?

How close are the ski-lifts by car?

Thank you for your efforts

Best regards,

Lars Pedersen

Copenhagen

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Stichprobe

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

		Stichprobe	Grösse (Anzahl Zimmer)		
Wallis (CH)	3 Sterne	25	34	Mitglieder hotelleriesuisse	
	4 Sterne	25			
	<i>Total</i>	50			
Graubünden (CH)	3 Sterne	25	47		
	4 Sterne	25			
	<i>Total</i>	50			
TOTAL (CH)		100	41		
Tirol (A)	3 Sterne	25	43		aus Tiscover Datenbank
	4 Sterne	25			
	<i>Total</i>	50			
Kleinwalsertal (A)	3 Sterne	29	28	Vollerhebung	
	4 Sterne	16			
	<i>Total</i>	45			
TOTAL (A)		95	36		
TOTAL CH+A		195	38		



Inhaltsanalyse: „responsiveness“

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

RESPONSIVENESS	Geschwindigkeit	Rücklauftrate
		Antwort innerhalb von 24h
		Antwort innerhalb von 4h
		Durchschnittl. Antwortzeit (in Stunden)
	Kundenfokus	Frage freie Zimmer beantwortet
		Frage Preis beantwortet
		Frage Skilift beantwortet
		Hotel ausgebucht, Alternativen vorgeschlagen?

Inhaltsanalyse: Qualität

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

QUALITÄT	Formale Aspekte (Kundenansprache)	korrekte Sprache	Anzahl Elemente im Addressblock (max=7)
		Kunde mit Namen angesprochen	
		Name des Kundens korrekt geschrieben	
		benutzt "Dear"	
		benutzt informelle Ansprachen (Hello, etc.)	
		Gast wird für Anfrage bedankt	
		Name des Absenders (Rezeptionist)	
	Name des Hotels		
	Adresse des Hotels		
	Telefonnummer des Hotels		
	Fax des Hotels		
	URL des Hotels		
	E-Mail des Hotels		
	Proaktives Handeln	Familienaspekte angesprochen	
		Destinationsaspekte angesprochen Link zu Website der Destination oder Hotel in Text	
	Technische Aspekte	Attachment	
		Attachment in E-Mail angekündigt	
		"Plain" Text	

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Die Antworten

Einige Beispiele: Worst Cases (I)

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ich würde gerne mit meiner Frau und unseren zwei Töchtern (8 und 10 Jahre) Ende März (vom Dienstag 22. bis Samstag 26.) ein paar Tage Skiurlaub in Ihrer Gegend machen. Hätten Sie noch freie Zimmer? **YA** Wenn ja, wie teuer käme uns der Aufenthalt bei Ihnen? Sind die Skilifte mit dem Auto schnell zu erreichen? **ca. 20km**

Mit bestem Dank für Ihre Bemühungen und freundlichen Grüßen

Thomas Meyn
D-20101 Hamburg



Die Antworten

Einige Beispiele: Worst Cases (II)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

```
Hallo,
```

```
20.3. - 31.3.05
```

```
no App, und no rooms frei ( OSTER- Ferien )
```

```
mfg
```

Minimalantwort:

Sorry no

Die Antworten

Einige Beispiele: Worst Cases (III)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Dear Mr. Pederson!

First of all we'd like to thank your daughter for recommending our hotel, and for your interest in spending your holidays at our place!

We are very sorry to tell you, that our house is fully booked out in the current season.

For a winterholiday we'd recommend to book the rooms one year before, there is no obligation, only to fix the reservation, please call or write us latest until oktober!

For this option we send you our price list (with special familiy offers) in addition!

With our best regards,

Dear Mr. Steiner,

We are interested in booking a place for our family in your hotel. My younger daughter with our friends stayed in your hotel two years ago. She enjoyed it so much that she said there is no other place but your hotel that she would like to go. That is why I decided to contact you again. We hope you will give us your very special offer for long lasting guests.

We would like to come for a week starting 19.02.2005 - till 26.02.2005.

Our family consists of two adults and two children (younger 14 and older 18).

Waiting for your favourite answer.

Sincerely

Die Antworten

Einige Beispiele: Worst Cases (IV)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

possible. Particularly popular is the hotel's excellent and award-winning à a carte restaurant. Miniature bathing terrain.

We asHallo and good day

we thank you for your request. In replay to your mail, to the haed-office - [REDACTED] Tourismus, we can inform you, that we have stil room for the period has been requestet, 12.02.2005 in / 19.02.2005 out, 7 nights.

For your stay at the [REDACTED] Hotel, we can offre you as follow, room/halfboard:

2 minuts from the cable-care. Transfer with the hotel shuttel.

1 Familiy-Apartment (Mansarde), 2 rooms with each 3 beth and our usulle comfort,|

CHF 430.- per day for your family, incl. halfboard.

Spacious and comfortable room, with balcony, bath/toilet, hairdryer, bath robes, radio, colour SAT TV, safe and Frigo-bar.

The rate includs service and taxes. Sauna, Jaccuzi, Steam-bath. The car parking in front of the hotelbulding is free of charge for house-guest.

Whether sporting ambitions, or just simply taking pleasure from nature and

Die Antworten

Einige Beispiele: Best Cases (I)

**-*WINTER - FERIENTAGE
IM NATURPARADIES KLEINWALSERTAL*-**

vom 22. März bis 26. März 2005

bei uns im APARTHOTEL KLEINWALSERTAL verbringen möchten!

Wir bedauern es Ihnen mitteilen zu müssen, dass wir Ihnen laut momentaner Buchungslage keine HOTEL- oder FERIENAPPARTEMENTS anbieten können.

Vielleicht fragen Sie in unseren Landhäusern Almrausch und Edelweiss nach, unter der Tel.-Nr.: +43/(0) 55 17/65 86 oder in unserem Wellnesshotel HAPPY AUSTRIA unter der Tel.-Nr.: +43/(0) 55 17/55 51.

Ansonsten wünschen wir für Ihre weitere Quartiersuche viel Glück und hoffen, dass Sie eine nette Unterkunft für Ihren Urlaub finden!

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Die Antworten

Einige Beispiele: Best Cases (II)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Please reconfirm us this offer to make a definitive reservation.

Sincerely

David Henderson

Hotel & Wintergartenrestaurant Larix

Das einzige Chalet-Hotel in Davos

7270 Davos Platz

Tel: +41 (0)81 413 11 88

Fax:+41 (0)81 413 33 49

hotel-larix@bluewin.ch

www.hotel-larix.ch

Möchten Sie über News und Sonderangebote informiert werden?!

Klicken Sie einfach auf den folgenden Link und senden Sie uns das e-mail, um
in unsere Mailingliste aufgenommen zu werden:

hotel-larix@bluewin.ch?subject=subscribe



Die Antworten

Einige Beispiele: Best Cases (III)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Sehr geehrte Familie Meyn,

herzlichen Dank für Ihre Anfrage von gestern Abend. Sie möchten Ihre Ferien in der herrlichen Tiroler Bergwelt verbringen?

Gerne machen wir Ihnen ein Angebot, für einen Urlaub im *Tauferberg*. Einen Urlaub mit viel Erholung, in familiärer Atmosphäre.

Unser Haus mit Nebenhaus wird als Familienbetrieb geführt und liegt auf einem sonnigen Hochplateau im mittleren Ötztal auf 1550m Seehöhe. Die Zimmer bzw. Appartements sind alle mit Dusche/WC, Balkon und Fernseher ausgestattet. Weiters stehen Ihnen Sauna, Solarium, TV-, Tischtennis- und ein Spielraum zur Verfügung.

Eine der schönsten Langlaufloipen Tirols (18 km Länge) mit Skatingspur führt direkt am Haus vorbei und zum Ski- bzw. Kinderlift sind es gerade einmal 100m (2 kleine Lifte - ideal für Kinder und Anfänger). Die größeren Schigebiete wie Ötz/Hochötz ist 15km und Sölden 30km von unserem Haus entfernt. 30km geräumte Winterwanderwege, beleuchtete Rodelbahnen, Schischulen und Schneeschuhwanderungen durch tief verschneite Wälder runden das Winterprogramm ab.

In der von Ihnen gewünschten Zeit können wir Ihnen eine Unterbringung im Nebenhaus anbieten. Der Halbpensionspreis (mit Frühstücksbuffet und Menüwahl beim Abendessen) beträgt € 42,-- + € 1,-- Ortstaxe pro Person und Tag. Übernachtung mit Frühstück kostet € 35,--. Für Ihr 8jähriges Kind erhalten Sie 30% und für das 10jährige 20% Ermäßigung.

Liebe Familie Meyn, wir würden uns freuen, Sie bei uns verwöhnen zu können.

Mit herzlichen Grüßen aus dem Ötztal

Familie Falkner
Tauferberg
A-6441 Niederthai 12
info@tauferberg.com

Weitere Informationen über unser Haus bzw. Angebot finden Sie auf unserer Homepage unter www.tauferberg.com

Erhält der Gast überhaupt eine Antwort...

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



vom Hotelier?

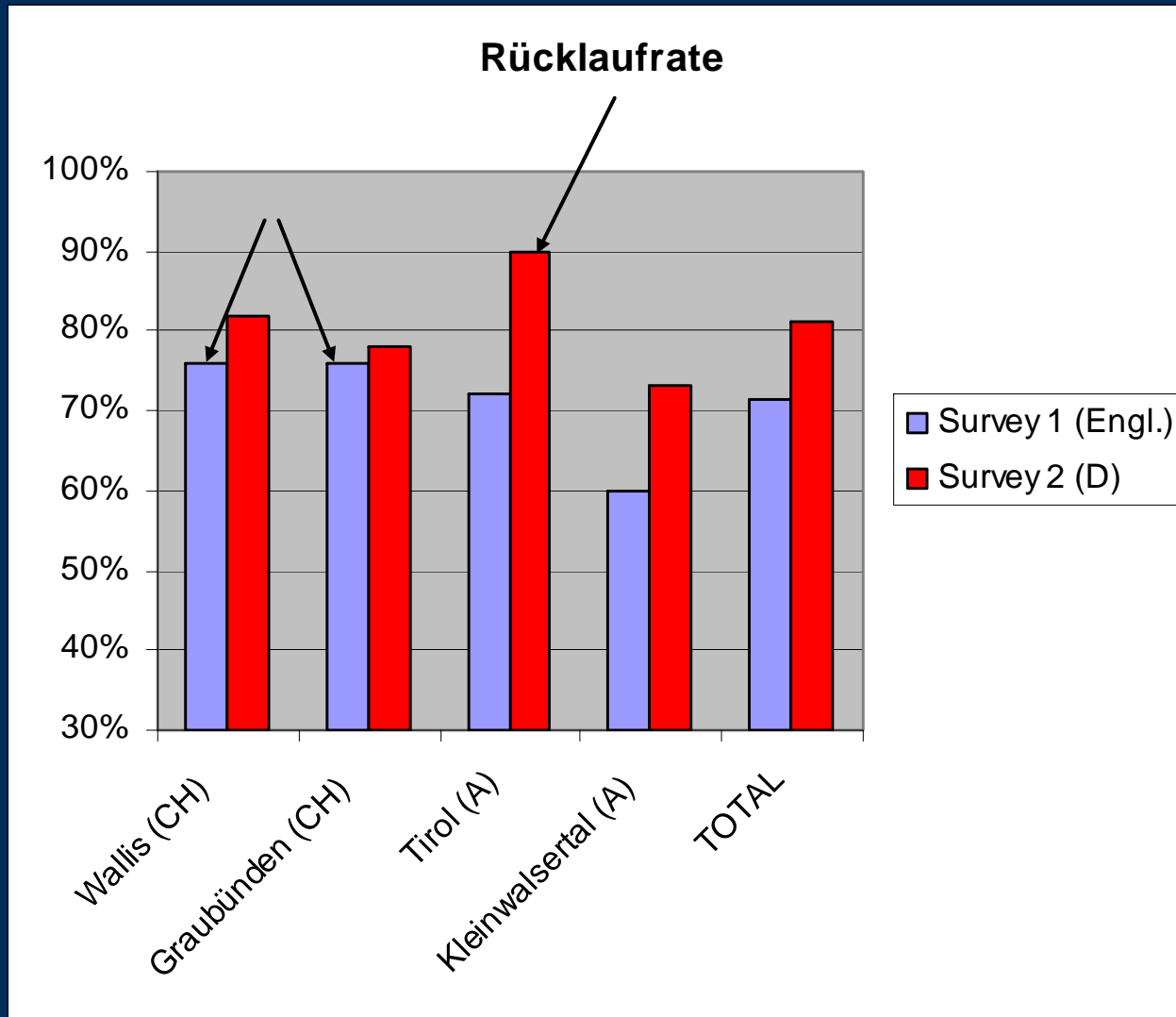


Antworten nach Region

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



- Bis zu 40%
antworten
NICHT!

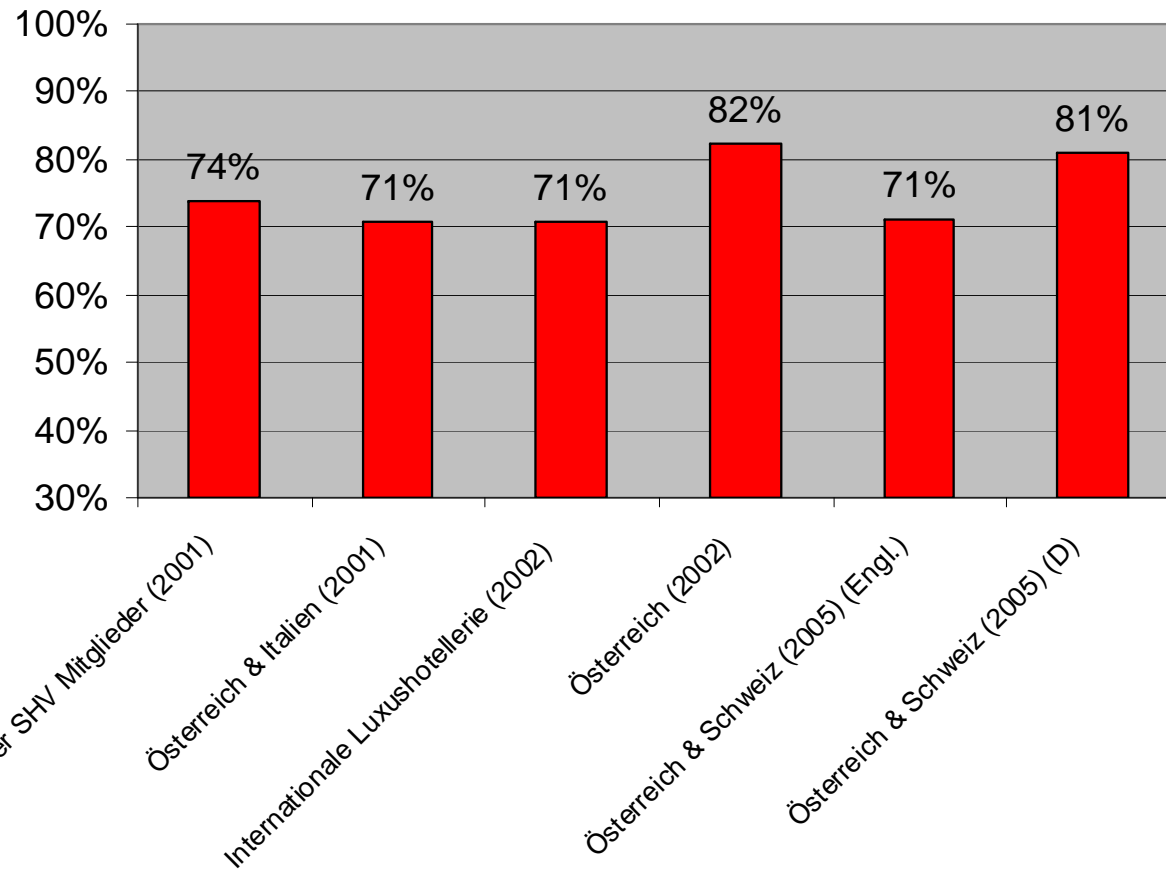


- Unterschied
zwischen Survey
1 und 2 (Sprach-
problem?)

- tiefe Raten für
Kleinwalsertal

Rücklaufzeiten: Vergleich

Rücklaufzeiten



- Gleich gut
(resp. schlecht)
wie vor 3
Jahren.

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Rücklaufzeiten: kombinierten Resultate beider Surveys

- **61% der Hotels haben beide Anfragen beantwortet**

- **30% haben eine von beiden
Anfragen beantwortet**

- **9% waren „immun“ und haben auf keine
der beiden Gästeanfragen reagiert**



Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Rücklaufzeiten: Fazit

Generelles Problem in Hotellerie?

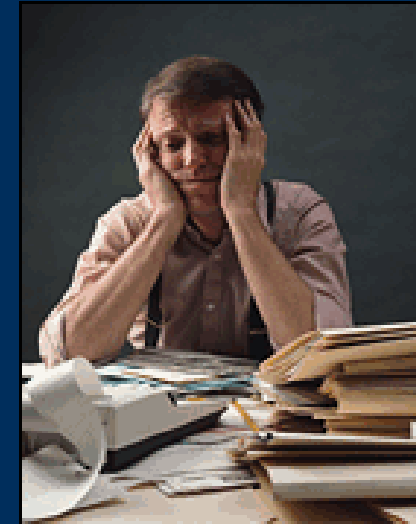
Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Mögliche Gründe:

- Arbeitsüberlastung
- Informationsüberflutung
- Kompetenzen des Personals (Sprache, IKT Know-How)
- ???

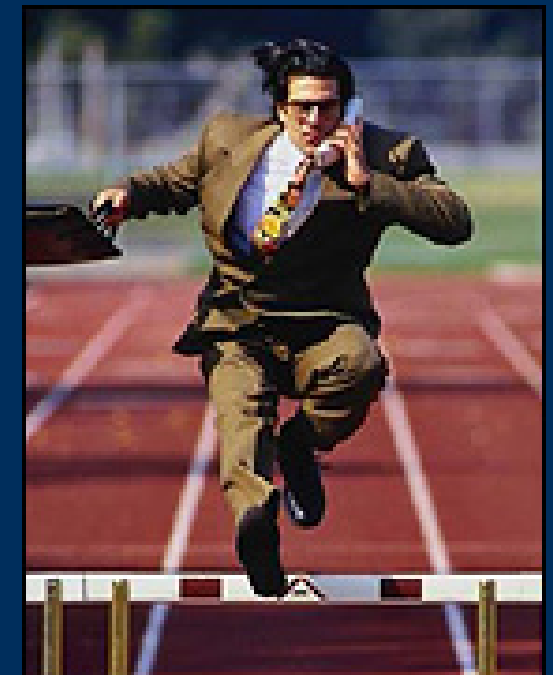


Wie schnell erhält der Gast überhaupt eine Antwort...

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

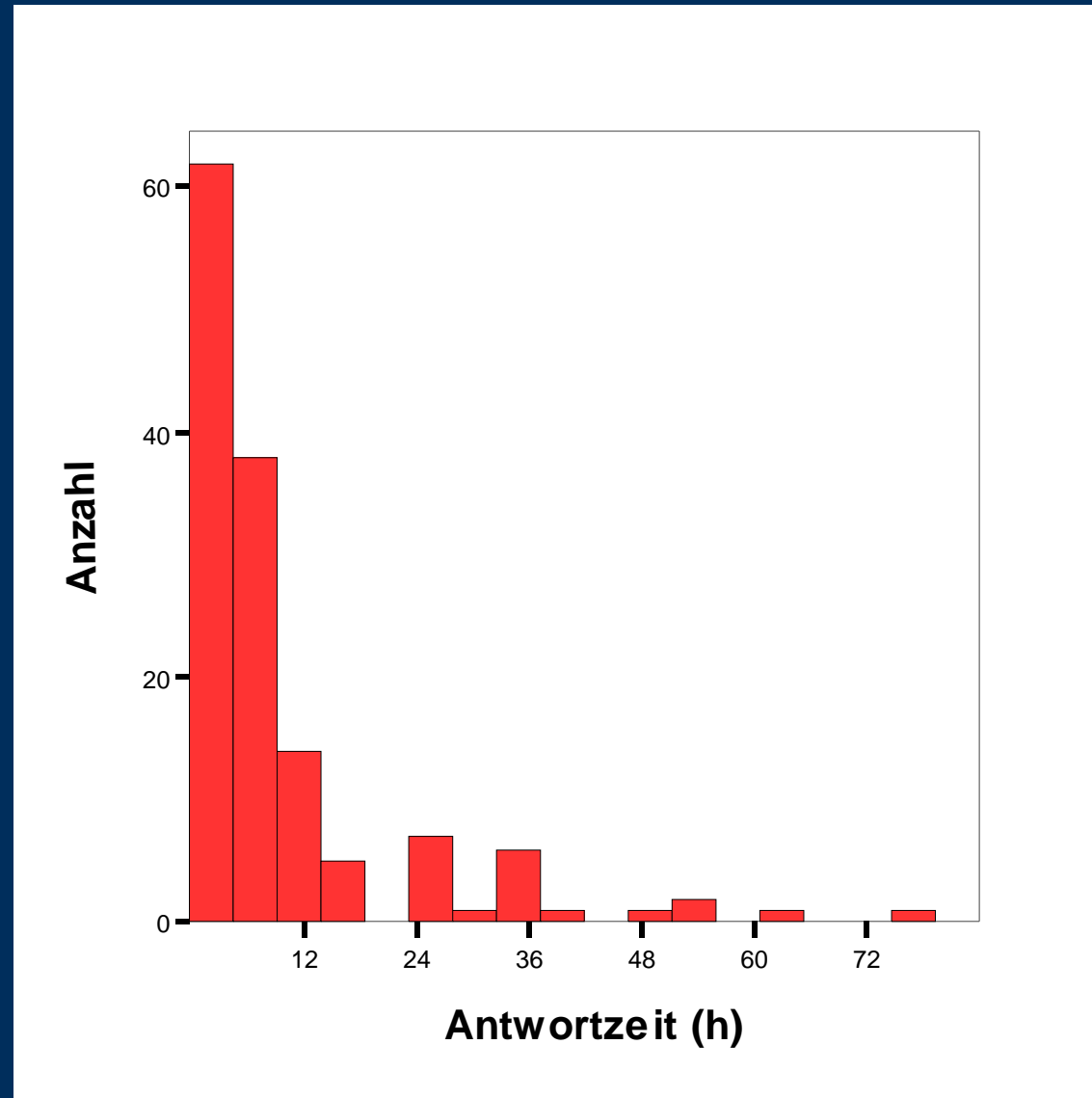


Ankunft der Antworten (Survey 1)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005





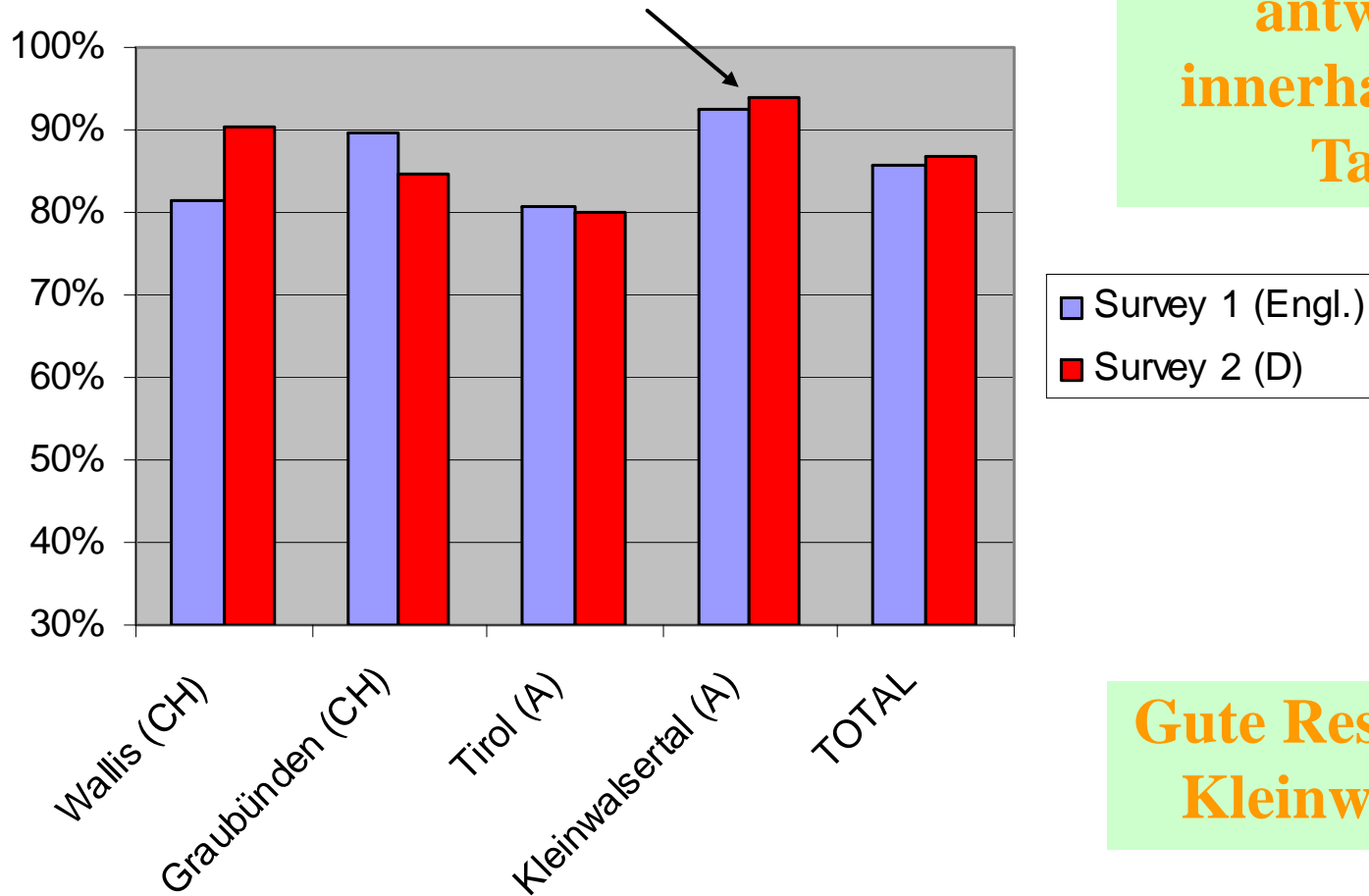
Antwort innerhalb eines Tages

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Antwort in 24h

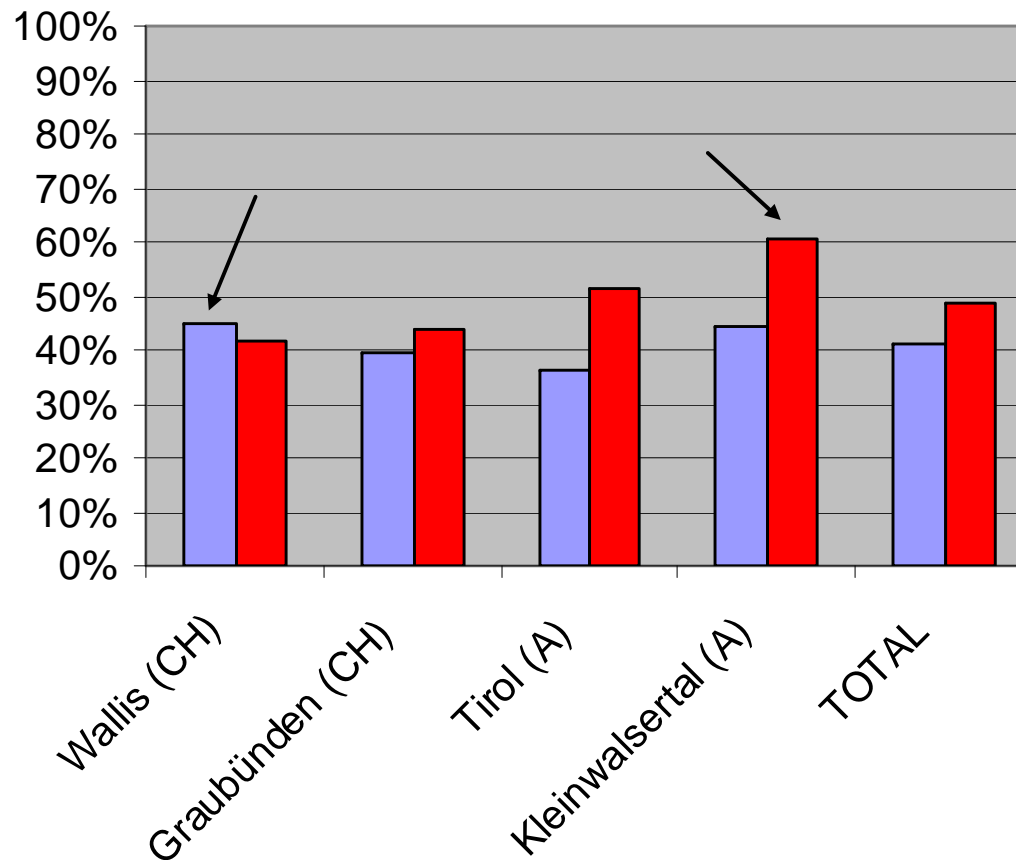


Grosse Mehrheit
antwortet
innerhalb eines
Tages

Gute Resultate im
Kleinwalsertal

Antwort in 4 Stunden

Antwort in 4h



Fast die Hälfte der antwortenden Betriebe!

Survey 1 (Engl.)
Survey 2 (D)

Österreichische Hotels im deutschen Survey die Nase vorn

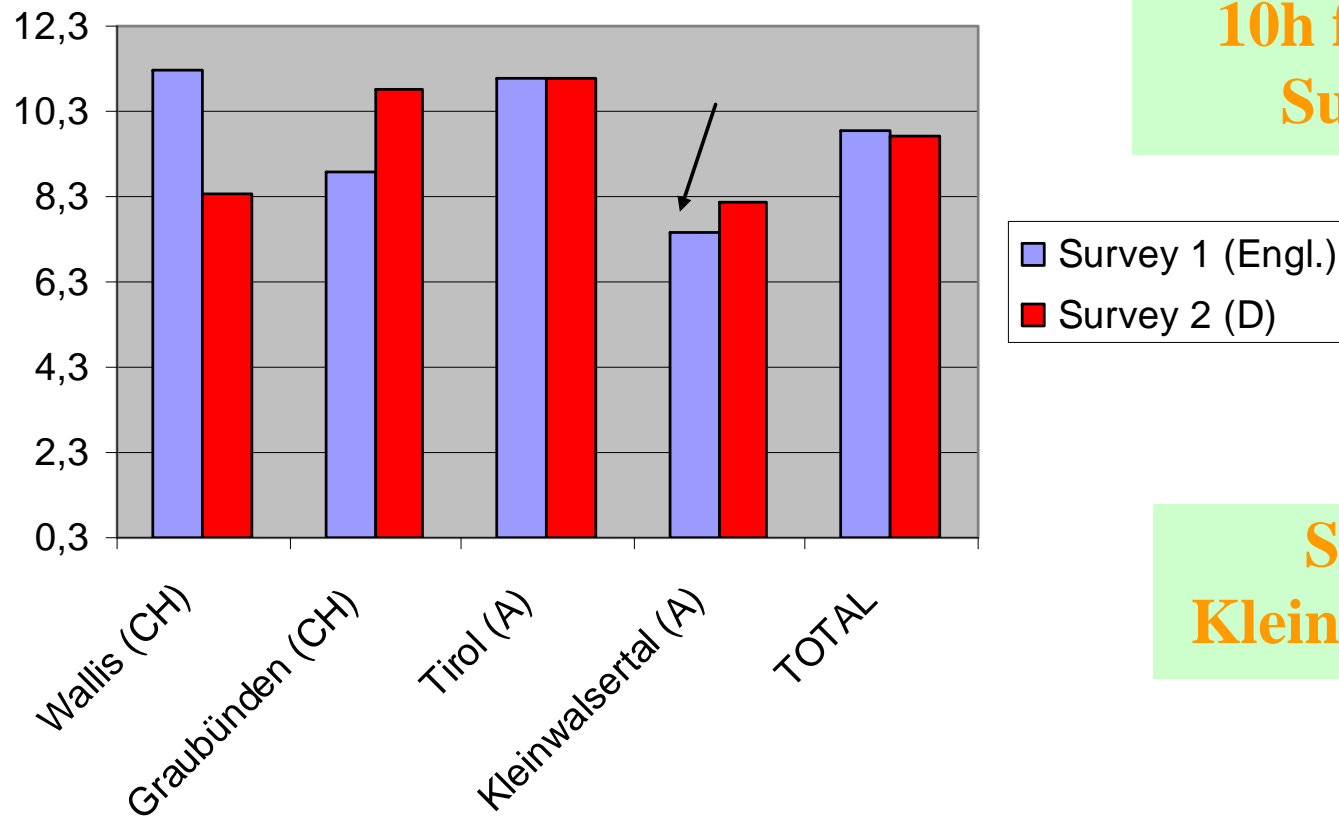
Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Durchschnittliche Reaktionszeit in Stunden

Durchschnittliche Antwortzeit (in h)



Im Schnitt unter 10h für beide Surveys.

Schnelle Kleinwalsertaler

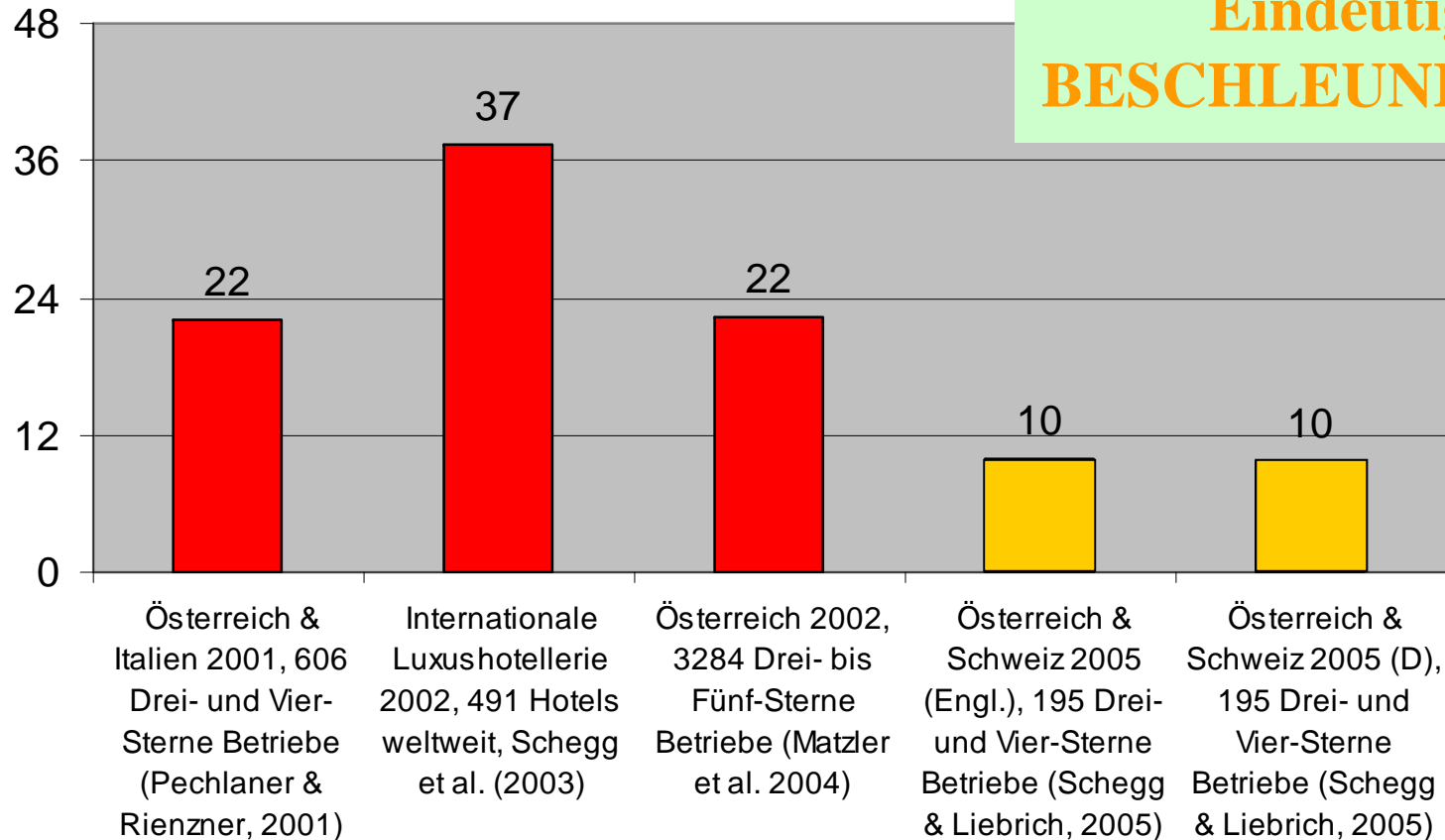
Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Reaktionszeiten im Vergleich

Durchschnittliche Antwortzeit (in h)



**Eindeutige
BESCHLEUNIGUNG!**

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Reaktionszeit: Fazit

Wenn die Hoteliers antworten, machen sie es viel schneller als in der Vergangenheit!

Heute gilt also: Wer bei den Besten dabei sein will, muss Kundenanfragen spätestens in 4 Stunden beantwortet haben!



Roland Schegg
Andreas Liebrich

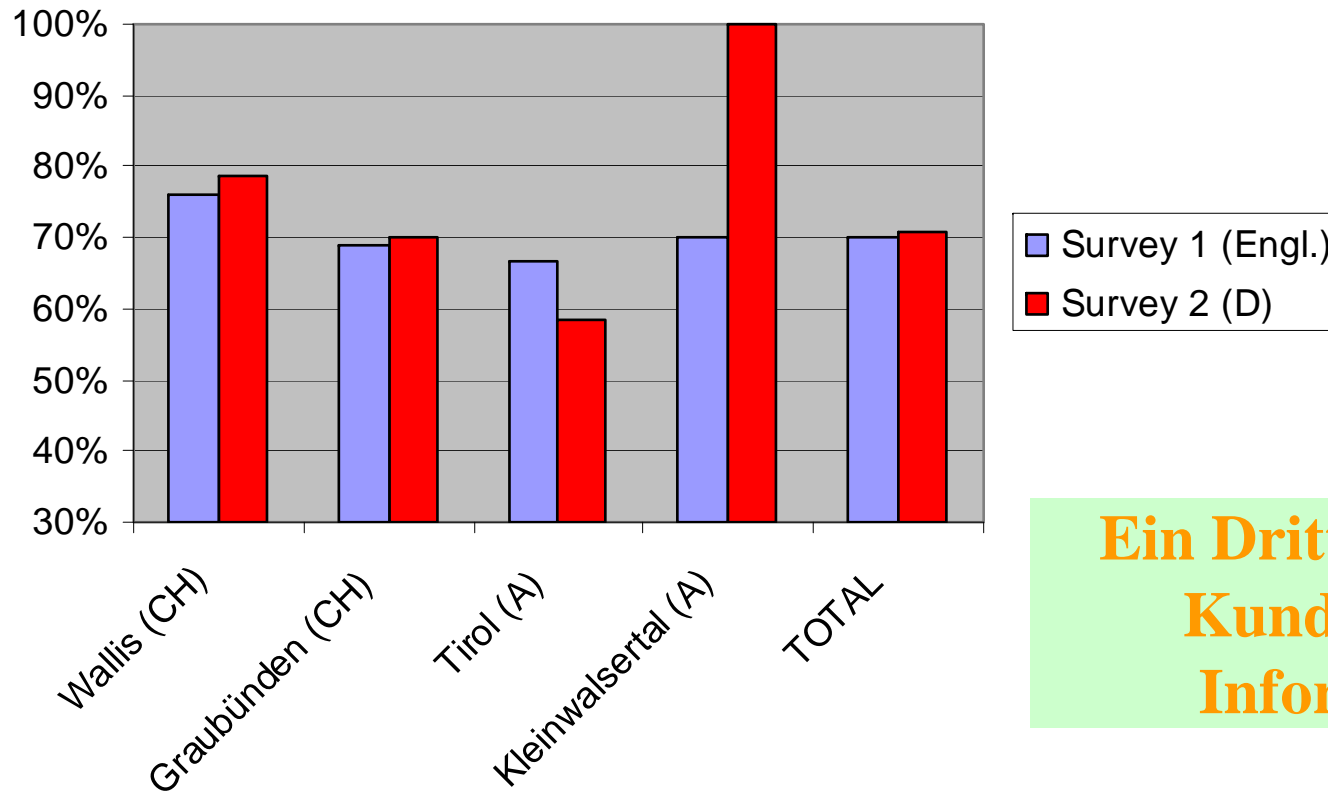
Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



Kundenfokus: Beantworten von Fragen

Frage nach Lage des nächsten Skilift



Ein Drittel gibt dem Kunden keine Information.

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Qualität

Zur Qualität der Antwort gehören die Beachtung der Grundregeln der Geschäftskorrespondenz in Bezug auf Form und Inhalt.

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



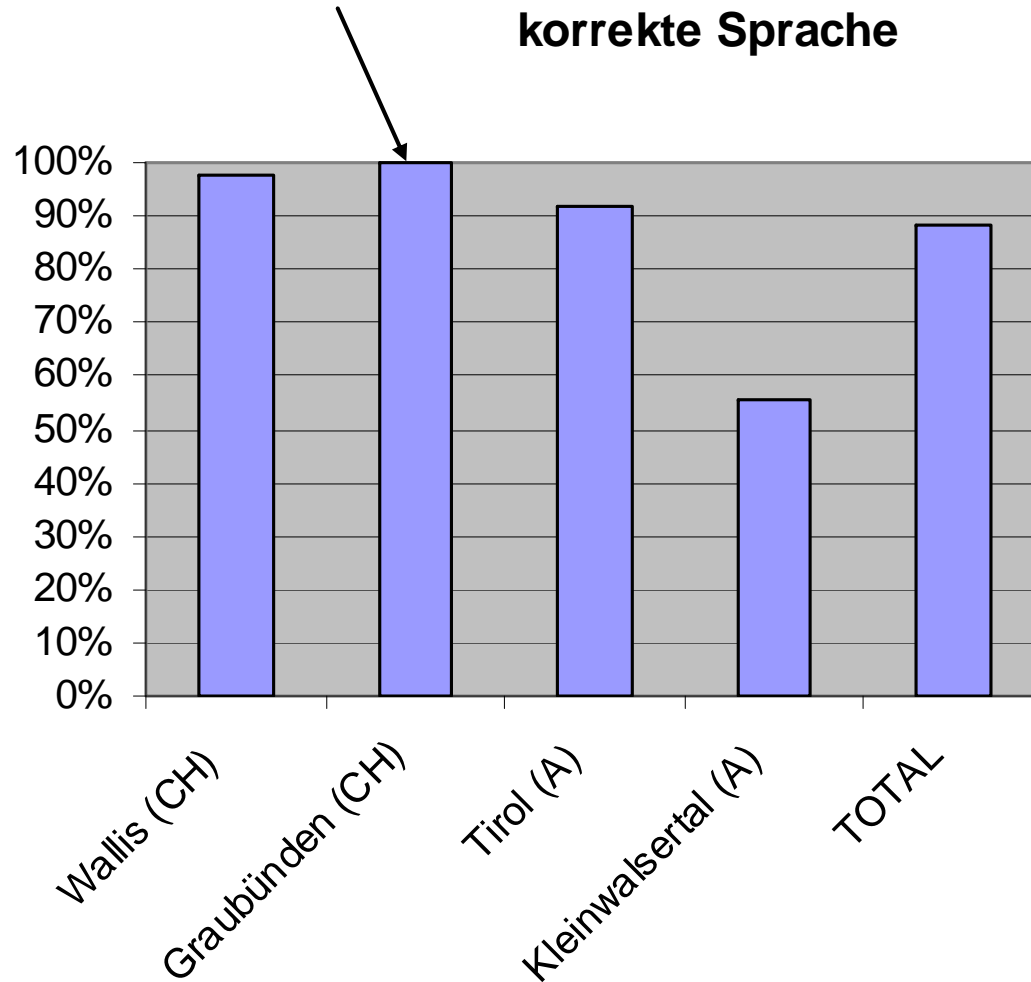
Quelle: www.silke-kratschmer.de/preise.html

Gebrauch der korrekten Sprache

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



**Problem im
Kleinwalsertal**

■ Survey 1 (Engl.)

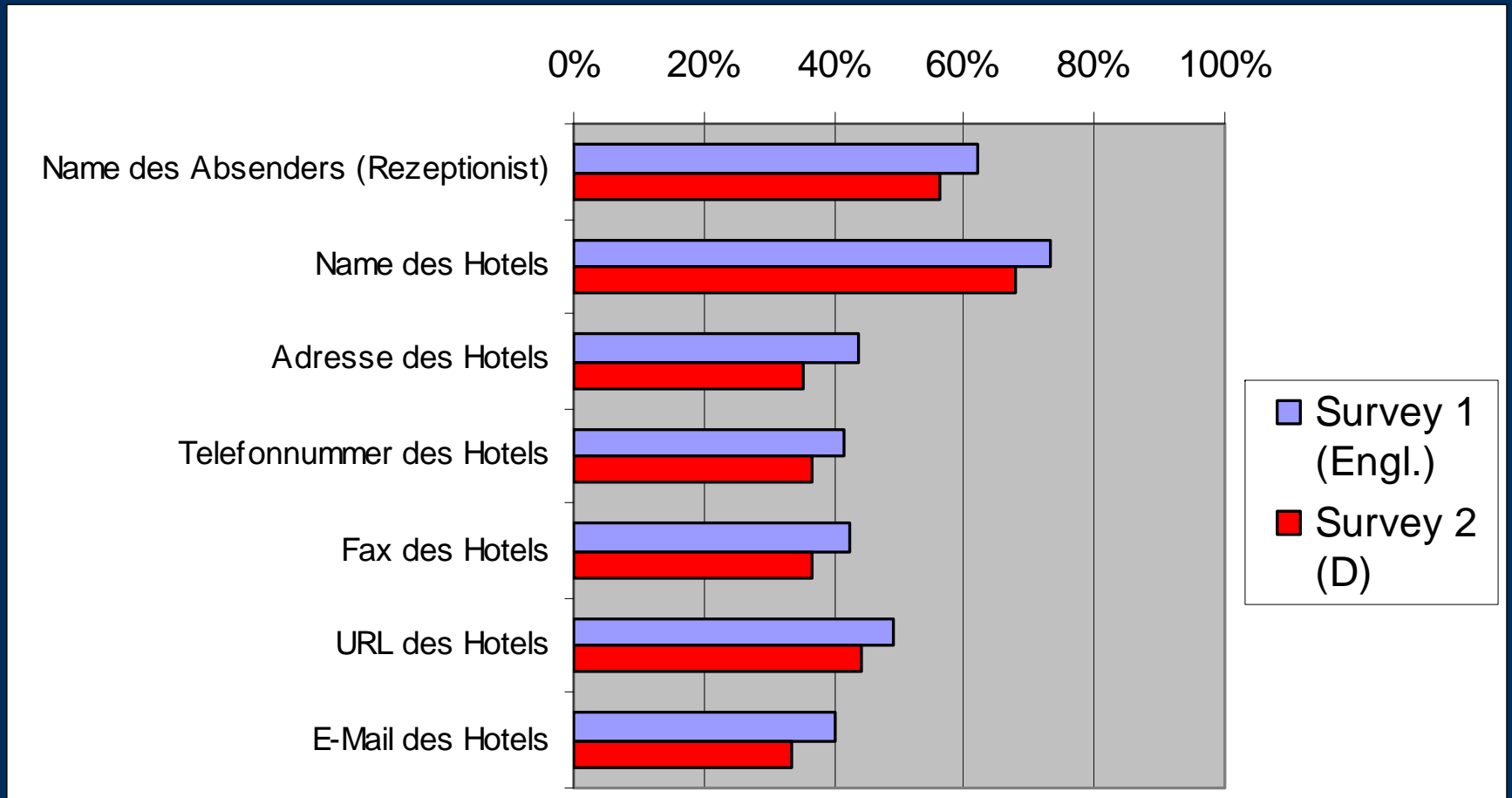
Zitat: „Leider sprechen wir nur sehr schlecht Englisch!“

Informationen zu Absender

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



10% der Betriebe hatten überhaupt kein Element der Kontaktinformation und nur gerade ein knappes Viertel der Hotels hatte einen vollständigen Absender.

Die Lösung des „Absender Problems“: Signaturen

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

General Password Proxy Access Rules Send Options **Signature** Time Zone

Add your signature to outgoing messages

Activate signature

Roland Schegg
Institut Economie & Tourisme
Haute Ecole Valaisanne (HEVs)
TECHNO-pôle 3

Automatically add signature
 Prompt before adding signature

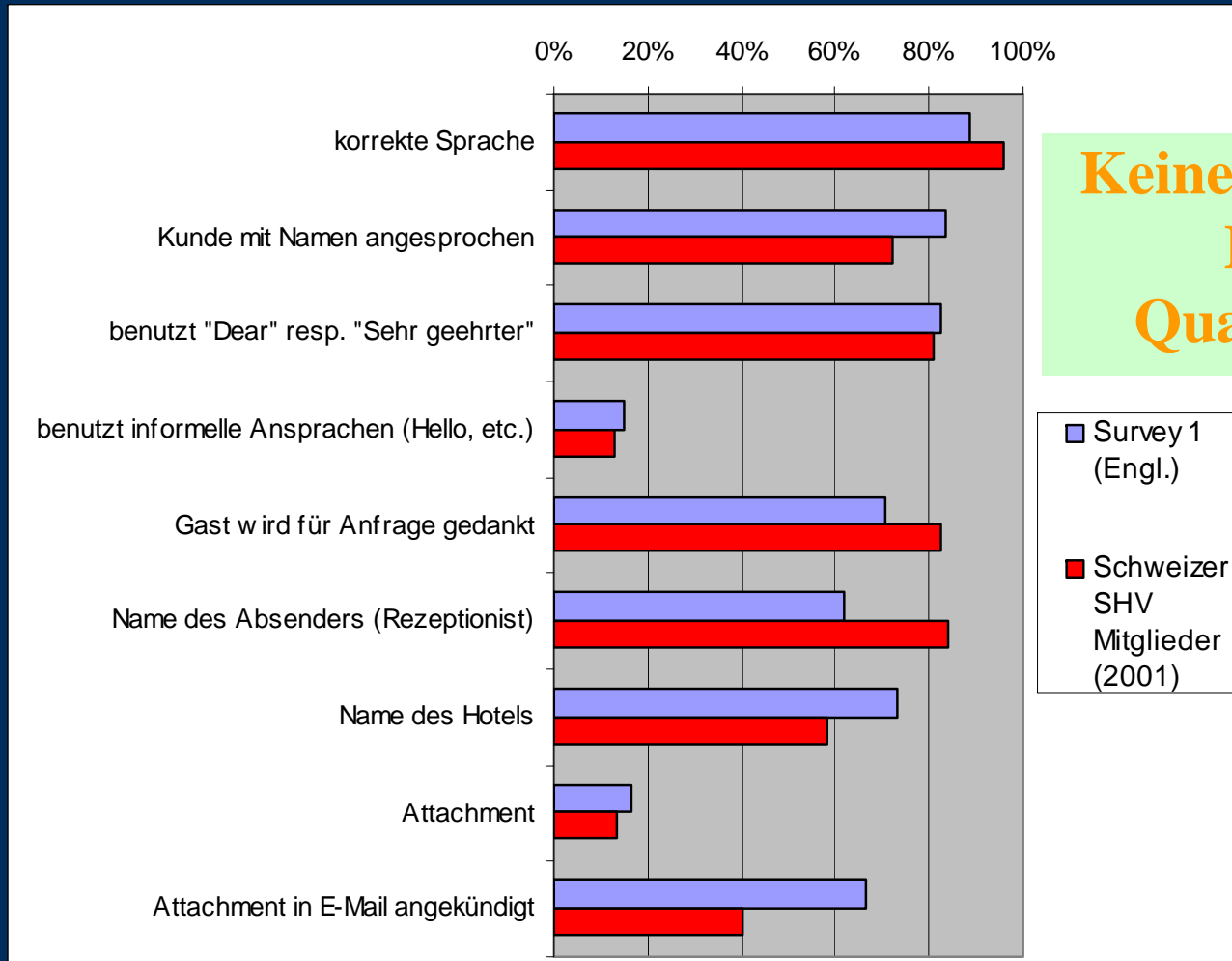
Save Close

Qualitätskriterien zweier Studien im Vergleich (2001/2005)

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005



Keine Fortschritte in Bezug auf Qualitätsaspekte

■ Survey 1 (Engl.)
■ Schweizer SHV Mitglieder (2001)

Schlussfolgerungen

Die hohen Erwartungen der ungeduldigen online Kunden können mit einem schnellen, qualitative hoch stehenden und personalisierten E-Mail Service erfüllt werden.



Gravierende Servicefheleistungen hingegen können einen Imageschaden zur Folge haben.

Schlussfolgerungen

Gehen Sie in sich.



Roland Schegg
Andreas Liebrich

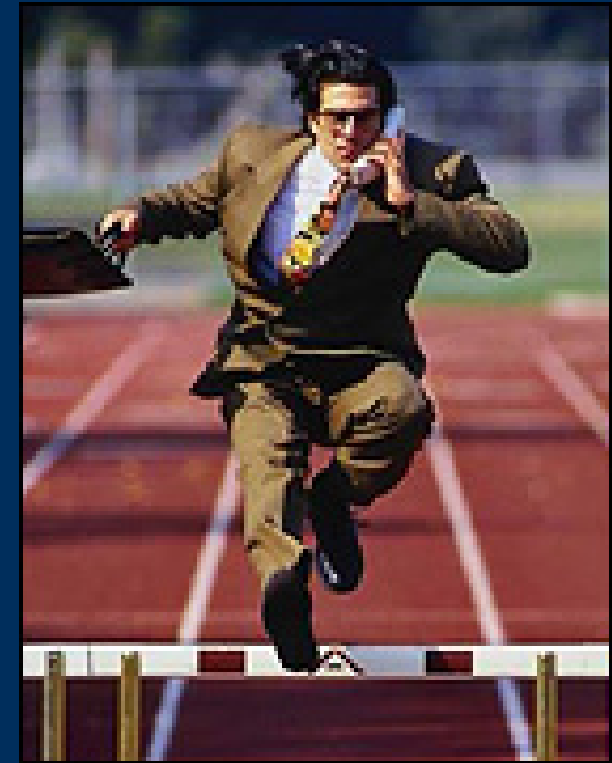
Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005

Schon ganz einfache Massnahmen (Signatur Dateien, Textbausteine, etc.) können die Qualität der elektronischen Kommunikation und die Kundenzufriedenheit verbessern.

Schlussfolgerungen

Seien Sie schneller als Ihre Konkurrenz, denn wer zuerst kommt, hat bessere Chancen das Geschäft zu machen.



Eine gute Antwort innerhalb von 4 Stunden ist daher heute ein Muss.

Roland Schegg
Andreas Liebrich

Mai
2005

E-Mail Mystery
Guest Survey
2005