

MARKETING MIT STRATEGIE

Marketing ist in der Hotellerie häufig zum einzig verbliebenen Differenzierungsfaktor geworden. Trotzdem wird es in den meisten Betrieben immer noch sehr stiefmütterlich behandelt. Abhilfe schafft das von der VDH lancierte Marketing-Buch, das Anfang 2019 erscheinen wird.

Marketing-Bücher gibt es unzählige auf dem Markt, spezifisch auf die Hotellerie zugeschnittene Literatur zum Thema hingegen war bis anhin Mangelware. Doch mit dem bald erscheinenden Buch «Strategisches Marketing in der Hotellerie» wird nun auch diese Lücke geschlossen. Die VDH hat in den letzten drei Jahren zusammen mit Dr. Michael Betz und Dr. Philine Betz-Werner vom Institut für Marketing der Universität St. Gallen ein fundiertes Fachbuch erarbeitet.

Praxisorientiertes Instrument

«Wir wollten einen Beitrag leisten, Hoteliers, Marketing-Verantwortlichen sowie sämtlichen Personen, die in einem Hotelbetrieb mit dem Marketing betraut sind, ein Werkzeug in die Hand zu geben, um wichtige Fragen des Marketings zu klären», sagt Michael Max Müller, Präsident der VDH. «Zudem kann es auch als Lehrbuch für die Marketing-Ausbildung in der Hotellerie eingesetzt werden.»

Das Buch ist klar strukturiert und praxisorientiert aufgebaut. Es bietet den Lesern einen Leitfaden, um eigenständig und effizient ein professionelles und wirksames Marketing-Konzept

für einen Hotelbetrieb zu entwickeln. Darüber hinaus zeigt es anhand von 14 Best Practices, wie strategisches Marketing erfolgreich in den verschiedensten Sterne-Kategorien und Destinationen gelebt werden kann. Zudem führt es nutzenstiftende Partner an.

Strukturierter Aufbau

Der Einstieg bietet hilfreiche Werkzeuge, um sich über das Marktumfeld, Trends und Gästebedürfnisse klar zu werden. Danach geht es darum, Segmente zu bestimmen und das Hotel

Das Fachbuch
wird
eine Lücke
schliessen.

entsprechend zu positionieren. Daraus folgt die Entwicklung der Hotelleistungen. Im Weiteren wird das Führen der Hotelmarke thematisiert und aufgezeigt, wie man erfolgreiche Marketing-Kommunikation betreibt, Preise bestimmt, Vertriebskanäle managt und Marketing-Erfolge misst. Und zu guter Letzt wird beleuchtet, wie man neue Geschäftsmodelle entwickelt. Das Ganze wird abgerundet mit anschaulichen Best Practices. Dank Fragekatalogen, Templates und Checklisten wird das Buch zu einem interaktiven Werkzeug, um einen Hotelbetrieb Marketinggerecht in Position zu bringen.

Das Buch «Strategisches Marketing in der Hotellerie» wird ab Anfang 2019 zu einem Preis von 69 Franken zuzüglich 10 Franken Versandkosten erhältlich sein und kann bereits jetzt über die Website des VDH (vdh.ch) vorbestellt werden. ←



«Strategisches Marketing in der Hotellerie»
CHF 69.–, zuzüglich
CHF 10.– Versandkosten
strategisches-marketing-hotellerie.ch

DIE VDH

Die Vereinigung dipl. Hoteliers VDH ist die Alumni-Vereinigung von Absolventinnen und Absolventen des Nachdiplom-Studiums HF Hotelmanagement von Hotelleriesuisse.
vdh.ch