

Mit sechs Wellnessgrundsätzen zum Erfolg

Gibt es einen Schlüssel zum Wellness-gast? Wellness-Spezialist Wolfgang Falkner von „Der Falkner Spa Marketing“ bringt die Antwort auf den Punkt – eigentlich auf sechs Punkte. Um in Zeiten einer Marktsättigung einen Wettbewerbsvorteil zu haben, zeichnet Falkner sechs Grundsätze für Wellnessdienstleister. Grundlegend sind einmal Wellnessangebote, bestehend aus Anwendungen, Zeremonien und Produkten, aber auch das Ambiente und die Infrastruktur. Das Angebot müsse ein ganzheitliches Erlebnis werden und unvergesslich in Erinnerung bleiben. Wichtig sind auch ethische Inhalte wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung – eine solche Unternehmensphilosophie würde laut Falkner die Buchungsentscheidung maßgeblich beeinflussen. Diese Inhalte müssen aber auch kommuniziert werden. Sowohl im Marketing als auch in der Kommunikation mit dem Gast: „Nehmen Sie Ihre Gäste an der Hand und zeigen Sie, was Wellness alles leistet. Erklären Sie Rituale und Wirkstoffe“, meint Falkner. Und nicht zuletzt müssen die Mitarbeiter mit Fähigkeiten wie Achtsamkeit, Mitgefühl und Hingabe ausgestattet sein – begeisterte Mitarbeiter mit echtem Einfühlungsvermögen behandeln nicht nur besser, sondern „verkaufen“ auch mehr Zusatzleistung.



Foto: istock