

EXPERTENTIPP...

Social Media in der Wellnesshotellerie

Folge 2: So werden Ihre Mitarbeiter Social-Media-fit.

Menschen lieben gute Geschichten. Und wer sie gut erzählen kann, dem hört man gern zu. Das ist nicht nur im persönlichen Gespräch so, für soziale Medien wie Facebook und Twitter gilt das ebenfalls. Inhalt statt Werbung und Dialog auf Augenhöhe – so lautet daher das Erfolgsrezept.

Konzentrieren Sie sich also bei Social Media nicht aufs Verkaufen, das können Sie über andere Kanäle wie den Newsletter oder die Website viel besser, sondern auf die **Kommunikation mit Ihren Gästen**. Sind die erst einmal mit Ihren Geschichten emotional verbunden, kommen das Buchen und auch das Weiterempfehlen ganz von selbst. Denken Sie dabei ganzheitlich und schöpfen Sie aus dem hauseigenen Fundus an schönen, reizvollen, authentischen Geschichten. Diese können Ihre Küche, die Historie des Hotels, die Natur und die unmittelbare Umgebung ebenso betreffen wie Ihr Spa- und Wellnessangebot.

Nehmen Sie Ihre Mitarbeiter von Anfang an mit ins Boot. Sie sind die Experten im jeweiligen Bereich, erzählen die Geschichten deshalb nicht nur glaubwürdiger, sondern können viel besser und auch schneller auf konkrete Fragen eingehen als ein externer Partner. Sparen Sie sich diese Kosten und machen Sie stattdessen aus Ihren Mitarbeitern loyale Botschafter. Wie aber wird das Team – bestehend aus Spa-Leiter, Trainern, Masseuren, Kosmetikerinnen, Küchenchef, Marketingleiter, Empfangschefin – Social-Media-fit? So fit, dass es regelmäßig auf der Hotel-Facebookseite und idealerweise auch im Blog wertvolle Einblicke und nützliche Tipps geben kann?

Am Anfang steht die Strategie. Stellen Sie sich folgende Fragen: Was sind meine Ziele? Welche Kanäle machen für mich Sinn? Welcher Mitarbeiter schreibt welche Inhalte und wann? Welche Regeln gibt es für das Verfassen von Beiträgen? Damit Ihre Mitarbeiter nicht nur schnell loslegen können, sondern sich auch langfristig mit Freude engagieren, sind Handbuch und Redaktionspläne ein absolutes Muss. Um den Start noch weiter zu erleichtern, macht es außerdem Sinn, während eines Workshops auf die Grundlagen von Social Media und Storytelling einzugehen sowie erste Themen und Inhalte gemeinsam zu erarbeiten. Nach zwei bis drei Monaten ist dann eine kleine Feedbackrunde empfehlenswert, in der über Erfolgserlebnisse ebenso wie über Probleme offen diskutiert wird. Haben Sie immer ein offenes Ohr für Ihre Mitarbeiter und halten Sie die Zügel locker. Bedenken Sie, dass Ihre Angestellten diese Kanäle (fast) nebenbei bedienen müssen. Je höher Ihr Vertrauensvorschuss, desto mehr Freude hat das Team bei der neuen Aufgabe.

Zum Schluss möchte ich noch anhand eines Beispiels zeigen, dass man nicht nur als Hotel mit seinen Mitarbeitern an einem Strang ziehen kann, sondern auch als Marketing- oder Hotelkooperation mit seinen Mitgliedshäusern: Auf der Facebookseite www.facebook.com/alpinewellness berichten mittlerweile 23 Hotelmitarbeiter und -mitarbeiterinnen aus neun im Salzburger Land gelegenen Vier- und Fünf-Sterne-Hotels. Ihr Ziel: **Jeden Tag eine gute Nachricht.**



Wolfgang Falkner, Dipl.-Ing. (FH), ist unabhängiger Marketingberater und Gründer des Unternehmens Der Falkner Spa Marketing in Salzburg. Info: www.derfalkner.com

Für Kunden, die bleiben.



Erleben Sie mit **TRAUTWEIN**-Produkten Wellness auf höchstem Niveau und Kundschaft, die gerne länger bleibt.
Wir beraten Sie gerne!



Unsere einzigartige **Schwebeliege** für Softpackbehandlungen sorgt für zusätzlichen Umsatz. Während Ihre Kundschaft entspannt, können Sie sich anderen Aufgaben widmen. Eine zusätzliche Massageauflage sorgt für Doppelnutzung der Räume.



Der Original **Hydroxeur**[®] ist unvergleichlich wohltuend. Zellulitis, Rheuma & Arthritis werden gemindert, Fettpölsterchen abgebaut und Verspannungen gelockert.

Eine Bereicherung für jedes SPA.

Tel. +49 (0) 7641/46 77-30
info@trautwein-gmbh.com
www.trautwein-gmbh.com

Technik für die Sinne. **TRAUTWEIN**