

3. ServiceKette Unterkunft - Bestimmung der ServiceKettenglieder

| | |
|---|---|
| Name des Betriebs: | MUSTER-ServiceKetten zu Zielgruppen (Personas) für den Tourismus in Rheinland-Pfalz |
| Thema der ServiceKette: | Unterkunft |
| ServiceKette für die Kundengruppe: | Kleinstadt-Genießer |
| Zuständiger Bereich im Betrieb: | |

Bestimmen Sie die ServiceKettenglieder im Zeitablauf aus Sicht des Kunden:

| Kettenglied 1 | Kettenglied 2 | Kettenglied 3 | Kettenglied 4 |
|--------------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Ankunft | Zimmer/ Badezimmer | Service-Angebote bei Bedarf | Gastronomie allgemein |
| Kettenglied 5 | Kettenglied 6 | Kettenglied 7 | Kettenglied 8 |
| Frühstück | Mittagessen | Abendessen / Nach dem Essen | Fitness / Wellness |
| Kettenglied 9 | | | |
| Checkout / Nachbetreuung | | | |

ServiceKettenglied 1: 'Ankunft'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|---|---|-------------|-----------------------------|
| 1 | Anfahrtsadresse | Das Zuschicken einer Anfahrtsadresse für das Navigationsgerät vor der Anreise ist für den Gast sehr vorteilhaft. | | |
| 2 | Parkplatz | Ein kostenloser Parkplatz wird als Standard angesehen, aus diesem Grund erwartet der Gast einen kostenlosen und sicheren Auto-Parkplatz direkt an der Unterkunft. Diesen Parkplatz möchte der Gast schon bei der Reservierung buchen. | | |
| 3 | Beleuchtung der Auffahrt | Ein gut beleuchtete Auffahrt ist wichtig. | | |
| 4 | Klassifizierung & Modernität der Unterkunft | Der Gast erwartet eine Unterkunft mit 4-5 Sternen und/oder sollte besonders stylish und trendy sein. | | |
| 5 | Begrüßung | Der Gast erwartet eine persönliche Begrüßung bei der Ankunft. | | |
| 6 | Regionales Begrüßungsgetränk | Über ein regionales Begrüßungsgetränk freut sich der Gast sehr. | | |
| 7 | Meldeschein | Der Meldeschein sollte soweit ausgefüllt sein, dass der Gast nur noch unterschreiben muss. | | |
| 8 | Fotografien aus der Region | Der Gast wünscht sich hochwertige Fotografien aus der Region in der Unterkunft. | | |



| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|---|--|-------------|-----------------------------|
| 9 | Bezahlung mit EC- / Kreditkarte | Der Gast bezahlt gerne schon bei der Anreise mit EC- / Kreditkarte. | | |
| 10 | Informationen Restaurants / Veranstaltungen | Für Informationen über besondere Restaurants und Veranstaltungen ist der Gast sehr dankbar. | | |
| 11 | Weg zum Zimmer | Für den Gast ist es nicht so wichtig, dass sein Gepäck auf das Zimmer gebracht wird. Allerdings wünscht er sich, dass ihm der Weg zum Zimmer gezeigt wird. | | |



ServiceKettenglied 2: 'Zimmer/ Badezimmer'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|----------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 1 | Begrüßung im Zimmer | Über eine Begrüßung auf dem Zimmer durch eine Karte, eine Flasche Wein, Pralinen oder einen Obstkorb freut sich der Gast. | | |
| 2 | Begrüßungsvideo | Auf dem Fernseher sollte ein Begrüßungsvideo laufen. | | |
| 3 | Informationen | Der Gast erwartet hochwertig aufbereitete Informationen in Printform oder digital auf einem bereitliegenden Tablet. | | |
| 4 | Doppelbett | Der Gast erwartet ein richtiges Doppelbett und nicht zwei zusammengerückte Einzelbetten. | | |
| 5 | Bequemes Bett | Von besonderer Bedeutung für den Gast sind bequeme Betten. | | |
| 6 | Auswahl an Decken / Kissen | Dem Gast ist eine Auswahl an verschiedenen Decken und Kissen für seine persönliches Wohlbefinden wichtig (z. B. Härtegrade, Allergiker, etc.). | | |
| 7 | Kofferablage | Eine großzügige Kofferablage im Zimmer ist für den Gast selbstverständlich. | | |

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|--------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 8 | Steckdosen | Der Gast erwartet genügend Steckdosen im Zimmer, um seine elektronischen Endgeräte (wie Smartphone und Tablet) aufzuladen. Es sollten jeweils zwei auf jeder Bettseite vorhanden sein. | | |
| 9 | Fernseher | Der Fernseher auf dem Zimmer sollte ein Smart-TV sein, da der Gast an die neusten technischen Geräte gewöhnt ist. | | |
| 10 | Film der Region in Filmauswahl | Die Filmauswahl sollte ebenfalls einen hochwertigen Film zur Region beinhalten. | | |
| 11 | Fernseher mit Radiofunktion | Die Verfügbarkeit von Radiosendern über den Fernseher sollte gegeben sein. | | |
| 12 | Docking-Station | Der Gast wünscht sich eine Docking-Station in seinem Zimmer, um seine eigene Musik von seinem Smartphone per Lautsprecher zu hören. | | |
| 13 | Kaffeemaschine / Wasserkocher | Der Gast erwartet im Zimmer eine hochwertige Kaffeemaschine sowie einen Wasserkocher für Tee. | | |
| 14 | Feedback | Der Gast hat den Wunsch ein individuelles Feedback an die Unterkunft zu übermitteln (auch digital). | | |
| 15 | Leih-Ladekabel | Ein Angebot an Leih-Ladekabeln für die gebräuchlichsten Geräten ist wünschenswert. | | |

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|---------------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 16 | Externe Akku für Ausflüge | Über die Möglichkeit sich bei der Unterkunft einen externen Akku (PowerPack) für Ausflüge leihen zu können, würde sich der der Gast sehr freuen. | | |
| 17 | Großzügigkeit Badezimmer | Der Gast möchte ein großzügig gestaltetes Badezimmer vorfinden. | | |
| 18 | Trennung Badezimmer und WC | Sehr geschätzt wird es, wenn Badezimmer und WC voneinander getrennt sind. | | |
| 19 | Doppelwaschtisch mit Ablagefläche | Ein Doppelwaschtisch mit genügend Ablagefläche für Kosmetikprodukte ist dem Gast wichtig. | | |
| 20 | Beleuchteter Schminkspiegel | Ein beleuchteter Schminkspiegel ist für den Gast wünschenswert. | | |
| 21 | Mehrfachspender | Der Gast legt sehr viel Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz, deshalb bevorzugt er Mehrfach- statt Einzelspender. | | |
| 22 | Kosmetikprodukte von bekannten Marken | Dem Gast ist wichtig, dass die ausliegenden Kosmetikprodukte von bekannten Marken sind. | | |
| 23 | Bademantel für Wellnessangebote | Der Gast erwartet das Angebot eines Bademantels, sofern es in der Unterkunft ein Wellnessangebot gibt. | | |

ServiceKettenglied 3: 'Service-Angebote bei Bedarf'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|---|--|-------------|-----------------------------|
| 1 | Mitarbeiterausbildung | Der Gast hat sehr hohe Ansprüche an den Service, aus diesem Grund sollten alle Mitarbeiter entsprechend ausgebildet sein. | | |
| 2 | Frage nach Zufriedenheit | Am ersten Frühstückstag wünscht sich der Gast die Nachfrage, ob er mit Zimmer und Unterkunft zufrieden ist. | | |
| 3 | Kostenloses WLAN | Der Gast erwartet kostenloses WLAN in der Unterkunft, da er sehr online-affin ist. | | |
| 4 | Fahrrad | Der Fahrrad sollte geräumig sein, wenn möglich mit einem Spiegel versehen, und über eine Audio-Ansage zu den Stockwerken verfügen. | | |
| 5 | Plakate zu Aktionen | An der Rezeption oder im Lift sollte mit Hilfe von Plakaten auf bestimmte Aktionen hingewiesen werden. | | |
| 6 | Wettervorhersage | Der Gast wünscht sich Informationen zur Wettervorhersage an der Rezeption oder im Lift. | | |
| 7 | Kulinarische Angebote / Veranstaltungen | Im Fahrrad sollten Informationen zu kulinarischen Angeboten oder aktuellen Veranstaltungen aushängen. | | |
| 8 | Tipps zu Veranstaltungen | Der Gast wünscht sich Tipps zu kulturellen Veranstaltungen im Ort oder der Region. | | |
| 9 | Tipps zu Foto-Locations | Tipps zu tollen Foto-Locations sprechen den Gast an. | | |

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|--|--|-------------|-----------------------------|
| 10 | Tipps zu Architektur-Highlights | Der Gast möchte Tipps zu besonderen Architektur-Highlights bekommen. | | |
| 11 | Tipps zu Restaurants | Der Gast erwartet Tipps zu hochwertigen Restaurants. | | |
| 12 | Weinangebot durch Kooperation | Über eine Kooperation mit Winzern kann der Gast regionale Weine, die in der Unterkunft angeboten werden, direkt bestellen und nach Hause liefern lassen. | | |
| 13 | Getränke und Snacks auf Gesamtrechnung | Der Gast erwartet, dass er Getränke und Snacks von der Bar nicht sofort bezahlen muss, sondern die Kosten auf die Zimmerrechnung schreiben lassen kann. | | |
| 14 | Betthupferl | Der Gast würde sich über ein regionales Betthupferl freuen. | | |
| 15 | Bewertung auf Portalen | Der Gast gibt gerne eine Empfehlung auf einem Hotelbewertungsportal ab, wenn er darum gebeten wird. | | |
| 16 | Bezahlung | Der Gast erwartet eine Bezahlung per EC- oder Kreditkarte. | | |
| 17 | Late Check-out | Der Gast wünscht sich ein Late Check-out bei der Abreise am Abend. | | |



| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|------------------------------------|---|-------------|-----------------------------|
| 18 | Flasche Wasser / Snack bei Abreise | Über die Möglichkeit eine Flasche Wasser oder einen Snack bei der Abreise mitnehmen zu dürfen, wäre der Gast dankbar. | | |
| 19 | Ausflugstipp für Rückreise | Einen Ausflugstipp, der auf der Rückreisestrecke liegt, empfängt der Gast gerne. | | |
| 20 | "Gute Fahrt" - Schild | Eine willkommene Überraschung wäre ein "Gute- Fahrt"- Schildchen hinter der Windschutzscheibe seines Autos bei Abreise. | | |

ServiceKettenglied 4: 'Gastronomie allgemein'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|--------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 1 | Gehobene / Sternegastronomie | Meistens geht der Gast außerhalb der Unterkunft essen. Deshalb sollte es in der näheren Umgebung gehobene Gastronomie bis hin zur Sternegastronomie geben. | | |
| 2 | Restaurants mit Besonderheiten | Dem Gast sind Restaurants mit qualitativ gutem Angebot, einer besonderen Ambiente oder einer interessanten Architektur wichtig. | | |
| 3 | Außergastronomie | Der Gast erwartet eine attraktive Außergastronomie mit bequemen Stühlen. | | |
| 4 | Regionale Küche | Von besonderer Bedeutung ist dem Gast die regionale Küche, er wünscht sich eine Auswahl an regionaler Küche/ Restaurants | | |
| 5 | Warme Küche | Der Gast erwartet eine durchgängig warme Küche. | | |
| 6 | Sonderwünsche an Küche | Der Gast hat hohe Ansprüche, aus diesem Grund sollten die Köche qualifiziert sein, auf Wünsche des Gastes eingehen zu können. | | |
| 7 | Weinempfehlung | Die Servicekräfte sollten geschult sein, dem Gast den richtigen Wein zu seinem Essen empfehlen zu können. | | |
| 8 | Frische, hochwertige Produkte | Das Augenmerk des Gastes liegt auf frischen und hochwertigen Produkten. | | |



| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|-------------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 9 | Regionale Produkte | Wenn die Region für bestimmte Produkte/Gerichte bekannt ist, sollten diese auch in der Lokalität angeboten werden. | | |
| 10 | Regionale Anbieter mit Kontaktdaten | Der Gast wünscht sich, dass in der Speisekarte auf regionale Anbieter hingewiesen wird und auch deren Kontaktdaten angegeben sind. | | |
| 11 | Liste der Anbieter | Wünschenswert wäre es, wenn eine Liste mit Anbietern der regionalen Produkte ausliegt und es möglich wäre, Bestellungen und Einkäufe direkt vorzunehmen. | | |
| 12 | Bezahlung | Für den Gast ist wichtig mit EC- als auch mit Kreditkarte bezahlen zu können. | | |

ServiceKettenglied 5: 'Frühstück'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|--|---|-------------|-----------------------------|
| 1 | Büffet / Bedienservice | Neben einem Frühstücksbüffet begrüßt der Gast den Bedienservice am Platz sehr. | | |
| 2 | Frühstück auf Zimmer | Der Gast wünscht sich die Möglichkeit, sich sein Frühstück auf dem Zimmer servieren zu lassen. | | |
| 3 | Frühstückszeiten am Wochenende | Die Möglichkeit, dass Frühstückszeiten am Wochenende verlängert werden können, begrüßt der Gast sehr. | | |
| 4 | Frühstückszeiten bei schlechtem Wetter | Bei schlechtem Wetter wünscht sich der Gast eine Verlängerung der Frühstückszeiten. | | |
| 5 | Vielfalt bei Frühstücksangebot | Der Gast erwartet ein vielfältiges Frühstücksangebot. | | |
| 6 | Vollkorn-Backwaren | Gesunde Ernährung ist dem Gast sehr wichtig, deshalb wünscht der Gast neben Weizen- auch Vollkorn-Backwaren. | | |
| 7 | Bio- / Regionalprodukte | Eine deutliche Kennzeichnung von Bio- und Regionalprodukten hat hohe Bedeutung für den Gast. | | |
| 8 | Vegetarische / vegane Produkte | Ein Angebot an vegetarischen und veganen Produkten ist wichtig. Auf diese sollte aktiv hingewiesen werden. | | |
| 9 | Produkte von bekannten Marken | Dem Gast sind Marken wichtig, deshalb sollte alle Frühstücksprodukte von bekannten Unternehmen und dies auch gekennzeichnet sein. | | |

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|----|---------------------------------|---|-------------|-----------------------------|
| 10 | Ausgefallenes Frühstücksangebot | Über ein Angebot von ausgefallenen Produkten wie Sekt/ Secco, Pancakes, French Toast, etc. freut sich der Gast. | | |
| 11 | Müsli | Ein gutes, individuell zusammenstellbares Müsli ist für den Gast wichtig. | | |
| 12 | Joghurt / Quark | Der Gast wünscht sich verschiedene Sorten an Joghurt und Quark. | | |
| 13 | Obst | Der Gast erwartet ein Angebot an frischem Obst. | | |
| 14 | Fruchtsäfte | Der Gast wünscht sich frische Fruchtsäfte zum Frühstück. | | |
| 15 | Abfallvermeidung | Abfallvermeidung ist dem Gast wichtig, deshalb besteht er auf Spender und wünscht keine Einzelverpackungen. | | |
| 16 | Hintergrundmusik | Leise Hintergrundmusik ist für den Gast in Ordnung, allerdings möchte er keinen Fernseher im Frühstücksraum. | | |
| 17 | Zeitungen | Der Gast wünscht sich regionale und überregionale Zeitungen. | | |
| 18 | Frühstück außer Haus | Der Gast möchte die Möglichkeit haben, über die Unterkunft ein Frühstück außer Haus buchen zu können. | | |

ServiceKettenglied 6: 'Mittagessen'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|-----------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 1 | Hinweis auf geöffnete Gastronomie | Dem Gast ist wichtig, einen Hinweis mit Wegbeschreibung und Öffnungszeiten der nächsten geöffneten Gastronomie vor zu finden, sofern die eigene Gastronomie geschlossen hat. | | |
| 2 | Kleine Gerichte/ Snacks | Der Gast wünscht sich neben großen Portionen auch kleine Gerichte und Snacks. | | |
| 3 | Gesunde, leichte Gerichte | Der Gast erwartet gesunde und eher leichte Gerichte. | | |
| 4 | Fahrradständer | Der Gast ist auch mit dem Fahrrad unterwegs und wünscht sich einen Fahrradständer im Sichtbereich. | | |

ServiceKettenglied 7: 'Abendessen / Nach dem Essen'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|--------------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 1 | Abendessen auf dem Zimmer | In Ausnahmefällen wünscht der Gast ein Abendessen auf dem Zimmer. | | |
| 2 | Platzreservierung im Restaurant | Der Gast wäre dankbar, wenn bei Bedarf die Unterkunft die Platzreservierung in einem passenden Restaurant übernimmt. | | |
| 3 | Taxi / Shuttleservice zum Restaurant | Wenn das Restaurant weiter von der Unterkunft entfernt ist, wünscht sich der Gast, dass die Unterkunft ihm ein Taxi ruft oder ihm einen Shuttleservice anbietet. | | |
| 4 | Öffnungszeiten Restaurants | Der Gast erwartet, dass die Restaurants im Ort bis 22 oder 23 Uhr geöffnet haben. | | |
| 5 | Vinothek / Bar | Der Gast bevorzugt nach dem Essen den Besuch einer Vinothek oder einer modernen Bar. | | |
| 6 | Themenverkostungen in Vinothek | Wünschenswert für den Gast wären verschiedene Themenverkostungen in der Vinothek. | | |
| 7 | Angebot an Zusatzprodukten | Über ein Angebot an regionalen Zusatzprodukten, wie Senf oder Gelee, neben dem Wein würde sich der Gast in der Vinothek sehr freuen. | | |

ServiceKettenglied 8: 'Fitness / Wellness'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|---------------------------|---|-------------|-----------------------------|
| 1 | Empfehlung Joggingrouten | Der Gast macht gerne Sport. Auf Nachfrage wünscht er sich entsprechende Empfehlungen zu Joggingrouten. | | |
| 2 | Fitnessraum | Bei schlechtem Wetter bevorzugt der Gast einen Fitnessraum mit Crosstrainer und Laufband sowie einen Platz für Entspannungsübungen. | | |
| 3 | Sauna | Der Gast freut sich besonders über eine Sauna in seiner Unterkunft. | | |
| 4 | Wellnessangebote | Der Gast erwartet spezielle Wellnessangebote (z. B. Massagen) oder zumindest eine Empfehlung zu Angeboten in der Nähe. | | |

ServiceKettenglied 9: 'Checkout / Nachbetreuung'

| # | Leistungselement / Aktion | Kundenerwartung | Ist-Zustand | Ziel = Unser neuer Standard |
|---|-------------------------------|--|-------------|-----------------------------|
| 1 | Abreise-Geschenk | Der Gast ist überrascht, wenn er beim Check-out ein kleines Geschenk bekommt (z. B. eine Flasche Wein). | | |
| 2 | Gutschein Fotobuch | Der Gast begrüßt ein Gutschein für ein hochwertiges Fotobuch. | | |
| 3 | Hotelbewertungsportale | Beim Check-out möchte der Gast auf Hotelbewertungsportale hingewiesen werden und ist nicht abgeneigt seine Bewertung dort abzugeben. | | |
| 4 | Feedbackbogen | Der Gast ist gewillt Feedbackbögen, wenn diese bereit liegen, auszufüllen. | | |
| 5 | Persönliche E-Mail | Der Gast freut sich nach der Reise über eine persönliche E-Mail mit einem "Danke für Ihren Besuch!". | | |
| 6 | Like / Kommentar zu Bildern | Der Gast erwartet, dass auf veröffentlichte Foto in Social-Media-Kanälen mindestens mit einem Like, besser mit einem Kommentar geantwortet wird. | | |
| 7 | Re-Post / Einbinden von Fotos | Dem Gast ist wichtig, dass er gefragt wird, ob Fotos re-postet oder auf der Internetseite eingebunden werden dürfen. | | |