

So nutzen Sie KI,  
um Ihre Gästebindung  
und Ihr **Treueprogramm**  
zu verbessern



Are you part of Hotel Central's Club yet? You could be missing out on a 10% discount at our restaurant 🍷

We're so happy you're looking to book a stay at our hotel. You could just book a room... Or you could book with some wonderful and exclusive benefits from our Loyalty Programme 🏨

Did this answer your question? 👍 🗨

[Book a Room](#)

[I want benefits!](#)



< 12 Hotel Central online

Welcome to Hotel Central, James Smith!

Your assigned flat is 12. To enter, punch in the 1432 code on the door lock.

To access our rooftop you must dial the same code. 🏠

To access the Internet, the WIFI network is HOTELCENTRAL.

If you have any questions, we are here to help you in this same communication channel.

We hope you enjoy your stay!  
Hotel Central team

9:41 AM



- [03](#) Was sind Gästebindungs- und Treueprogramme?
- [16](#) Fördern Sie Ihre Gästebindung und Ihr Treueprogramm mit der Leistungsfähigkeit von Konversations-KI
- [24](#) Die Leistungsfähigkeit von KI in Kombination mit geschultem Personal
- [27](#) Zukünftige Trends und Möglichkeiten
- [31](#) Abschließende Gedanken
- [32](#) HiJiffy

# Was sind Gästebindungs- und Treueprogramme?

In der Hotellerie ist die Gästebindung mittlerweile ein wichtiger Bestandteil der Strategie zur Umsatzgenerierung, insbesondere bei Direktbuchungen. Loyalität gegenüber einem Hotel bedeutet nicht nur, es erneut zu buchen. Dazu gehört auch, sich der Hotelmarke auf emotionaler wie physischer Ebene nah und verbunden zu fühlen. Die meisten Studien zu diesem Thema betonen die Bedeutung regelmäßiger Aufenthalte und den Wert von Erlebnissen, die eine dauerhafte Bindung zwischen dem Gast und dem Hotel schaffen.

Ergänzt wird dies durch die strategische Umsetzung von Treueprogrammen, die mittlerweile mehr sind als Marketingtaktiken. Verschiedene Mechanismen dieser Programme wie punktebasierte Systeme, gestaffelte Prämien und personalisierte Hotelangebote, sorgen für Wertschätzung und Belohnung der Gäste. Gäste profitieren in jeder Phase ihrer Reise von ihnen – von vor bis nach dem Aufenthalt. Vor der Ankunft bieten sie Anreize und Informationen, um den bevorstehenden Besuch zu verbessern. Während ihres Aufenthalts stellen sie individuelle Dienstleistungen und Erlebnisse bereit; und nach dem Aufenthalt fördern sie Feedback und kontinuierliches Engagement.

In der Entwicklung dieser Programme spiegelt sich das wachsende Verständnis für die Loyalität der Gäste wider. Es geht nicht mehr nur ums Punkte sammeln. Es geht darum, jedem Gast, der durch die Tür kommt, eine einzigartige und bleibende Erinnerung zu schaffen. Diese Entwicklung ist die Folge eines wettbewerbsintensiveren Marktes und anspruchsvollerer Kundschaft, die nicht nur eine Unterkunft sucht, sondern auch ein persönlich ansprechendes Erlebnis.

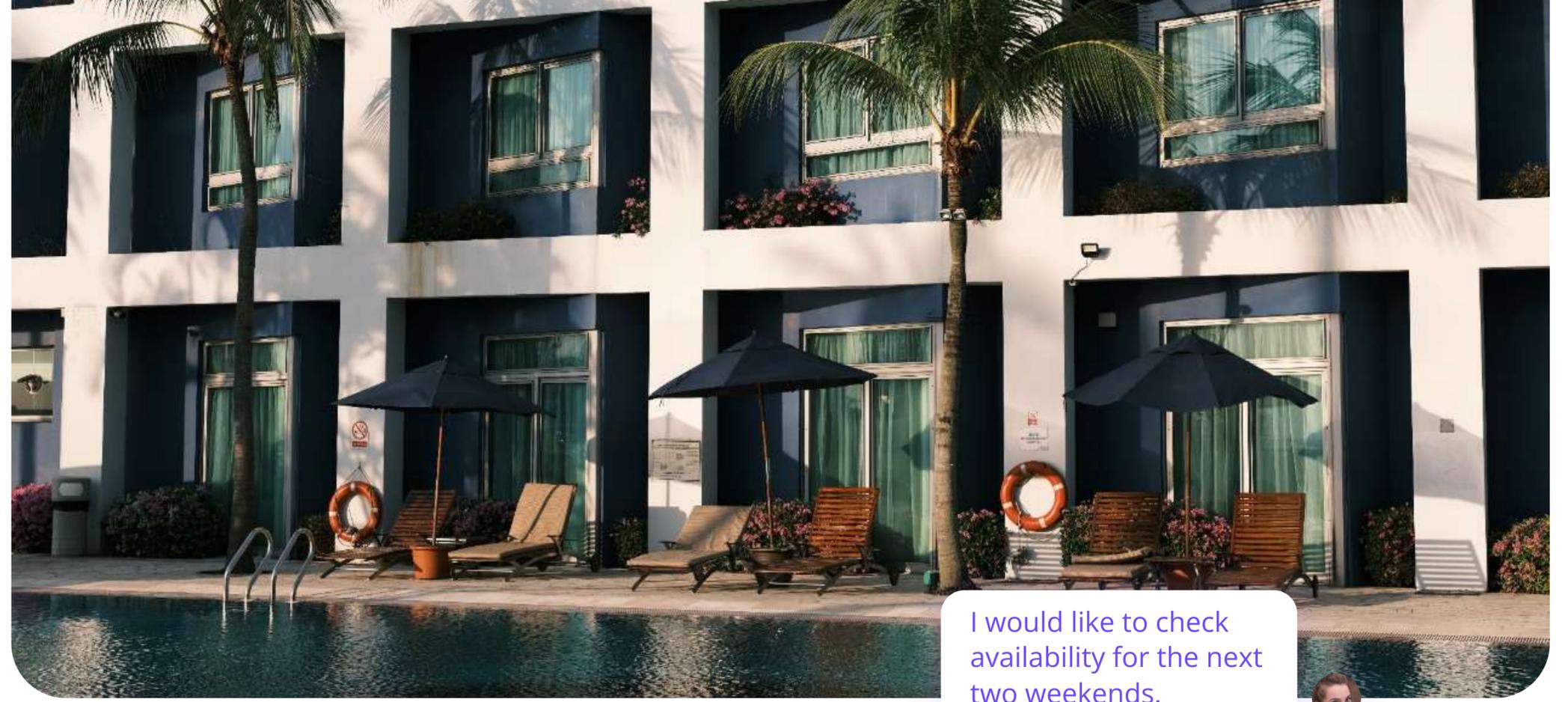


# Loyalität gegenüber einem Hotel bedeutet nicht nur, es erneut zu buchen

# Die Bedeutung von Treueprogrammen in der heutigen Hotellerie

Treueprogramme für die Hotelbranche sind heute so wichtig wie nie zu vor. **Sie sind der Schlüssel zur Verbesserung der Kundenbindung.** Die Hotellerie konzentriert sich zunehmend auf die Steigerung der Einnahmen, die **durch Direktbuchungen über einzelne Websites erzielt werden.** Bei dieser strategischen Verschiebung geht es nicht nur darum, die Abhängigkeit von Online-Reisebüros (OTAs) zu verringern, sondern auch um die zahlreichen anderen Vorteile, die Direktbuchungen bieten. **Die Kosteneffizienz der Förderung von erneuten Buchungen durch diese Programme liegt auf der Hand,** da treue Kunden tendenziell mehr auszugeben und sich intensiver mit der Marke beschäftigen.

Diese Initiativen sind besonders wichtig für die Förderung direkter Online-Reservierungen. Durch direkte Interaktion mit den Gästen können Hotels die **Provisionen von Online-Reisebüros vermeiden,** was **höhere Umsatzmargen** und die Erfassung **wertvoller Kundeninformationen** ermöglicht. Die Programme wirken sich auf alle Phasen der Gästereise aus: Sie steigern die Aufregung vor dem Aufenthalt, werten den Aufenthalt selbst durch individuelle Betreuung auf und vertiefen die Beziehung nach dem Aufenthalt durch Folgeangebote und Kommunikation.



I would like to check availability for the next two weekends.



Can you please help me with the reservation?



I would Love to stay there again!



## Warum Sie sich viel mehr auf eine Direktbuchungsstrategie konzentrieren sollten?

Direktbuchungen helfen dabei, die erheblichen Provisionen (**in der Regel zwischen 15 und 25 %**) zu vermeiden, die von Buchungsplattformen von Drittanbietern erhoben werden. Durch die Umgehung dieser Gebühren können Hotels ihre Gewinnmargen direkt verbessern. Darüber hinaus tragen Direktbuchungen zu **stabileren und besser vorhersehbaren Umsatzströmen** bei und bieten langfristige finanzielle Vorteile. Entscheidend ist dabei, dass ein größerer Teil Ihres Vertriebskanals in den Händen des Hoteliers liegt.

erheben  
Buchungsplattformen  
von Drittanbietern  
**15-25%**

I need to update my reservation



Direktbuchungen

Verbesserung der  
Kundenbeziehungen



Online-Präsenz  
**20%**

höhere Konversionrate für  
mobile Buchungen



Neben finanziellen Vorteilen **spielen Direktbuchungen auch eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Kundenbeziehungen.** Wenn Gäste direkt buchen, gewinnen Hotels wertvolle Erkenntnisse aus **Kundendaten**, mit denen sie ihr **Marketing** und ihre **Dienstleistungen effektiver anpassen können.** Diese Datenerfassung ist ein wesentlicher Vorteil von Direktbuchungen. Der Zusammenhang von diesen mit mehr Wiederholungsbuchungen unterstreicht ihre Bedeutung für die Förderung der Kundenbindung.

Der Erfolg von Direktbuchungen wird stark von der **Online-Präsenz eines Hotels** beeinflusst. Die eigene Website zu optimieren ist daher von entscheidender Bedeutung, da so **eine Steigerung der Konversionsrate um bis zu 30 %** erreicht werden kann. Zudem wächst die Bedeutung mobiler Technologien für Buchungstrends, mit einer **um 20 % höheren Konversionsrate für mobile Buchungen** auf direkten Hotelwebsites im Vergleich zu anderen Plattformen.

**Der Wettbewerb zwischen Direktbuchungen und OTAs ist ein bemerkenswerter Aspekt des modernen Hotellerie-Marketings.** Die akademische Diskussion dreht sich um die Frage, wie Hotels **Mehrwertdienste anbieten können, um Probleme mit der Preisparität mit OTAs auszugleichen.**

Forscher und Experten betonen die Bedeutung gezielter Marketingstrategien, um Direktbuchungen durch Vorteile und Anreize attraktiver zu machen – insbesondere angesichts der weit verbreiteten Marktpräsenz von Online-Reisebüros (OTAs).

Die Steigerung der direkten Konversionen auf Hotel-Websites ist eine Strategie, die viel mehr als nur finanzielle Vorteile bringt. Dabei geht es darum, einen ganzheitlichen Ansatz zu entwickeln, der **Kosteneffizienz, verbesserte Kundenbeziehungen, technologische Fortschritte und strategische Positionierung gegenüber OTAs** kombiniert. Ein solcher Ansatz reduziert die Abhängigkeit von externen Buchungsplattformen und pflegt eine direktere und engere Beziehung zu den Gästen, was für das langfristige Geschäftswachstum und die Kundenbindung entscheidend ist.

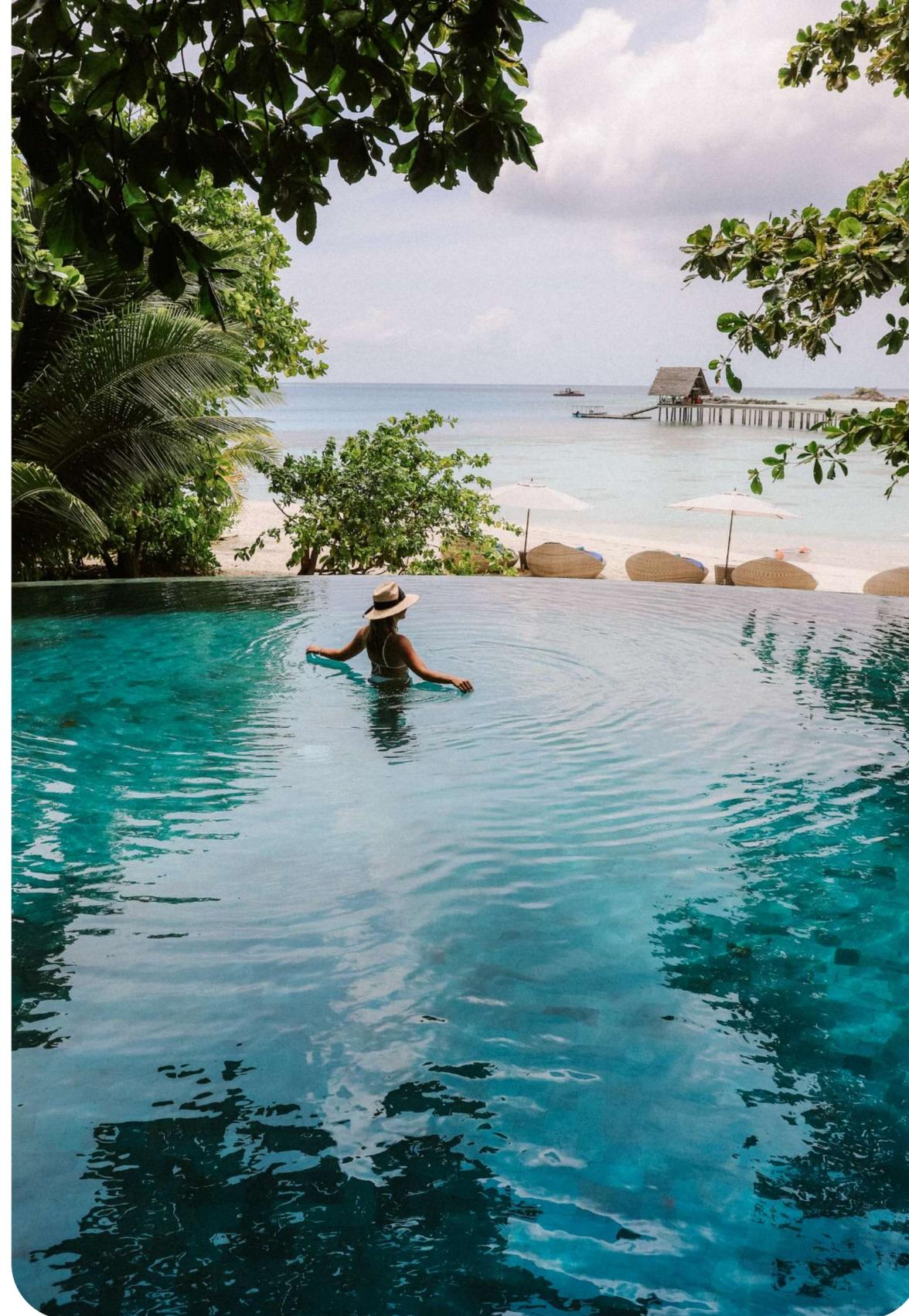
**Es geht um Kosteneffizienz, verbesserte Kundenbeziehungen, technologische Fortschritte und strategische Positionierung gegenüber OTAs.**



## Wie helfen also Treueprogramme?

Wenn Treueprogramme in die offizielle Website des Hotels integriert sind, dienen sie als **leistungsstarkes Instrument zur Schaffung von Anreizen** für Direktbuchungen. Sie belohnen nicht nur erneute Buchungen, sondern vermitteln den Gästen auch ein Gefühl der Zugehörigkeit und Exklusivität. Wie aus den verschiedenen Metriken und Studien hervorgeht, wird der Erfolg von Direktbuchungen in Verbindung mit gut strukturierten Treueprogrammen deutlich verstärkt. **Diese Programme ermutigen Gäste zur Direktbuchung, indem Sie ihnen greifbare Vorteile für Hotelmitglieder bieten** – wie z. B. **Rabatte, kostenlose Dienstleistungen oder exklusive Erlebnisse**, die über OTAs nicht verfügbar sind.

Wie bereits erwähnt, geht es bei der Steigerung der Konversion von Direktbuchungen nicht nur um die unmittelbaren finanziellen Gewinne oder die technologische Hebelwirkung. Auch der Aufbau eines treuen Kundenstamms durch personalisierte Erlebnisse und Belohnungen ist ein entscheidendes Kriterium. **Diese symbiotische Beziehung zwischen Direktbuchungen und Treueprogrammen schafft einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil**, der sowohl die Kundenzufriedenheit als auch die Rentabilität des Unternehmens langfristig steigert.



Mit Treueprogramme **heben Hotels sich außerdem vom restlichen Markt ab**, indem sie langfristige emotionale Verbindungen aufbauen. Diese Programme sind nicht statisch; Sie entwickeln sich entsprechend dem Feedback der Gäste und der sich ändernden Vorlieben weiter und machen jede Phase der Gästereise – von vor bis nach dem Aufenthalt – zu einem maßgeschneiderten Erlebnis.

Treueprogramme für die Hotellerie wirken sich positiv auf verschiedene Kennzahlen aus und beeinflussen das Kundenverhalten und die Geschäftsleistung erheblich. Diese Programme fördern Wiederholungsgeschäfte und Kundenbindung, nehmen unterschiedliche Formen an und bieten diverse Vorteile, die zu ihrer Wirksamkeit beitragen:



## Verbesserte Kundenbindung

Kunden zeigen sich oft loyal gegenüber Hotels, wenn sie dort positive Erfahrungen machen – auch wenn diese Hotels strengere Richtlinien oder höhere Preise haben. Erstklassiger Service führt zu erneuten Besuchen und Kundenwerbung über soziale Medien oder Mundpropaganda, die potenziell mehr loyale Gäste anzieht. Untersuchungen zufolge sind Treueprogramme, die Leistungen, Kundengefühl und externe Faktoren berücksichtigen, wichtig, um Kunden an ein Hotel zu binden. Dies macht es den Kunden schwerer, zu anderen Optionen zu wechseln – da sie keine besseren Alternativen finden oder es sich finanziell nicht rentiert, ein Treueprogramm zu verlassen.



## Punkte und gestaffelte Programme

Traditionelle Punkteprogramme, bei denen Kunden Prämien für zukünftige Vorteile erhalten, erzielen mit hoher Wirksamkeit Anmeldungen. Gestaffelte Treueprogramme, die Belohnungen auf Basis von Ausgabemeilensteinen anbieten, sind in der Hotellerie besonders beliebt. Sie erhöhen das Engagement der Mitglieder und vermitteln ein Gefühl von Exklusivität und Status, wobei höhere Stufen bessere Vorteile bieten. Dieser Gamification-Aspekt macht das Prämienprogramm spannender und fördert ein kontinuierliches Engagement.



## Premium-Treueprogramme

Diese kostenpflichtigen Programme richten sich an High-End-Einrichtungen und bieten sofortige Belohnungen und Vorteile des Elite-Status, stärken die Beziehungen zu Top-Kunden und ermutigen zu wiederholten Besuchen. Trotz der Exklusivität dieser Programme muss jedoch eine gewisse Zugänglichkeit gewährleistet werden, um die Barriere für zukünftige Mitglieder zu senken.



## Verschiedene Belohnungen und VIP-Stufen

Mit einem breiten Angebot an Prämien, wie Bonuspunkten, Rabatten und kostenlosen Dienstleistungen, kann auf unterschiedliche Kundenpräferenzen eingegangen werden. VIP-Stufen ermutigen Kunden, die Mitgliedschaftsleiter zu erklimmen, und bieten größere Vorteile auf höheren Stufen. Diese Strategie verbessert die Kundenbindung und -beziehung.



## Nutzung der Technologie

Der Einsatz von Treueprogramm-Software hilft bei der Verwaltung komplexer Treueprogramme, insbesondere für unabhängige Hoteliers. Diese Technologie bietet spezielle Apps, mit denen der Treueprozess vereinfacht wird, indem Gäste ihre Prämien einfach sehen und einlösen können.



## Prämien für Unternehmen

Zwischen Prämien für Urlaubs- und Geschäftsreisende zu unterscheiden und spezifische Vergünstigungen für Geschäftsaufenthalte zu bieten kann die Wirksamkeit von Treueprogrammen weiter erhöhen.



## Personalisierung und Relevanz

Erfolgreiche Treueprogramme erkennen und verstehen den Wert treuer Kunden und belohnen sie mit personalisierten Erfahrungen und relevanten Angeboten, die über einfache Rabatte hinausgehen. Die finanziellen Auswirkungen dieser Programme auf Leistungskennzahlen von Hotels wie Belegungsrate, Umsatz und Betriebsmarge sind gut dokumentiert.





Beim SAVOY Club Belohnungsprogramm der Savoy Group können Punkte gegen Vorteile eingelöst werden und verschiedene Stufen bringen Privilegien wie Zimmerpreiserabatte.



Novotel, Teil von Accor Live Limitless, bietet ein einzigartiges Programm, das auf Stufen- und Punktebasis Rabatte auf Aufenthalte und Vorteile wie einen frühen Check-In bietet.



BY DORSETT

Das Treueprogramm von Dao by Dorsett legt Wert auf flexible Prämien und Vorteile auf Stufenbasis, wie kostenloses Frühstück und Zimmer-Upgrades.



Marriott Bonvoy bietet Elite-Statusstufen mit Vorteilen wie kostenlosem WLAN, Punkteboni, schnellem und spätem Check-Out und Zimmer-Upgrades. Höhere Stufen wie Titanium und Ambassador Elite bieten zusätzliche Vergünstigungen wie den United Airlines Premier Silver Status und den Your24 Concierge-Service.



Hilton Honors umfasst eine breite Palette von Hotels und bietet Vorteile wie Mitgliederrabatte, Punkte für kostenlose Übernachtungen und späte Check-Outs. Elite-Statusstufen bieten zusätzliche Vorteile wie tägliches Guthaben für Speisen und Getränke und kostenloses Premium-WLAN.

# Beispiele für Top- Treueprogramme

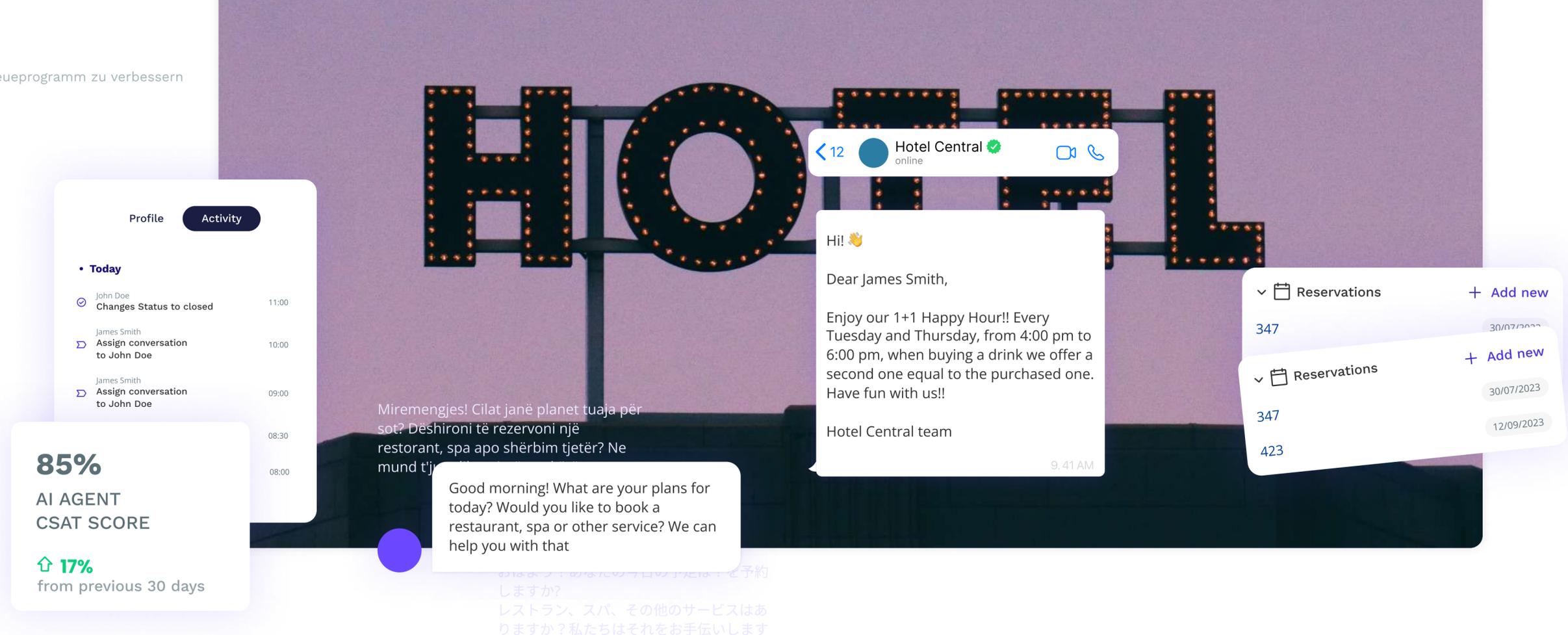
## Welche Rolle spielt KI bei der Verbesserung und Optimierung von Treueprogrammen?

Die Integration von KI in Treueprogramme ist ein bedeutender Fortschritt. Die Fähigkeit der KI, Gästedaten zu analysieren und Erlebnisse zu personalisieren, verändert das Gästelerlebnis an jedem Berührungspunkt. Die Technologie ermöglicht es Hotels, Bedürfnisse und Vorlieben zu antizipieren, vor dem Aufenthalt maßgeschneiderte Erlebnisse anzubieten, Dienstleistungen während des Aufenthalts anzupassen und das Engagement nach dem Aufenthalt aufrechtzuerhalten.

Virtuelle Concierges und KI-Technologien, wie die von HiJiffy, finden zunehmend Einsatz in der Hotellerie, **um das Gästelerlebnis zu verbessern** und die Loyalität zu steigern.

A woman with long dark hair, wearing a white shirt with blue and red geometric patterns, is smiling and talking on a black mobile phone. The background is a blurred indoor setting with greenery and a white wall.

Doch wie wirken sich diese Technologien auf Hotels, Gästebindung und ihre Treueprogramme aus?



## Personalisiertes Gästerlebnis

KI-gestützte virtuelle Concierges können Ihnen dabei helfen, **Gästedaten** zu früheren Aufenthalten, **Vorlieben** und **Feedback zu analysieren**, um personalisierte Empfehlungen und Dienstleistungen anzubieten. Dieser maßgeschneiderte Ansatz gibt den Gästen das Gefühl, geschätzt und verstanden zu werden, und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie der Hotelmarke treu bleiben.

## Effizienter und reaktionsschneller Service

Virtuelle Concierges bieten **sofortige Antworten auf Gästeanfragen und -wünsche – rund um die Uhr**. Diese Effizienz steigert die Zufriedenheit der Gäste, denn bei Bedarf schnelle Hilfe zu erhalten verbessert ihr Gesamterlebnis. Im Fall von HiJiffy geschieht dies in über 130 Sprachen.

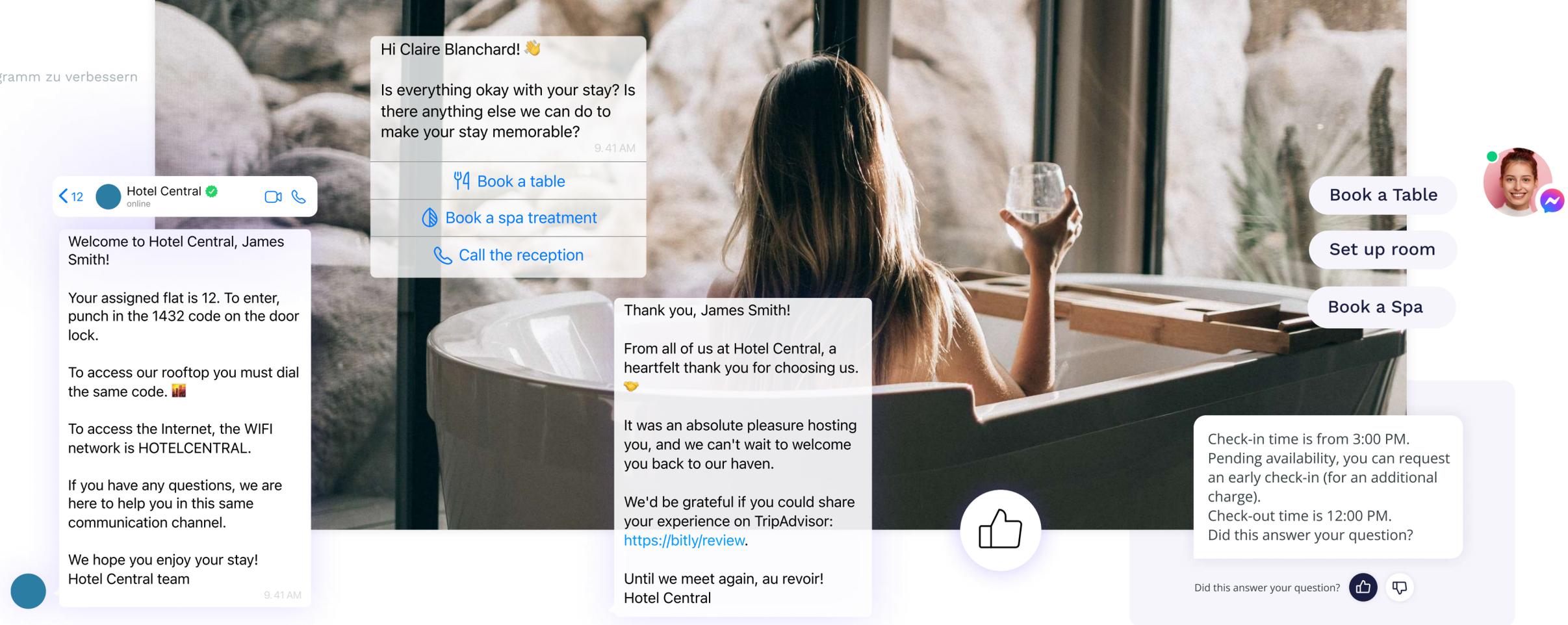
## Integration mit Treueprogrammen

KI-Systeme können so programmiert werden, dass sie die **Anmeldung zu Treueprogrammen fördern** und den Gästen exklusive Vorteile wie **Zimmer-Upgrades, kostenlose Dienstleistungen oder personalisierte Angebote bieten**. Die Verstärkung der Botschaft macht das Treueprogramm für die Gäste attraktiver und ermutigt sie, immer wieder zu kommen.

## Datengestützte Erkenntnisse

KI-Tools können riesige **Datenmengen über Gästepräferenzen, Ausgabegewohnheiten und Feedback sammeln und analysieren**. Diese Erkenntnisse ermöglichen es Hotels, ihre Dienstleistungen und Treueprogramme kontinuierlich anzupassen und sicherzustellen, dass sie für ihre Gäste attraktiv und relevant bleiben.

So nutzen Sie KI, um Ihre Gästebindung und Ihr Treueprogramm zu verbessern



## Automatisierter Check-In/Check-Out

Mit KI können Hotels optimierte Check-In- und Check-Out-Prozesse anbieten, **Wartezeiten verkürzen und den Komfort erhöhen**. Mitglieder des Treueprogramms erhalten schnellere Services oder mobile Check-In-Optionen, um ihr Erlebnis zu verbessern.

## Maßgeschneiderte Marketingkommunikation

KI ermöglicht es Ihnen, **Gäste auf Basis ihres Verhaltens und ihrer Vorlieben zu segmentieren**, sodass Hotels gezielte und personalisierte Marketingmitteilungen versenden können. Dies kann Sonderangebote für Mitglieder des Treueprogramms sowie die Steigerung von Engagement und Wiederholungsbuchungen umfassen.

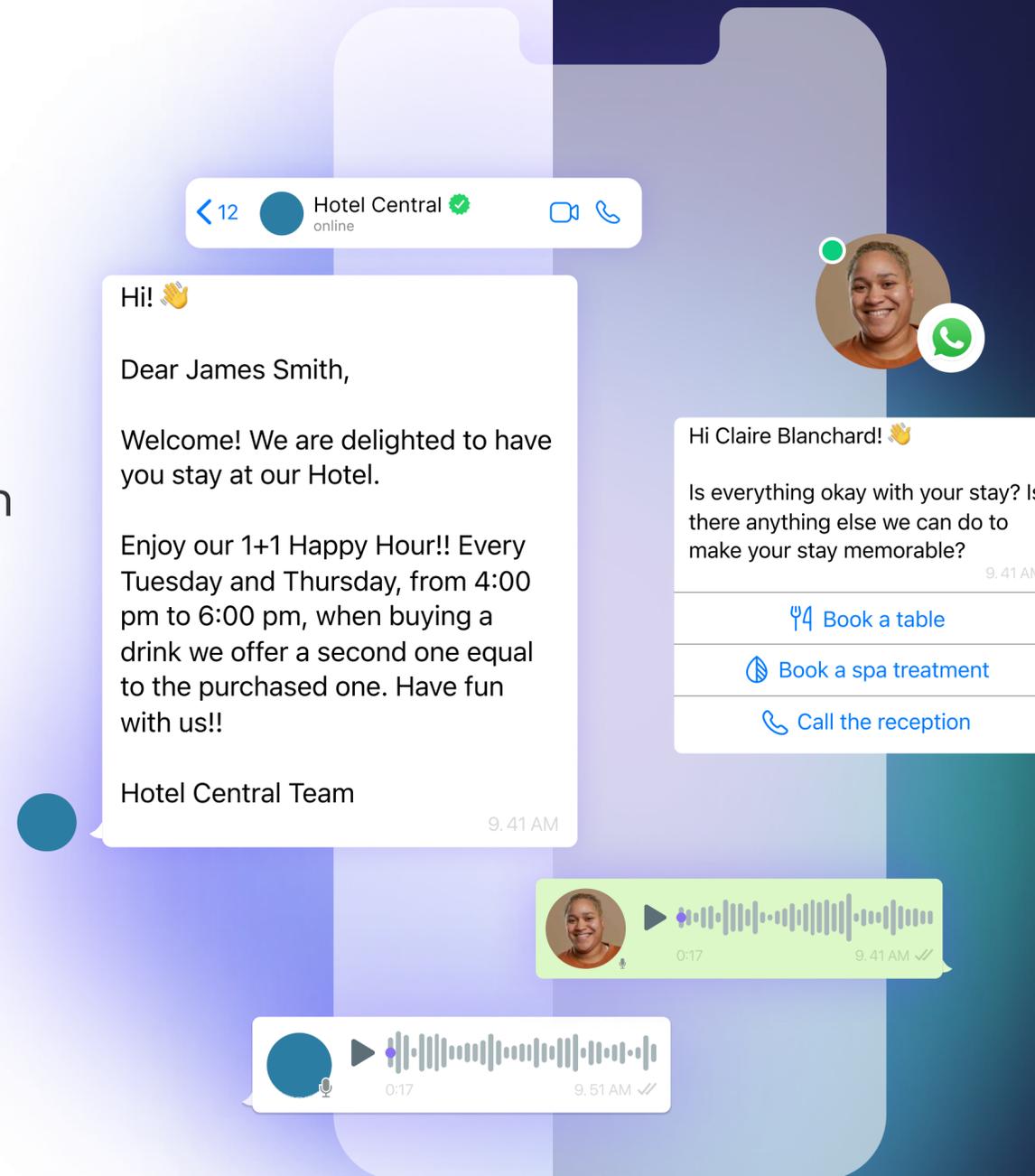
## Feedback-Anfragen und Werbung

**KI-Tools können Gästebewertungs- und Feedbackanfragen versenden** und ermöglichen Hotels Einblicke, was Gäste schätzen und was verbessert werden muss. Die Auseinandersetzung mit diesen Bereichen kann die **Zufriedenheit und Loyalität der Gäste erhöhen**.

## Bequeme Buchung von Dienstleistungen

Gäste können digitale Concierges nutzen, um ganz einfach **Dienstleistungen wie Spa-Termine, Restaurantreservierungen oder lokale Touren zu buchen** – oft mit Rabatten oder Vergünstigungen des Treueprogramms – und profitieren so von einem optimierten Ansatz für **Cross-Selling und Upselling**

Digitale Concierges und KI-Technologien in Hotels **verbessern das Gästerlebnis durch Personalisierung, Effizienz und datengestützte Erkenntnisse.** Durch die Integration dieser Technologien in Treueprogramme können Hotels die Gästebindung fördern, wiederholte Besuche fördern und sich in der Hotelbranche einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

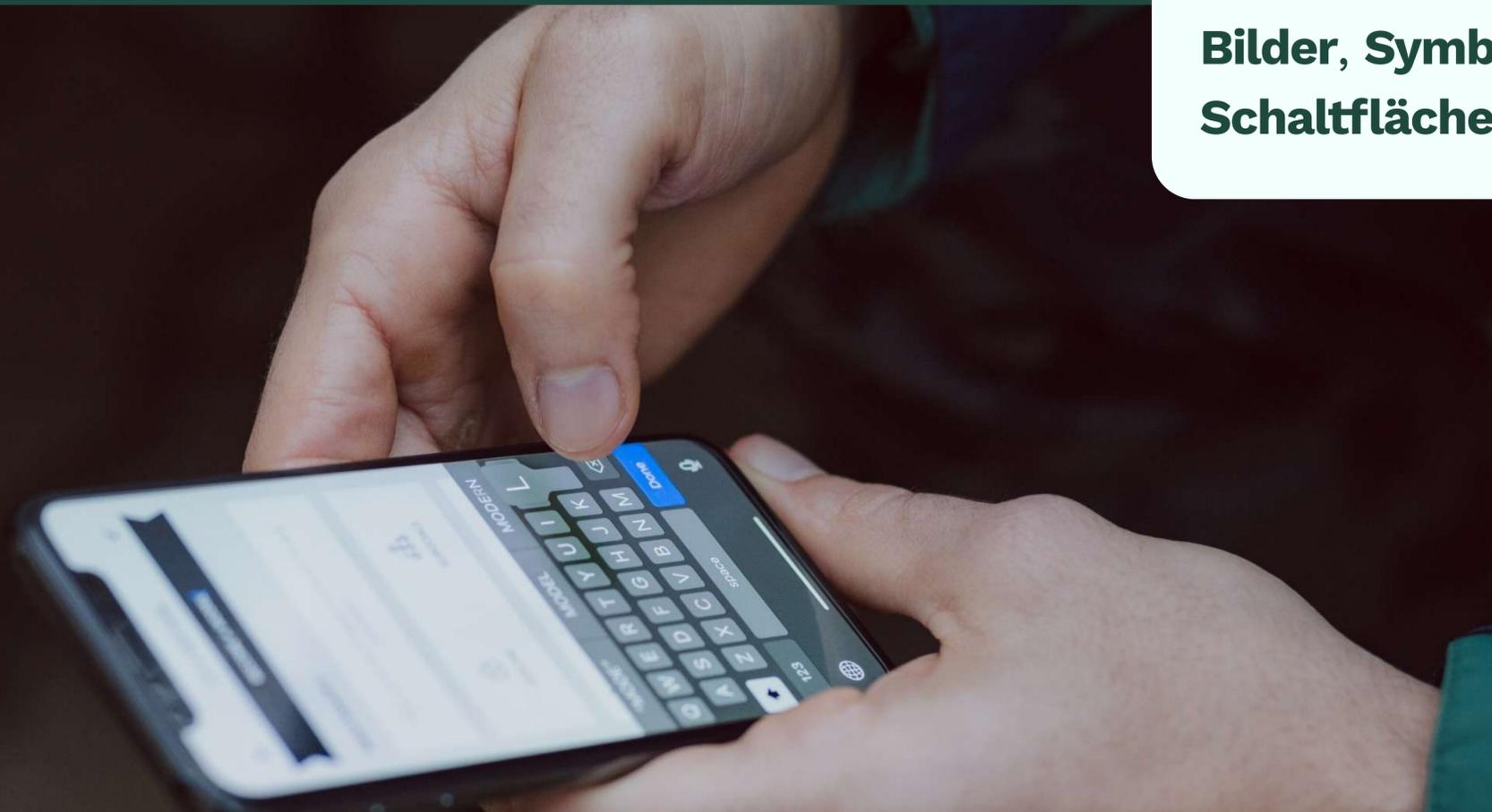


Die nächste Frage ist also: Wie wird das alles **in der Praxis** umgesetzt?

**Fördern Sie Ihre  
Gästebindung und Ihr  
Treueprogramm mit der  
Leistungsfähigkeit von  
Konversations-KI**

In den folgenden Abschnitten werden wir **verschiedene Optionen untersuchen, wie Ihr Treueprogramm in den verschiedenen Phasen der Gästereise** mithilfe der Leistungsfähigkeit von Konversations-KI verbessert werden kann

Unser oberstes Ziel ist es, das umfangreiche Angebot an Alternativen für Hoteliers zu beleuchten. Wir raten dabei nicht dazu, jede einzelne Option zu implementieren – das wäre zu aufdringlich und würde sich negativ auf das Kundenerlebnis auswirken. Ihre Strategie wird nur dann erfolgreich sein, wenn Sie Ihr **Messaging wirklich testen und optimieren:**



1

Probieren Sie Nachrichten in **verschiedenen Phasen** der Reise Ihrer Gäste aus



2

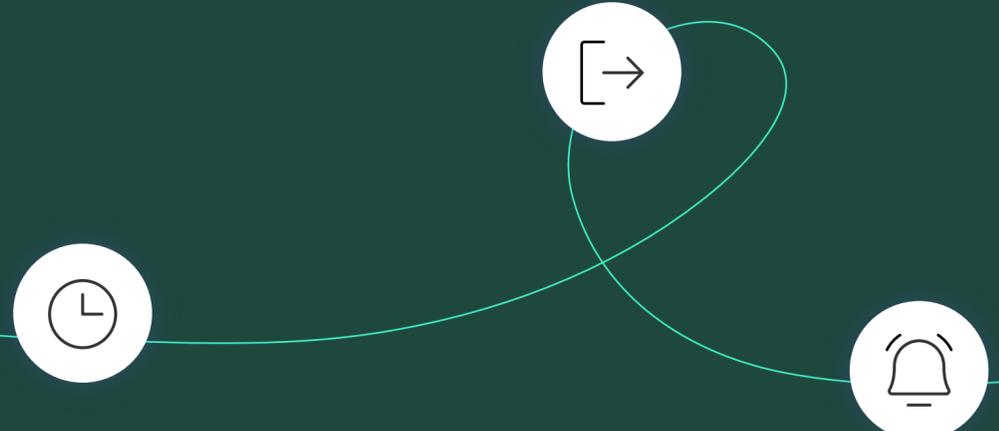
Experimentieren Sie mit den Inhalten, die Sie verwenden: Passen Sie Ihren **Ton, Nachrichtentext, Bilder, Symbole** und **Schaltflächen** an.



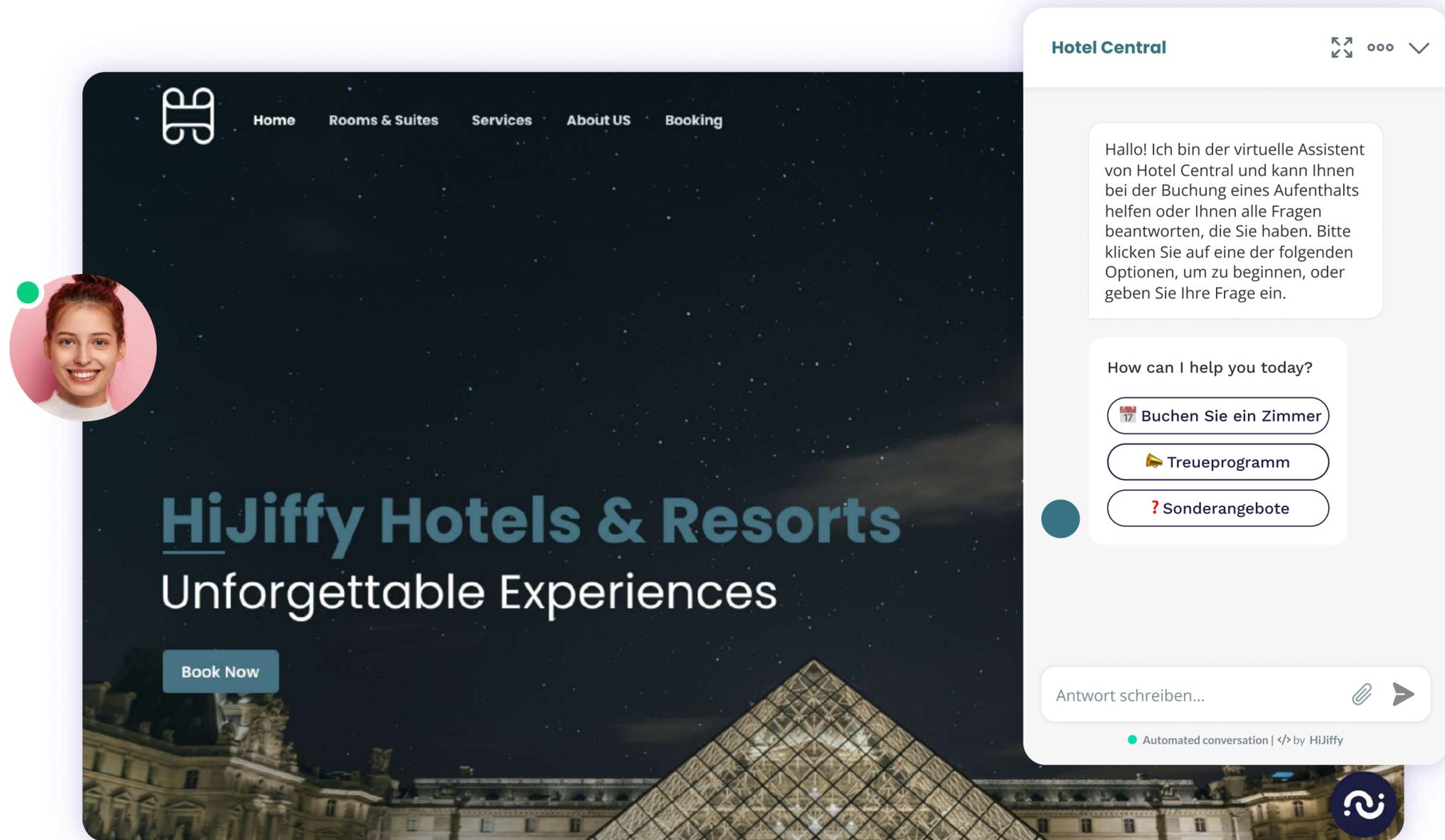
3

Heben Sie die Hauptmerkmale und Vorteile des Treueprogramms Ihres Hotels hervor. Werden Sie sich vorwiegend auf **Restaurant-** und **Spa-Rabatte** konzentrieren? Oder vielleicht auf die **Beschleunigung von Check-In-** und **Check-Out-** Prozessen?

Es ist sehr wichtig, sich Gedanken darüber zu machen, was Ihr Gast während seines Aufenthalts in Ihrem Hotel sucht, aber auch Vorteile zu bieten, die eine Erfahrung fördern, von der er vielleicht noch nichts wusste.



Im Folgenden finden Sie einige Beispiele, mit denen Hotels ihre **Gästebindung** und **Treueprogramme** erfolgreich aktiv fördern. Um dies leichter verständlich zu machen, haben wir die Beispiele nach Schritten in der Gästereise aufgeschlüsselt. Denken Sie daran, dass alle diese Meldungen zuvor auf Ihrer benutzerfreundlichen HiJiffy-Konsole definiert werden.



The image shows a screenshot of the HiJiffy Hotels & Resorts website. The website header includes a logo and navigation links: Home, Rooms & Suites, Services, About US, and Booking. The main content area features the text "HiJiffy Hotels & Resorts" and "Unforgettable Experiences" with a "Book Now" button. A chatbot interface is overlaid on the right side of the website. The chatbot header is "Hotel Central" and includes a close button. The chatbot message reads: "Hallo! Ich bin der virtuelle Assistent von Hotel Central und kann Ihnen bei der Buchung eines Aufenthalts helfen oder Ihnen alle Fragen beantworten, die Sie haben. Bitte klicken Sie auf eine der folgenden Optionen, um zu beginnen, oder geben Sie Ihre Frage ein." Below the message are three buttons: "Buchen Sie ein Zimmer", "Treueprogramm", and "Sonderangebote". At the bottom of the chatbot interface is a text input field labeled "Antwort schreiben..." and a send button. A small status bar at the bottom of the chatbot indicates "Automated conversation | </> by HiJiffy".

## Vorbuchungsphase

Beispiel 1: Wenn Kunden auf der Hotel-Website landen, informieren Sie sie nach einer kurzen Begrüßungs- und Willkommensnachricht über Ihr Treueprogramm und erstellen Sie eine Schaltfläche, über die mehr Details darüber angezeigt werden.

**Sprechen Sie Ihre Kunden an** während sie sich in der Anfangsphase ihrer Hotelsuche befinden.

Wenn der potenzielle Kunde auf die Schaltfläche klickt, sendet der Chatbot eine Nachricht, in der die Vorteile Ihres Treueprogramms erläutert werden. In dieser Nachricht sollte sich eine Schaltfläche befinden, die direkt auf die Anmeldeseite Ihres Treueprogramms verweist.

### Spa & Restaurant

Sie können Ihr Treueprogramm durch spezifisches Verhaltensmarketing bewerben. Ein Beispiel: Wenn sich ein Gast auf Ihrer Spa-Seite befindet, können Sie festlegen, dass der Chatbot eine Pop-up-Nachricht sendet, in der die exklusiven Vorteile für Mitglieder des Treueprogramms hervorgehoben werden.

Sie sind definitiv nicht nur auf eine Seite beschränkt. Es gibt unendlich viele Möglichkeiten, Ihr Treueprogramm durch Pop-ups auf verschiedenen Seiten zu pushen, basierend auf den Präferenzen, die der potenzielle Gast beim Navigieren zeigt

**Hotel Central**

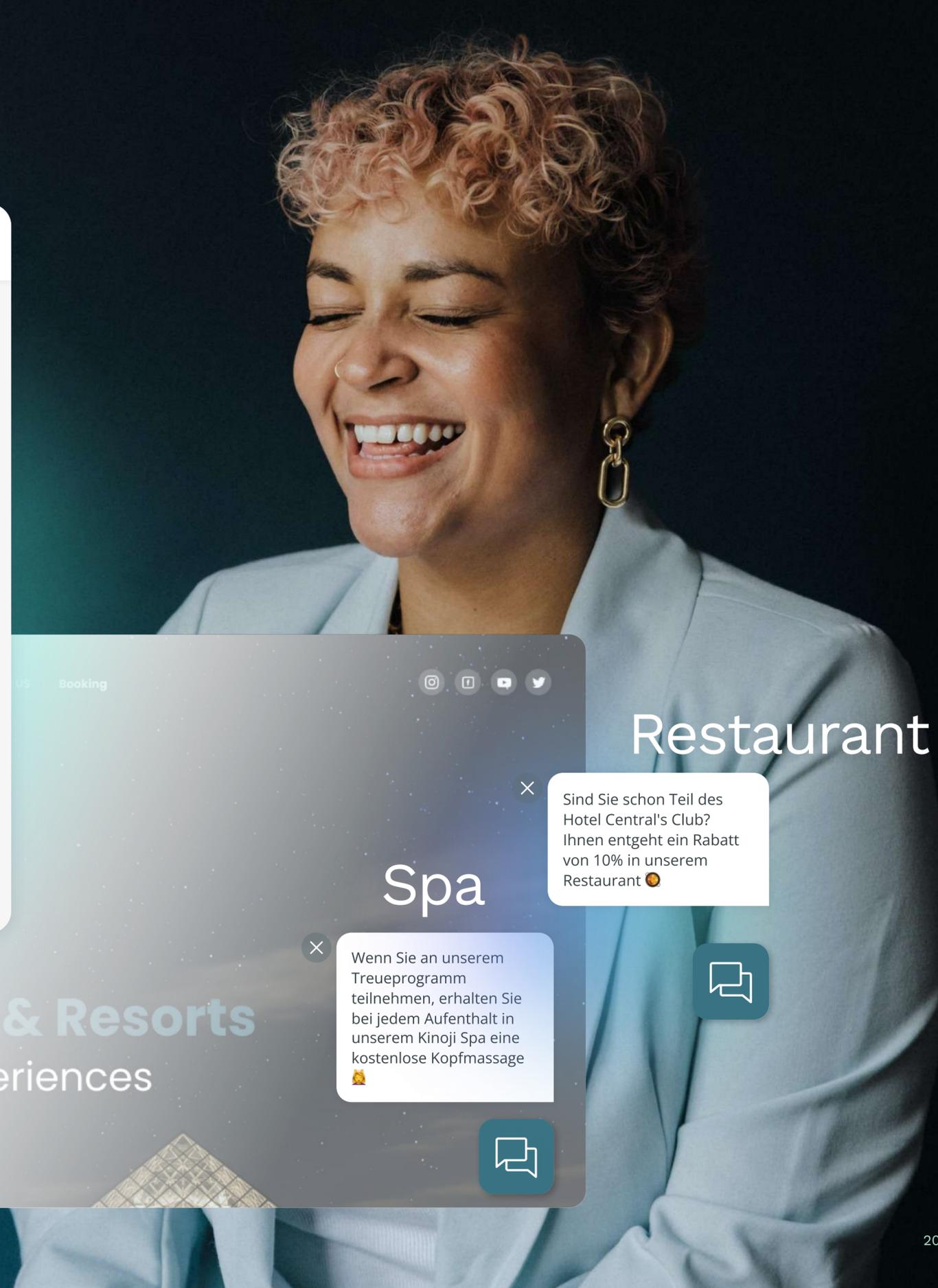
Das Treueprogramm Hotel Central bietet seinen Mitgliedern exklusive Vorteile. Jede höhere Stufe, die Sie erreichen, bietet Ihnen mehr Vorteile:

- 🥉 Bronze: 5 % Rabatt auf Ihre Buchung
- 🥈 Silber: 10 % Rabatt auf Ihre Buchung, 10 % auf Speisen und Getränke und Spa-Dienstleistungen
- 🥇 Gold: 15 % auf Ihre Buchung, Zugang zur Executive Lounge, 10 % auf Speisen und Getränke sowie Spa-Services, Premium-WLAN

[Für das Treueprogramm anmelden](#)

Antwort schreiben...

Automated conversation | </> by HIJiffy



Restaurant

Spa

Sind Sie schon Teil des Hotel Central's Club? Ihnen entgeht ein Rabatt von 10% in unserem Restaurant 🍷

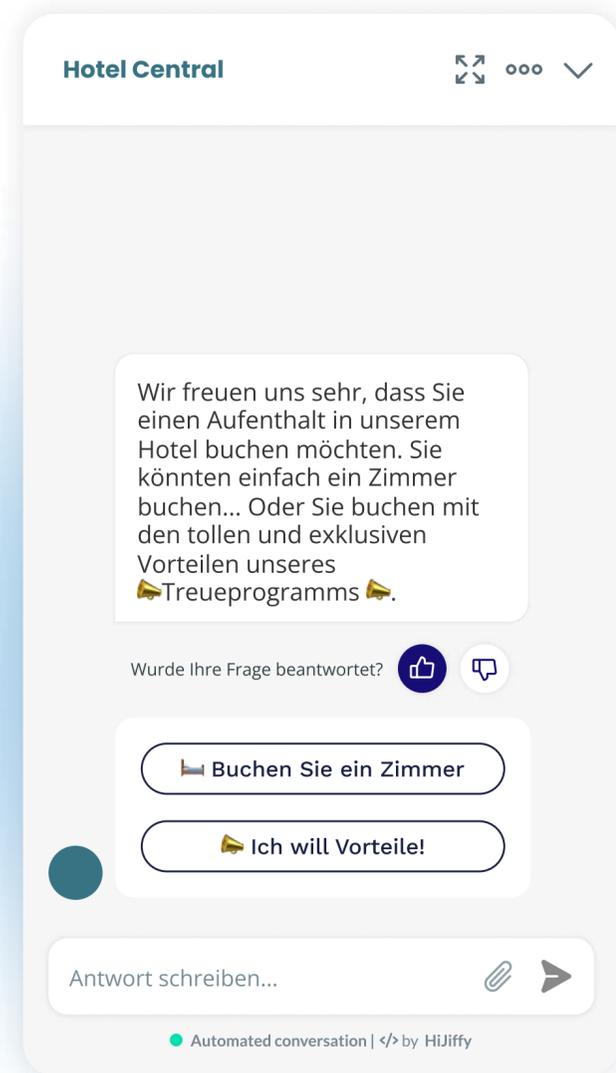
Wenn Sie an unserem Treueprogramm teilnehmen, erhalten Sie bei jedem Aufenthalt in unserem Kinoji Spa eine kostenlose Kopfmassage 🧖

Hotels & Resorts  
Unforgettable Experiences

## Booking Phase

**Erklärung:** Anstatt Ihre Gäste direkt zu Ihren Buchungsformularen zu leiten, können Sie ihnen über eine Schaltfläche erklären, was sie verpassen, wenn sie sich nicht direkt vor der **Buchung für das Treueprogramm anmelden.**

### Beispiel 1:



**Erklärung:** Sie können den **Chatbot auch eine Pop-up-Nachricht** anzeigen lassen, wenn Ihr Gast auf der Buchungsseite der Website landet. Dies könnte den Reiz des Treueprogramms weiter erhöhen.

### Beispiel 2:

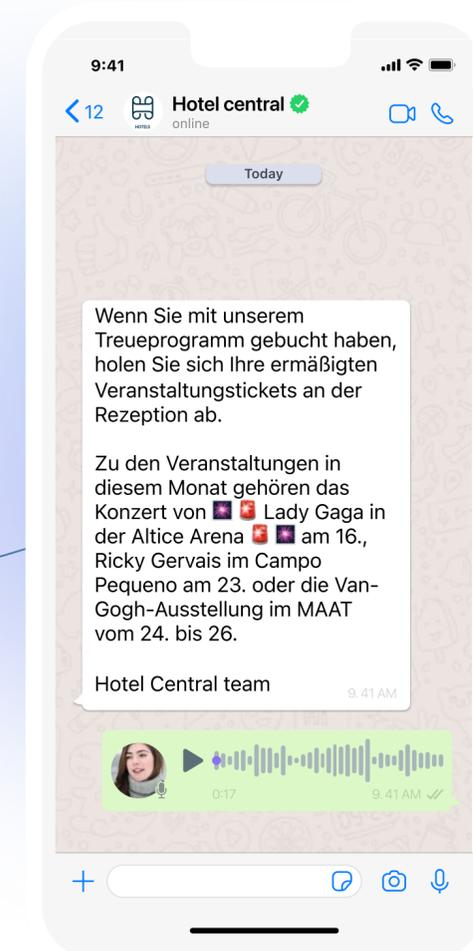
Mit unserem 🏆Treueprogramm 🏆 bekommen Sie mehr für weniger Geld. Allein durch Ihre Anmeldung erhalten Sie einen Rabatt von 5 % auf alle Ihre Reservierungen 🎉.



## Vor der Ankunft

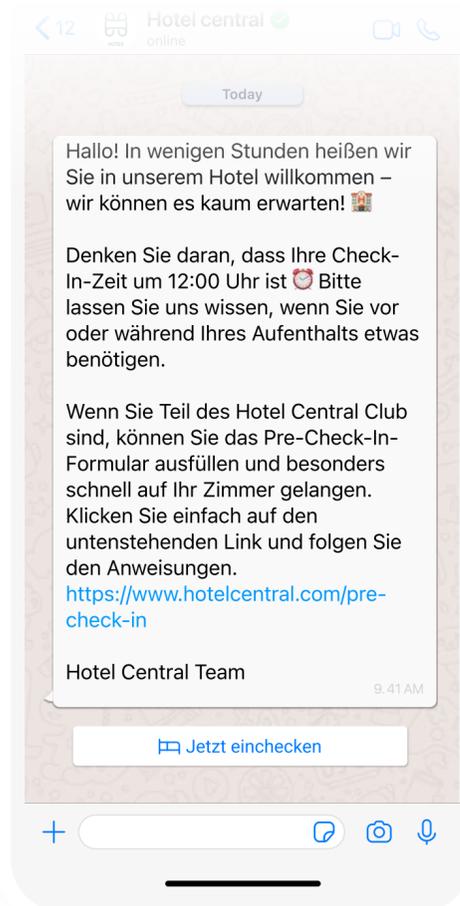
Teilen Sie einen Teaser über exklusive Veranstaltungen, Dienstleistungen oder Annehmlichkeiten, die nur für Treuemitglieder verfügbar sind.

### Beispiel 1 – Eine Woche vor der Ankunft



Stellen Sie sicher, dass Sie die Vorteile eines Treueprogramms von Anfang an nutzen. Ein positiver und komfortabler Check-In kann einen großen Unterschied ausmachen, wenn die Gäste müde von ihren Reisen sind und sich einfach nur einleben wollen. Dies ist ein **sicherer Weg, um sowohl Ihren treuen Gästen als auch Ihrem Rezeptionspersonal Zeit zu sparen.** Sie müssen nicht immer Schaltflächen für die Anmeldung zum Treueprogramm haben. Wenn Sie Ihren nicht treuen Gästen nur ein wenig "FOMO" geben, können Sie sie dazu bringen, sich über Ihr Programm zu erkundigen.

### Beispiel 2: Einen Tag vor der Ankunft – Early-Check-In-Aktion



## Während des Aufenthaltes der Gäste

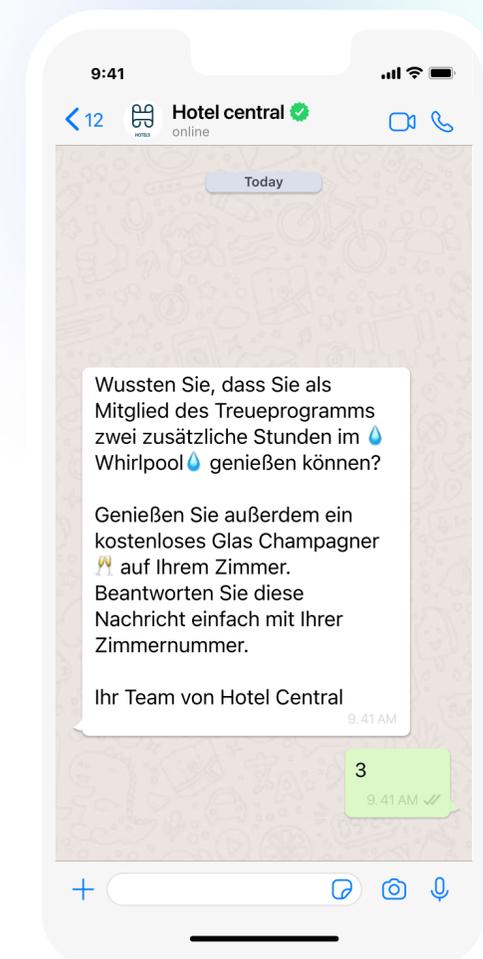
Setzen Sie eine Online-Check-In-Kampagne ein, die Treuemitglieder und Direktbuchungsgäste auf ihr kostenloses Begrüßungsgetränk hinweist. Stellen Sie sicher, dass der Vorteil ein einzigartiges und unvergessliches Erlebnis für den Gast ist, denn dies hat großen Einfluss darauf, wie das Programm und die Hotelmarke wahrgenommen werden. Es geht darum, Gästen das Gefühl zu geben, Teil Ihrer Gemeinschaft zu sein.

### Beispiel 1: Sonderangebot für Treuemitglieder oder Gäste, die direkt buchen



Nutzen Sie Ihre In-Stay-Kampagne, um exklusive Dienstleistungen für Treuemitglieder wie Spa-Behandlungen, Restaurant-Specials oder Veranstaltungen vorzuschlagen.

### Exklusive Upselling-Kampagne für Treuemitglieder oder Direktbuchungen:



## Vor der Abreise

Das Anbieten eines Express- oder kontaktlosen Check-Outs für Treuemitglieder ist eine gute Möglichkeit, Gästen eine Mitgliedschaft anzubieten oder sie zumindest davon zu überzeugen, Ihre nächste Buchung als Mitglieder des Treueprogramms vorzunehmen. Dem Gast ein stressfreies Erlebnis des Check-Outs zu verschaffen ist eine großartige Möglichkeit, einen positiven bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

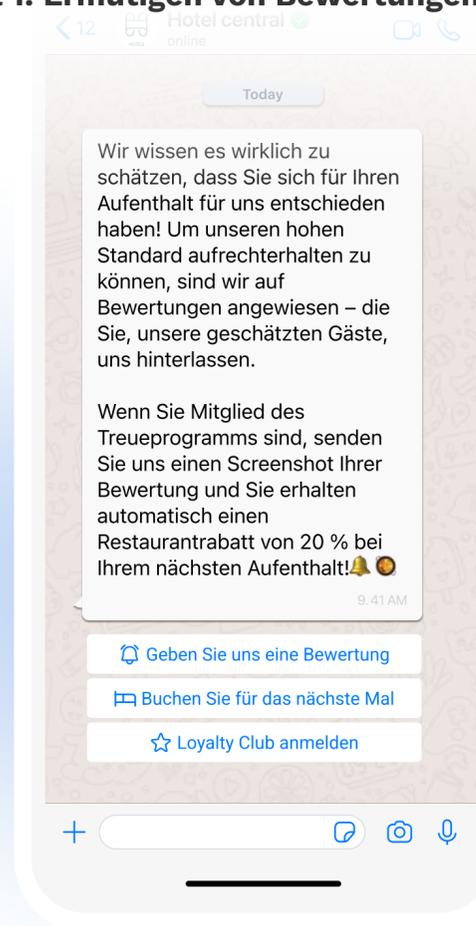
### Beispiel 1: Exklusiver optimierter Check-Out mit KI



## Abreise

Unterstreichen Sie die Bedeutung von Gästebewertungen und nutzen Sie Bonuspunkte Motivator. Schaffen Sie Anreize für Treuemitglieder, Bewertungen abzugeben und im Gegenzug Bonus-Treuepunkte oder Rabatte auf bestimmte Dienstleistungen zu erhalten, wenn sie mehr Kunden aus der Gegend haben. Ein gutes Beispiel dafür sind Hotels mit Spas, die mehr regionale Besucher oder Wiederholungsaufenthalte bekommen.

### Beispiel 1: Ermutigen von Bewertungen durch Anreize



# Die **Leistungsfähigkeit** **von KI** in Kombination mit geschultem Personal

## Nutzung von KI in der Hotellerie

Die Integration von Konversations-KI in Tools wie **digitale Concierges und Chatbots** verändert die Hotellerie. Dieser technologische Fortschritt hat die Art und Weise, wie Hotels mit Gästen interagieren, revolutioniert und bietet stärker **personalisierte und effizientere Dienstleistungen**. Um das Potenzial dieser KI-Systeme auszuschöpfen, muss sichergestellt werden, dass das Hotelpersonal gut geschult ist. **Ein gut vorbereitetes Team** kann die von KI generierten **Daten und Erkenntnisse vollständig verstehen** und nutzen, um das Gästerlebnis zu verbessern. Dies ist besonders wichtig bei Treueprogrammen, wo die Kombination aus der Effizienz der KI und menschlicher Erkenntnisse das Gesamterlebnis des Gastes erheblich verbessern kann. Eine angemessene Schulung der Mitarbeiter in diesem Bereich ebnet den Weg für eine nahtlose Mischung aus Technologie und persönlichem Service, die für die Aufrechterhaltung eines hohen Standards der Servicequalität unerlässlich ist.

## Verbesserung des Kundenerlebnisses durch Mitarbeiterkompetenz

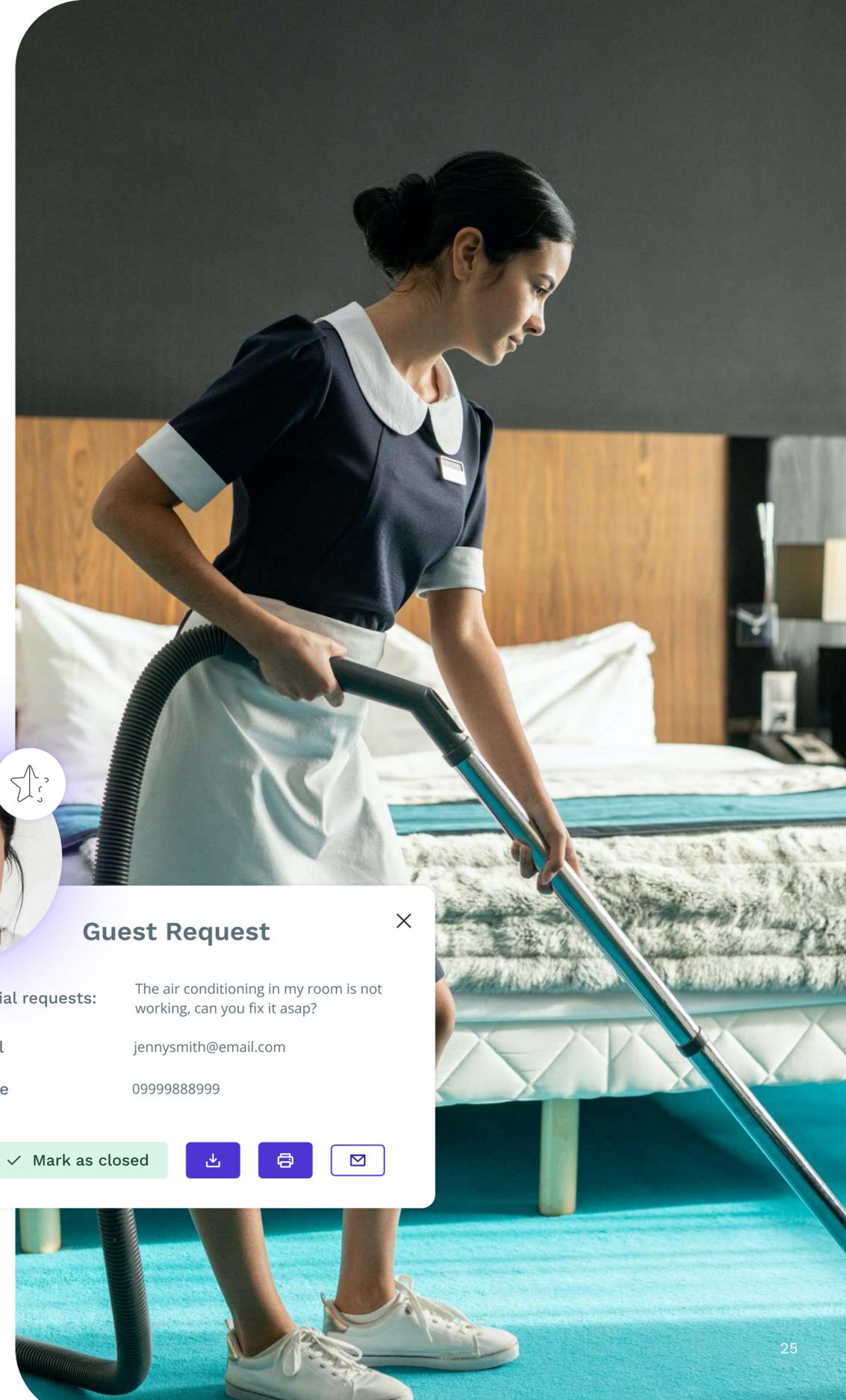
In der Hotellerie ist das **Kundenerlebnis der wichtigste Faktor**, und **Treueprogramme spielen eine entscheidende Rolle** bei der Gestaltung dieses Erlebnisses. Die Schulung des Hotelpersonals im kompetenten Umgang mit **KI-gesteuerten Tools** geht über die technische Kompetenz hinaus. Sie umfasst auch Soft Skills und emotionale Intelligenz. Die Mitarbeiter sollten in der Lage sein, KI-Erkenntnisse zu nutzen, um personalisierte Dienstleistungen zu erbringen – ein Schlüsselement bei der Stärkung von Treueprogrammen. Wenn KI beispielsweise die Vorlieben eines Gastes identifiziert, sollten die Mitarbeiter bereit sein, diese Wünsche zu erkennen und zu erfüllen, um letztendlich den wahrgenommenen Wert des Treueprogramms zu steigern. Dieser personalisierte Ansatz, der von KI unterstützt, aber von Menschenhand ausgeführt wird, spielt eine entscheidende Rolle bei der Vertiefung der Gästebindung und -zufriedenheit.

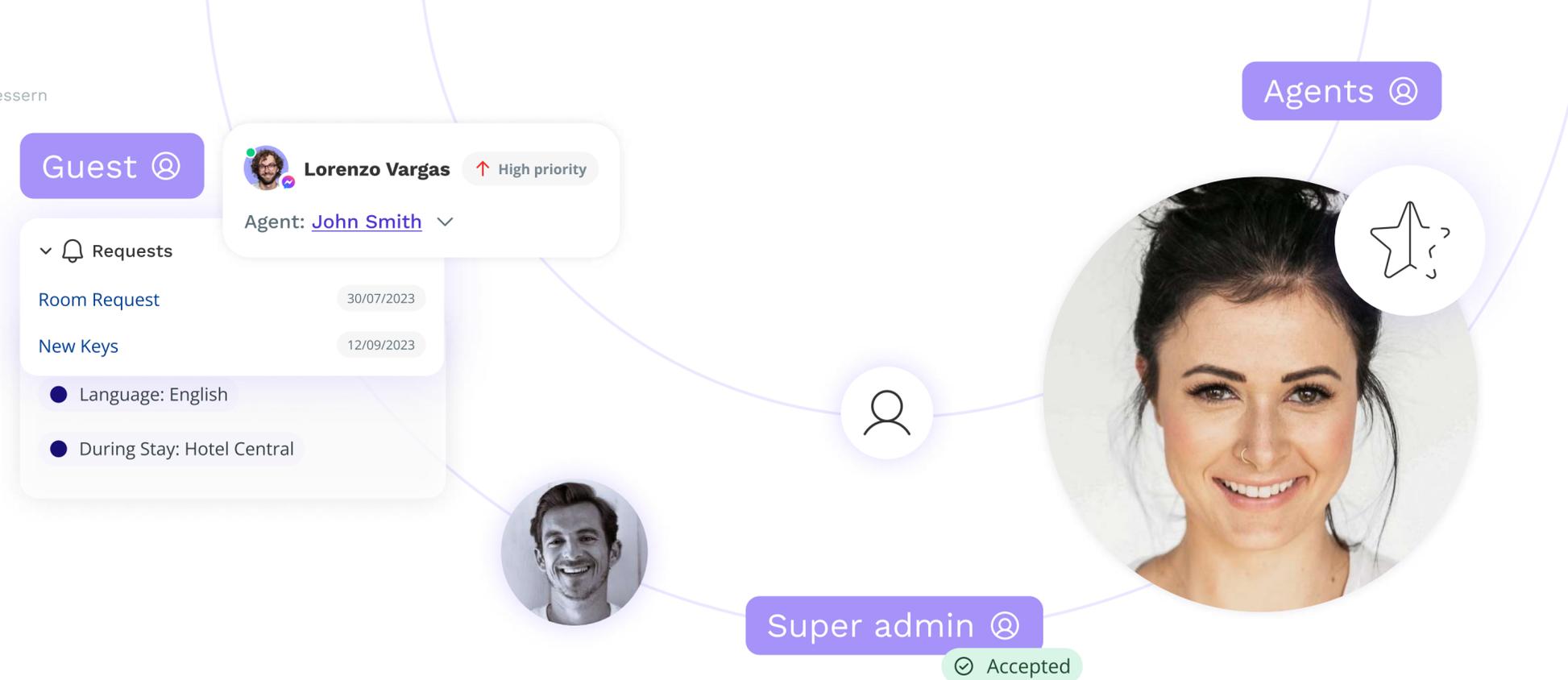


**Guest Request** ✕

Special requests:	The air conditioning in my room is not working, can you fix it asap?
Email	jennysmith@email.com
Phone	09999888999

✓ Mark as closed    📄    🖨️    ✉️





## Effektive Synergie zwischen Mensch und KI

Eine effektive Zusammenarbeit **zwischen menschlichem Personal und KI-Systemen** ist für ein nahtloses Gästerlebnis unerlässlich. Schulungen ermöglichen es Mitarbeitern, in Harmonie mit KI-Tools zu arbeiten, und stellen sicher, dass sie automatisierte Dienste **mit einer menschlichen Note** ergänzen können. Diese Synergie ist besonders wichtig für Treueprogramme, bei denen das Verständnis und die Reaktion auf die Vorlieben der Gäste von zentraler Bedeutung sind. **Mitarbeiter, die in dieser hybriden Umgebung geschult sind, können ein Serviceniveau bieten, das KI allein nicht replizieren kann**, und so ein erfreulicherer und unvergesslicherer Erlebnis für die Gäste schaffen.

## Kontinuierliches Lernen und Anpassung

Regelmäßige Updates und fortlaufende Schulungen zu neuen KI-Features und -Funktionalitäten sind von grundlegender Bedeutung, damit die Mitarbeiter mit diesen Tools vertraut sind. Kontinuierliche **Weiterbildung ermöglicht es den Mitarbeitern, die neuesten KI-Funktionen für eine verbesserte Personalisierung und Effizienz zu nutzen.** Darüber hinaus fördert eine konsequente Schulung das Selbstvertrauen und die Kompetenz der Mitarbeiter, was sich positiv auf Leistung und Gästeservice auswirkt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die **Schulung des Hotelpersonals für die Arbeit mit Konversations-KI ein Hauptfokus der Hotellerie** sein wird, insbesondere im Zusammenhang mit Treueprogrammen. Es geht nicht nur darum, Technologie zu verstehen; Es geht darum, die Mitarbeiter in die Lage zu versetzen, diese Tools zu nutzen, um außergewöhnliche, personalisierte Gästerlebnisse zu bieten. Diese Synergie zwischen menschlichem Service und KI-Effizienz ist Zukunft erstklassiger Hotellerie.

# Zukünftige Trends und Möglichkeiten

Die Integration von künstlicher Intelligenz (KI) in Hotel-Treueprogramme stellt einen anhaltenden Wandel in der Hotellerie dar. Das Potenzial von KI zur Personalisierung von Gästelerlebnissen, zur Verbesserung der Kundenbindung und zur Vorhersage zukünftiger Trends im Gästeverhalten ist enorm und vielversprechend, und wir beginnen erst, ihr Potenzial voll auszuschöpfen.

## Personalisierung durch maschinelles Lernen

Die Fähigkeit der KI, riesige Datensätze zu analysieren, ist ein Game-Changer in der Hotellerie. **Algorithmen für maschinelles Lernen werden immer geschickter darin**, die Präferenzen von Gästen zu antizipieren, indem sie verschiedene Faktoren wie **vergangenes Verhalten, demografische Daten und sogar Echtzeitdaten aus Gästeinteraktionen** berücksichtigen. Dieses Maß an Personalisierung geht über das bloße Anbieten von Zimmerpräferenzen hinaus. Es kann sich darauf erstrecken, Speisemöglichkeiten und Aktivitäten vorzuschlagen und sogar die Annehmlichkeiten im Zimmer an bestimmte Bedürfnisse und Vorlieben anzupassen.

What does the all-inclusive include?

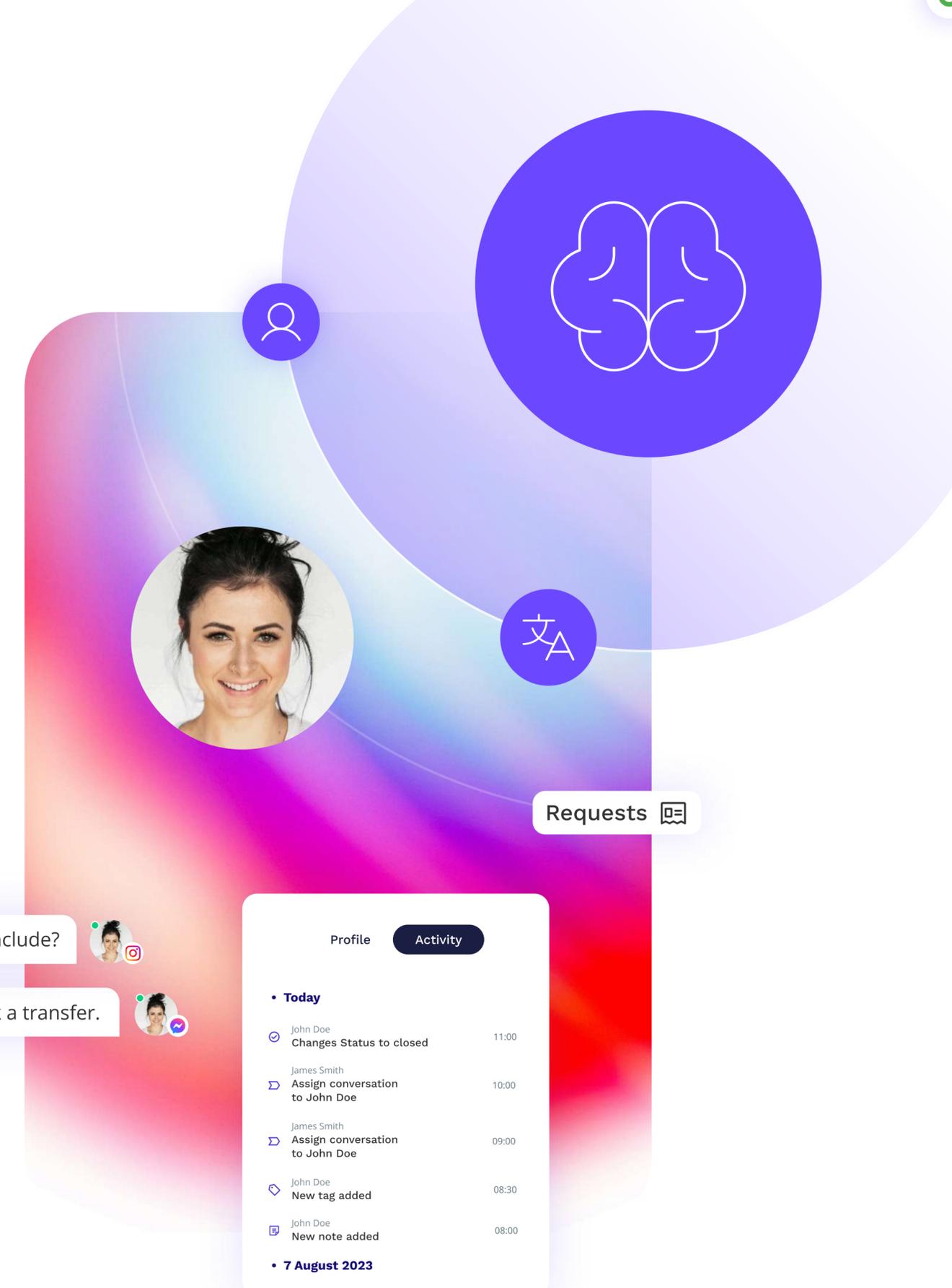


I need to book a transfer.



Profile Activity

- Today
- John Doe Changes Status to closed 11:00
- James Smith Assign conversation to John Doe 10:00
- James Smith Assign conversation to John Doe 09:00
- John Doe New tag added 08:30
- John Doe New note added 08:00
- 7 August 2023



## Prädiktive Analytik

Wie bereits erwähnt, entwickelt sich der Einsatz von Prädiktiver Analytik in Hoteltreueprogrammen rasant weiter. Hotels verlassen sich nicht nur auf historische Daten, sondern **nutzen KI-gesteuerte prädiktive Analysen, um zukünftige Bedürfnisse und Vorlieben der Gäste zu prognostizieren**. So kann KI beispielsweise **Muster im Buchungsverhalten analysieren und maßgeschneiderte Werbeaktionen oder Zimmer-Upgrades im Voraus empfehlen**, damit sich die Gäste wertgeschätzt und verstanden fühlen.

## Integration mit IoT-Geräten

Die **Integration von KI mit IoT-Geräten** (Internet of Things) in Hotelzimmern steht an vorderster Front bei der Verbesserung des Gästelerlebnisses. Diese IoT-Geräte können Raumeinstellungen wie Beleuchtung, Temperatur und sogar Musik basierend auf den Vorlieben und dem Verhalten der Gäste anpassen. Darüber hinaus kann KI Daten von IoT-Sensoren nutzen, um die Bedürfnisse der Gäste zu antizipieren, z. B. das Auffüllen von Minibars oder das **Anbieten von Spa-Dienstleistungen, wenn sie Anzeichen von Müdigkeit oder Stress erkennt**.



# Prognosen für die Zukunft von KI-gestützten Hotel-Treueprogrammen

## Nahtlose Omnichannel-Erlebnisse

Es wird erwartet, dass die Zukunft von KI in Hotel-Treueprogrammen zu noch **nahtloseren Omnichannel-Erlebnissen führen wird**. KI-gesteuerte Chatbots und digitale Concierges können einen konsistenten und personalisierten Service bieten, unabhängig davon, ob Gäste über eine mobile App, eine Website, soziale Medien oder persönlich interagieren. Dieses Maß an Konsistenz und Komfort steigert die Kundenzufriedenheit und die Gästebindung.

## Dynamische Belohnungssysteme

Die Rolle von KI in Treueprogrammen wird wahrscheinlich zu **dynamischeren und flexibleren** Belohnungssystemen führen. Traditionelle Treueprogramme folgen oft einem festen Modell, das auf **Hotelreuepunkten basiert**. KI jedoch ermöglicht Echtzeitanpassungen der Prämien auf Basis des Gästeverhaltens. Wenn ein Gast beispielsweise häufig Last-Minute-Aufenthalte bucht, kann das KI-System ihm in Echtzeit einzigartige Rabatte oder Werbeaktionen anbieten, um seine anhaltende Loyalität zu fördern.

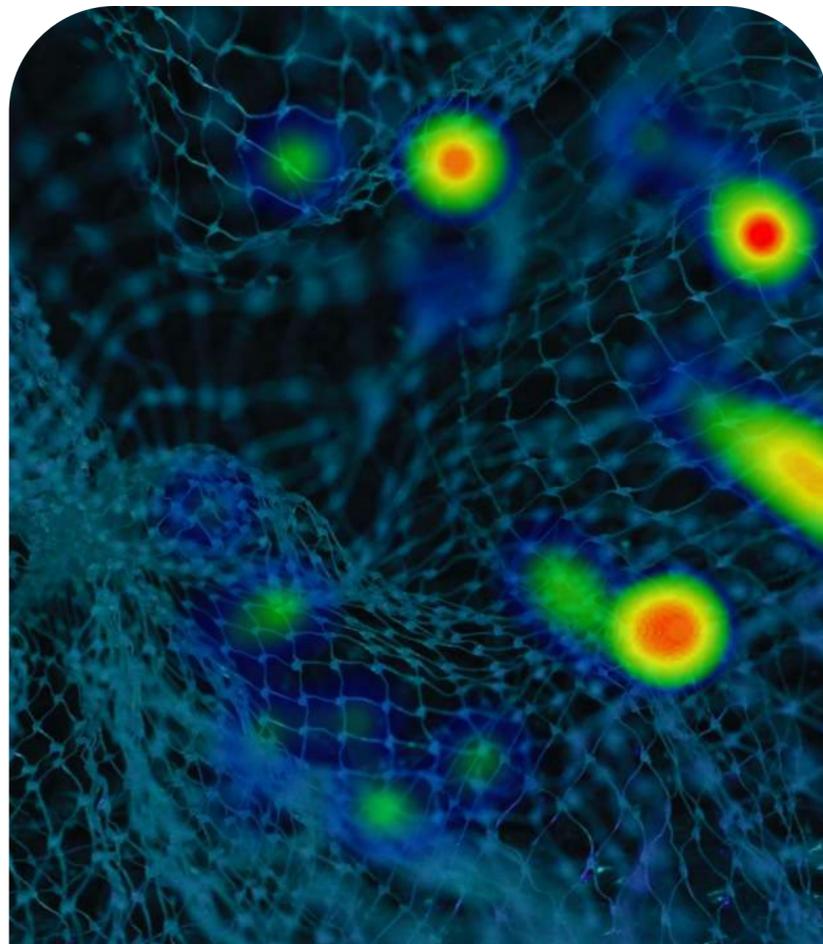
## Verbessertes Gästeprofilung

Mit dem Fortschritt der KI-Technologie wird die Erstellung von Gästeprofilen immer ausgefeilter. **KI-Systeme werden kontinuierlich Daten aus verschiedenen Quellen sammeln**, sodass Hotels die Bedürfnisse der Gäste antizipieren können, noch bevor sie sie äußern. Dieser proaktive Ansatz umfasst zum Beispiel das Vorschlagen lokaler Aktivitäten, Ernährungspräferenzen oder sogar die Vorwegnahme von Zimmerserviceanfragen.

## Ethischer Umgang mit KI und Datenschutz

Mit zunehmender Implementierung von KI in der Hotellerie steigt auch die Bedeutung **ethischer Überlegungen und Datenschutzbedenken**. Hotels müssen ein empfindliches Gleichgewicht zwischen der Bereitstellung **personalisierter Erlebnisse** und der Einhaltung der Datenschutzrechte der Gäste finden. Die Implementierung robuster Datenschutzmaßnahmen und die Einholung einer informierten Einwilligung werden entscheidend sein, um das Vertrauen und die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen aufrechtzuerhalten.

Die Zukunft von KI in Hotel-Treueprogrammen wird ohne Zweifel signifikantes Wachstum und Innovation bringen. **Der Fokus liegt weiterhin auf Personalisierung**, prädiktiven Analysen und der **Verbesserung der Gästebindung**. Mit der Weiterentwicklung dieser Technologien werden sie nicht nur die Interaktion von Hotels mit ihren Gästen verändern, sondern auch die Art und Weise, wie Gäste ihre Beziehung zu Hotelmarken wahrnehmen und schätzen, was letztendlich zu einer stärkeren und nachhaltigeren Loyalität führt.



Die Welt der Hotellerie befindet sich im Wandel, wobei Gästebindung und Treueprogramme eine zentrale Rolle spielen. Wir haben die Bedeutung von Treueprogrammen, die Vorteile von Direktbuchungen und die Auswirkungen von KI untersucht.

Direktbuchungen sind unerlässlich, um die Abhängigkeit von Online-Reisebüros (OTAs) zu verringern und wertvolle Kundendaten zu gewinnen. KI verbessert das Gästeerlebnis und fördert die Anmeldung zu Treueprogrammen, insbesondere durch digitale Concierges und Chatbots.

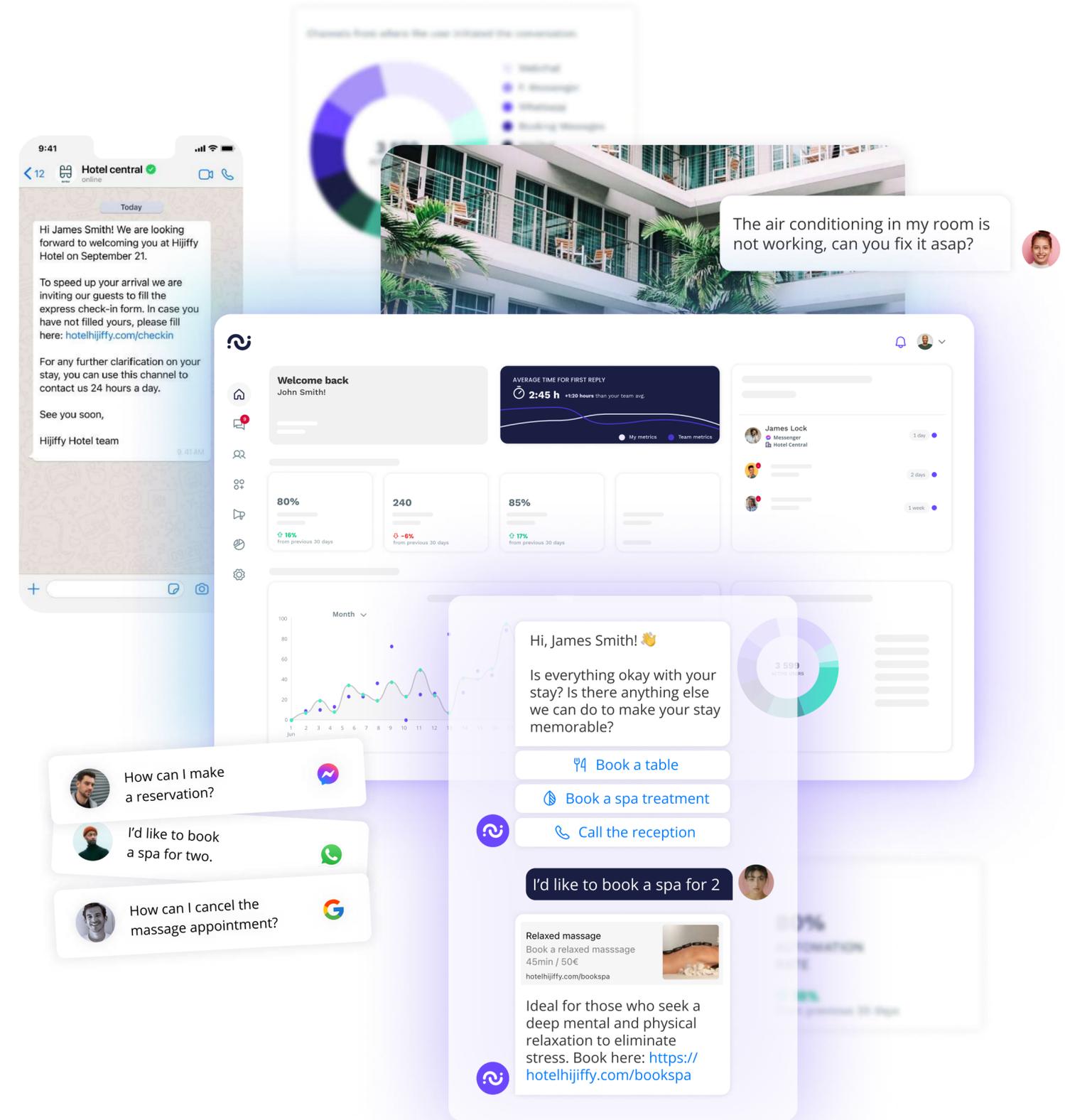
Wir haben außerdem praktische Beispiele für Hoteliers bereitgestellt, wie Treueprogramme über die gesamte Gästereise hinweg verbessert werden können. Wie Sie sehen, ist die Synergie zwischen KI und gut ausgebildetem Personal entscheidend für den Erfolg. Im Allgemeinen sieht die Zukunft von KI-gestützten Hoteltreueprogrammen vielversprechend aus, da sich Personalisierung, prädiktive Analysen und IoT-Integration am Horizont abzeichnen. Hoteliers haben die Möglichkeit, dauerhafte Verbindungen und außergewöhnliche Erlebnisse zu schaffen und sicherzustellen, dass die Gäste wiederkommen. Und das ist es letztendlich, worum es in dieser Branche geht!

Abschließende  
Gedanken

# Über HiJiffy

HiJiffy wurde im Jahre 2016 mit dem Ziel gegründet, **die fortschrittlichste Konversations-KI für die Hotellerie** zu entwickeln. Auf der Suche nach der idealen Verbindung zwischen Hotels und ihren Gästen, hat HiJiffy ein **leistungsstarkes Gästekommunikations-Hub** geschaffen.

Dank der firmeneigenen KI – **Aplysia OS** – ermöglicht HiJiffy Hoteliers, ihren **Umsatz** durch Direktbuchungen und Upselling zu steigern, während gleichzeitig **repetitive Aufgaben automatisiert** werden, um Betriebskosten zu senken und Personalmangel zu bewältigen.



I need to update my reservation



Seamless integrations

- GUESTCENTRIC ROIBACK
- MEWS EXPERIENCE
- Host planet
- Guestline sequoiasoft

50+ integrations

Hi, I'm in room 456, and I would like to have a king-size bed please.

こんにちは、456号室にいます。キングサイズのベッドをお願いします



9:41

Hotel central online

express check-in form. In case you have not filled it, please fill here: [hotelhijiffy.com/checkin](https://hotelhijiffy.com/checkin)

For any further clarification on your stay, you can use this channel to contact us 24 hours a day.

See you soon,

Hijiffy Hotel team

9:41 AM

0:17 9:41 AM ✓

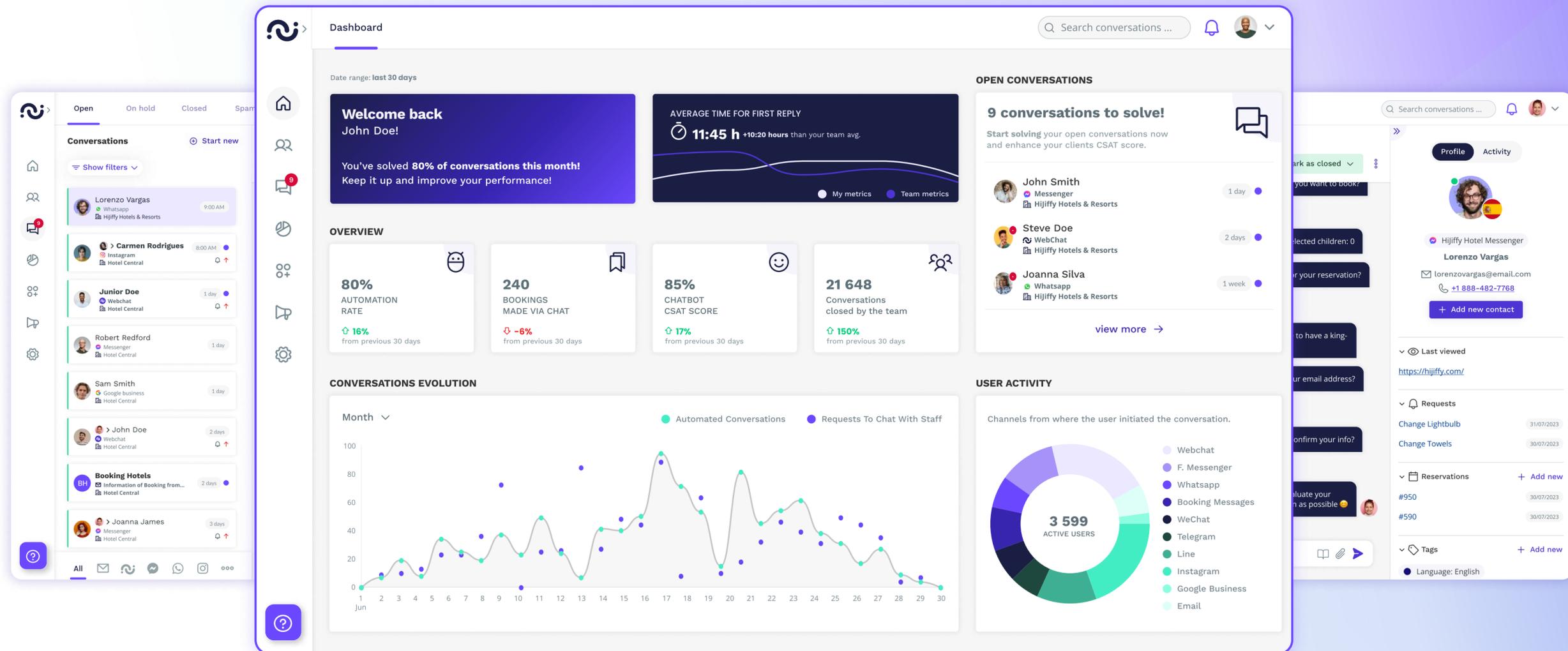
0:17 9:41 AM ✓

0:25 9:50 AM ✓

0:17 9:51 AM ✓

Im Jahr 2023 vertrauen mehr als 1.800 Hotels in über 50 Ländern auf die Omnichannel-Lösung von HiJiffy – der Gästekommunikations-Hub. HiJiffy vereint   wie selbstlernende KI, Stimmungsanalyse, Sprachassistentz, GPT-4 und vieles mehr, um die

# Kundenerlebnis an einem Ort verwalten



**Zentralisieren, automatisieren** und **messen** Sie Ihre Kundenbetreuung und Kommunikation in einer einzigen leistungsstarken Plattform.

# Verbinden Sie sich mit uns

[info@hijiffy.com](mailto:info@hijiffy.com)

+351 21 123 0217

[hijiffy.com](https://hijiffy.com)



[Hotel Tech Report](#)

[#workatHiJiffy](#)

[Buchen Sie eine Demo](#)