

AI Hospitality

Insider

Erste Ausgabe — April, 2024

 HiJiffy

03

Editorial

Einblicke von Tiago Araújo, CEO von HiJiffy 03

04

Erfolgsgeschichte

Wie die KI die Lamington-Gruppe verändert hat 04

08

Vorteile der KI in der Hotellerie

Verstärkung statt Ersatz für Ihr Team 09

Einsatz von KI für das Buchungsmanagement 11

13

Wie man KI einsetzt

Wie wählen Sie die (ideale) KI-Lösung für Ihr Hotel? 14

Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, um Hotelteams für KI-Tools zu begeistern 16

18

Die beste KI-Lösung für Ihr Hotel

Spezialisierte vs. beliebte generische Lösungen 19

Die neuesten Funktionen und Innovationen von HiJiffy 24

25

Dossier

Der Social-Media-Leitfaden für die Hotellerie: Von der Steigerung der Hotelpräsenz bis zur Umsatzgenerierung 26

Inhalt

Liebe Leserinnen und Leser,



Tiago Araújo
CEO at HiJiffy

Mit großer Freude stelle ich Ihnen unsere neueste Ausgabe des **AI Hospitality Insider**, vor, ein umfassender Bericht, der sich mit den neuesten Trends und Innovationen beschäftigt, die unsere Branche prägen.

Die Balance zwischen den traditionellen Berührungspunkten der Hotellerie und der Technologie war ein wesentlicher Aspekt unserer Reise mit HiJiffy. Wir wissen, dass die Essenz der Hotellerie in der Personalisierung und der menschlichen Verbindung liegt. Unser Ansatz ist es, diese traditionellen Berührungspunkte zu verbessern, nicht zu ersetzen. Aus diesem Grund widmet sich diese Ausgabe des AI Hospitality Insider dem Thema **Künstliche Intelligenz in der Hotellerie**.

Die Publikation enthält eine **überzeugende Erfolgsgeschichte eines HiJiffy-Kunden**, die die transformative Kraft der KI in einem realen Szenario zeigt. Mit einer beeindruckenden **Automatisierungsrate von 97 %** bei Gesprächen und einem **hervorragenden CSAT-Wert von 87 %**, sind die Auswirkungen der innovativen Initiativen der Lamington Group deutlich zu erkennen.

Darüber hinaus sorgen wir für ein **ausgewogenes Verhältnis zwischen Technologie und menschlichem Kontakt** indem wir sicherstellen, dass unsere KI-gestützten Lösungen die menschliche

Interaktion ergänzen, anstatt sie zu ersetzen, und dass sich das **Hotelpersonal** auf persönlichere Interaktionen mit den Gästen konzentrieren kann. In der Fülle der Entscheidungen, die getroffen werden können, wird Ihnen dieser Artikel bei der **Auswahl der idealen KI-Lösung für Ihr Hotel** behilflich sein und Ihnen helfen, eine **nahtlose Integration und Anpassung für Ihr Team** zu gewährleisten.

Diese Publikation analysiert, welche **spezialisierten oder generativen KI-Lösungen auf Ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind**, und möchte Sie auf dem Laufenden halten. Als **praktische Ratgeber im Bereich Social Media** bieten wir Ihnen Einblicke, wie Hotels Social-Media-Kanäle effektiv nutzen und ihre Strategien an die sich wandelnden Bedürfnisse moderner Reisender anpassen können.

Um einen detaillierteren Einblick in das **HiJiffy-Produkt** zu erhalten und die Vorteile zu verstehen, die Sie von unserer Konsole erhalten können, erfahren Sie mehr über die **wichtigsten Funktionen und Highlights**.

Wir laden Sie ein, diese Seiten zu erkunden und das Potenzial der KI zu entdecken.

Viel Freude beim Lesen,
Tiago Araújo



Erfolgsgeschichte

Vorschau

Um die Qualität und Wirksamkeit eines Produkts oder einer Lösung vollständig beurteilen zu können, ist es wichtig, es in Aktion zu sehen. In der folgenden Erfolgsgeschichte wird die Theorie in die Praxis umgesetzt. Mit einer Automatisierungsrate von über 93% in Gesprächen und effizienten WhatsApp-Kampagnen mit einer Öffnungsrate von 87% zeigt die Lamington Group den Erfolg von konversations-KI. Erfahren Sie, wie HiJiffy Ihnen helfen kann, ähnliche Erfolge zu erzielen.

Lamington Group

Wie die Lamington Group Konversations-KI schrittweise einführt, um eine Automatisierung von 93 % und eine CSAT-Bewertung von 87 % zu erreichen.



LAMINGTON
GROUP



[Die ganze Erfolgsgeschichte lesen](#) ↗

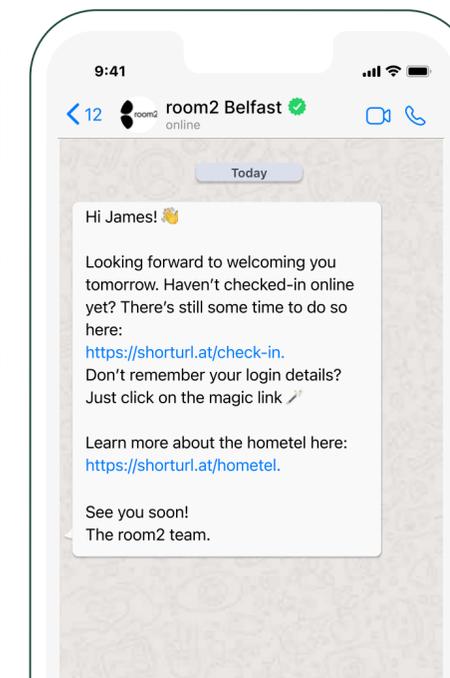
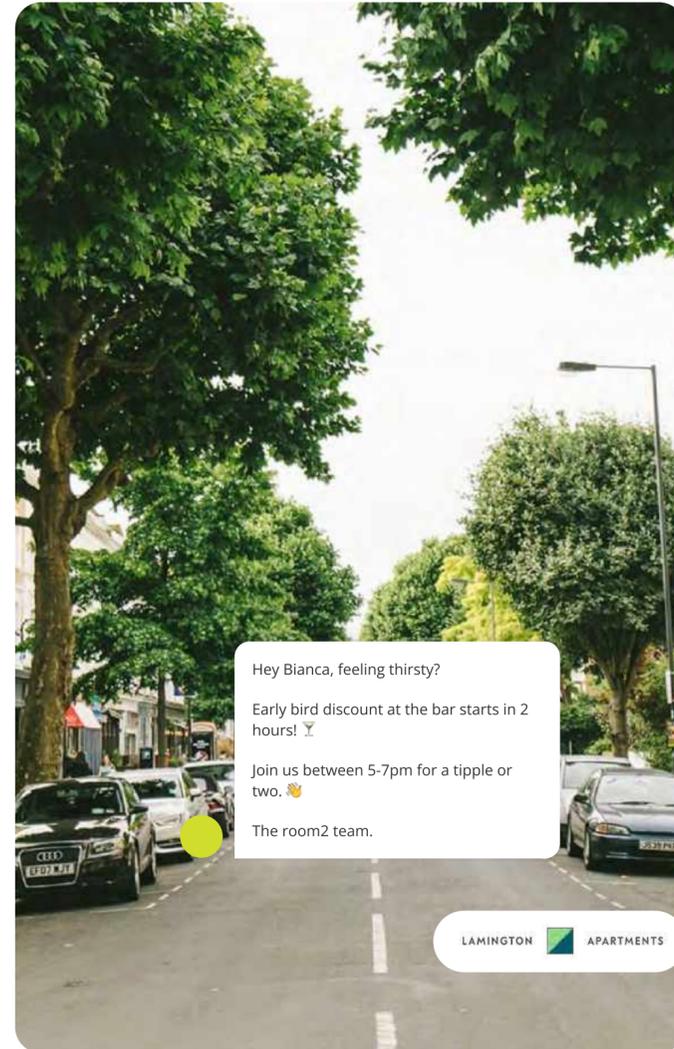


Erfolgsgeschichte

Lamington Group

Diese Fallstudie veranschaulicht wie die Lamington Group HiJiffys Lösung erfolgreich in ihren vier room2 Hotels und Ferienapartments einführte. Die Marke startete zunächst mit einem Hybridmodell (Teilautomatisierung) in einem ihrer Objekte. Das Team fasste schnell Vertrauen in die Effizienz und Genauigkeit der Konversations-KI, stieg auf eine vollständige Automatisierung um und setzt die Lösung nun in all ihren Objekten ein.

Wie die Lamington Group Konversations-KI schrittweise einführte, um eine Automatisierung von 93 % und eine CSAT-Bewertung von 87 % zu erreichen



"Das Gastelement, die menschliche Note, wird in der Hotellerie immer eine zentrale Rolle spielen. Aus diesem Grund besteht oft Sorge bei der Implementierung von KI in der Hotellerie. Dabei sollten wir sie als Erweiterung des Teams betrachten, die es in sehr repetitiven Bereichen unterstützt. Es kann solche Aufgaben übernehmen und das Team das tun lassen, was es am besten kann – das Gästerlebnis verbessern."



Alicia van Wyk
Marketing-Projektmanagerin bei der Lamington Group

Der Kunde: Lamington Group

Die Lamington Group ist ein Familienunternehmen, das eine Gruppe von Marken verwaltet, darunter: room2, eine Kollektion umweltfreundlicher Hometels die Komfort und Flexibilität einer privaten Unterkunft mit der Sicherheit und den Dienstleistungen eines Hotels vereinen; Lamington Apartments, ein Portfolio von **Ferienapartments**; und Missionworks, **eine Coworking-Marke**. Dank des Engagements der Gruppe für ökologisch nachhaltige Praktiken, wurde sie als **B-cert-Unternehmen** anerkannt.



Die Herausforderungen

Für die Marke war es auch wichtig, mit **einer Lösung zu arbeiten, die speziell für die Hotellerie** entwickelt wurde, und mit einem Unternehmen, das die Branche versteht und von Innovation angetrieben wird.

Verbesserung des Gästerlebnisses

Optimierung der Kommunikationskanäle über die Website-Umgebung hinaus sowie Einführung eines automatisierten Leitfadens zu ihren Objekten und Dienstleistungen.

Automatisierung der Gästekommunikation

Zuverlässige und reibungslose Automatisierung – von der Beantwortung von Fragen, bis hin zur Förderung von Direktbuchungen und der Bearbeitung von Anfragen während des Aufenthalts.

Verbesserung des Online Check-In und Check-Out

Um das Gästerlebnis weiter zu verbessern und die Arbeitslast des Teams zu reduzieren.

Die Lösungen



Beantwortung von FAQs



Konversion von Direktbuchungen



Kampagnen für Online-Check-In auf WhatsApp



Umsatzsteigerung durch Cross-Selling



Förderung des Treueprogramms



Versenden von Check-Out-Kampagnen



Die Ergebnisse

93%
Automatisierungsrate

87%
Öffnungsrate

87%
CSAT-Score

Über 93 % Automatisierungsrate von Konversationen

In den ersten Monaten nach Einführung der Lösung wurden 9,3 % der Direktbuchungen auf der Website durch Konversations-KI im Webchat ermöglicht.

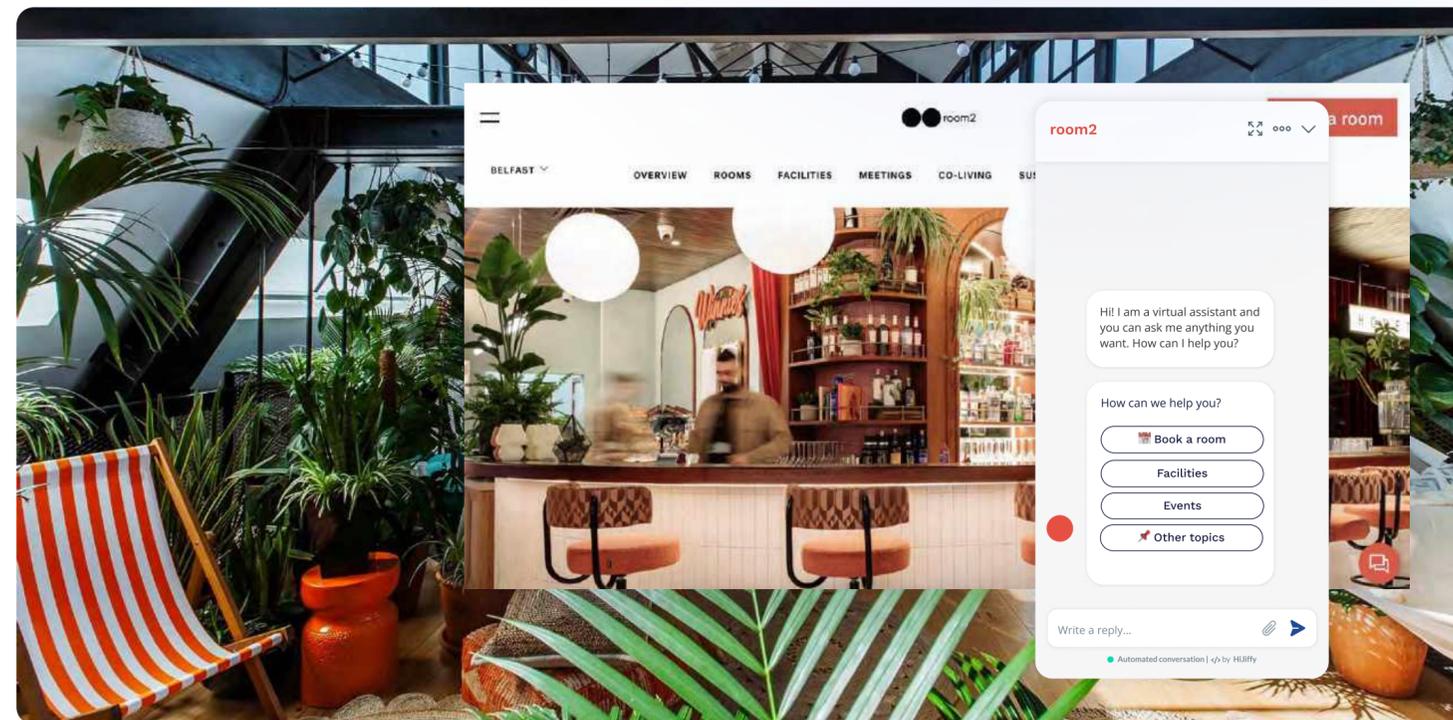
Effiziente WhatsApp-Kampagnen mit einer Öffnungsrate von 87 %

Die Lamington Group bemerkte einen positiven Einfluss der automatisierten WhatsApp-Kampagnen auf die Anzahl der Online-Check-Ins oder Anmeldungen für das Treueprogramm.

Entlastung des Teams von repetitiven Aufgaben bei gleichzeitiger Erzielung eines CSAT-Scores von 87 %

Nachdem die KI mit spezifischen Informationen über die Dienstleistungen und Einrichtungen in den Immobilien der Lamington Group gefüttert worden war, wechselte das Team von einem hybriden zu einem vollautomatischen Lösungsmodell.

[Die ganze Erfolgsgeschichte lesen](#)



"Wir hatten einen großartigen Implementierungsprozess. (...) Wir überwachen die Gespräche, da der Chatbot nur so viel weiß, wie die korrekten Antworten auf häufig gestellte Fragen, die wir ihm geben. Es war ein wichtiger Prozess, der zum hohen CSAT-Wert beitrug und auch das Team für die automatisierte Lösung begeisterte."



Alicia van Wyk
Marketing-Projektmanagerin bei der Lamington Group

"Das Tool hat die Anzahl der Nachrichten, die die Teams täglich erhalten, sicherlich verringert und die KI hat es meinen Teams erleichtert, sich wieder auf die Schicht zu konzentrieren. Da der Chatbot/die KI die Arbeit für sie erledigt, hat er für uns zu zusätzlichen Einnahmen geführt, die keine zusätzliche Arbeit bedeuteten. Insgesamt gefällt uns diese Entwicklung und wir freuen uns auf die Zukunft."



Will Calter
Cluster General Manager bei der Lamington Group

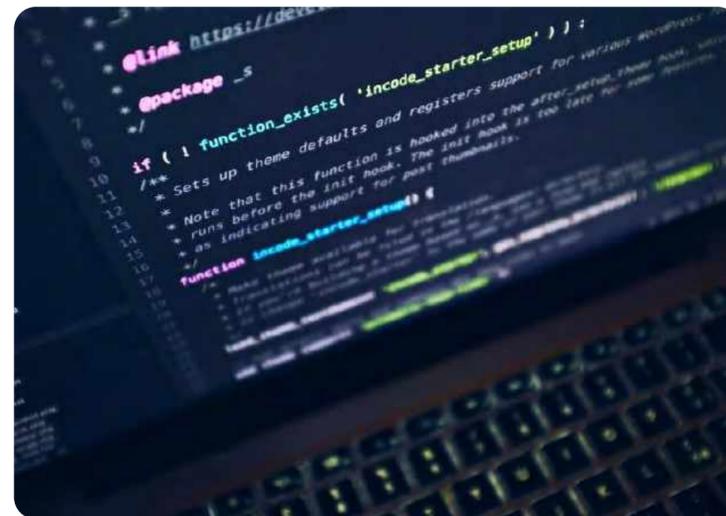


Vorteile der KI

Vorschau

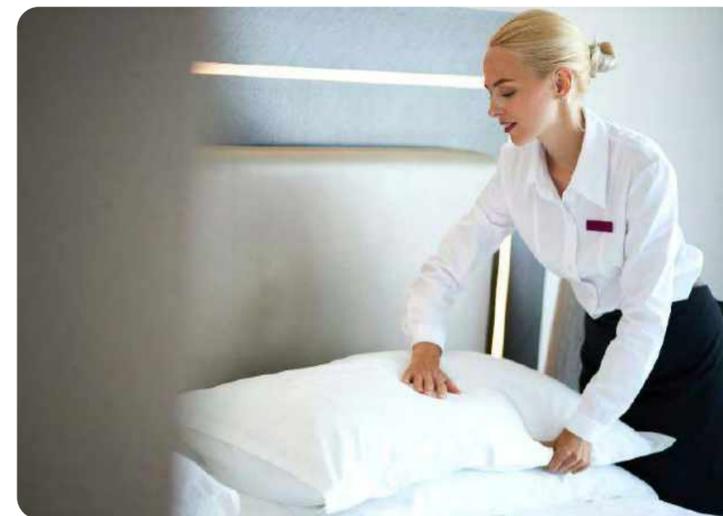
In den letzten Jahren hat künstliche Intelligenz erhebliche Auswirkungen gezeigt, insbesondere durch die Automatisierung von Prozessen. Obwohl es immer noch Skepsis gibt, insbesondere bezüglich Jobverlusten, können wir AI in der Hotellerie als äußerst nützliches Werkzeug betrachten. AI kann dazu beitragen, die Arbeitslast des Personals zu reduzieren und sie auf wichtigere Aufgaben zu konzentrieren. Darüber hinaus ist AI eine riesige Hilfe, insbesondere bei Personalengpässen. Erfahren Sie mehr darüber, wie AI verschiedene Bereiche in der Hotellerie bereichern kann und wie es speziell im Backoffice und im Reservierungsteam unterstützen kann.

Die Rolle der KI in der Hotellerie: Verstärkung statt Ersatz für Ihr Team



[Den ganzen Artikel lesen](#)

Personalmangel in der Hotellerie: Einsatz von KI für das Buchungsmanagement



[Den ganzen Artikel lesen](#)



Vorteile der KI

Die **Rolle der KI** in der Hotellerie: Verstärkung statt Ersatz für Ihr Team

Haben Sie schon einmal befürchtet, dass Künstliche Intelligenz (KI) Ihren Job ersetzen könnte? Wenn ja, kann ich Sie beruhigen! Dieser Artikel zeigt Ihnen, wie Sie KI in der Hotellerie als Tool nutzen können, um mehr Zeit für den eigentlichen Zweck Ihrer Arbeit zu haben und besser organisiert zu sein – nicht, um Sie zu ersetzen!

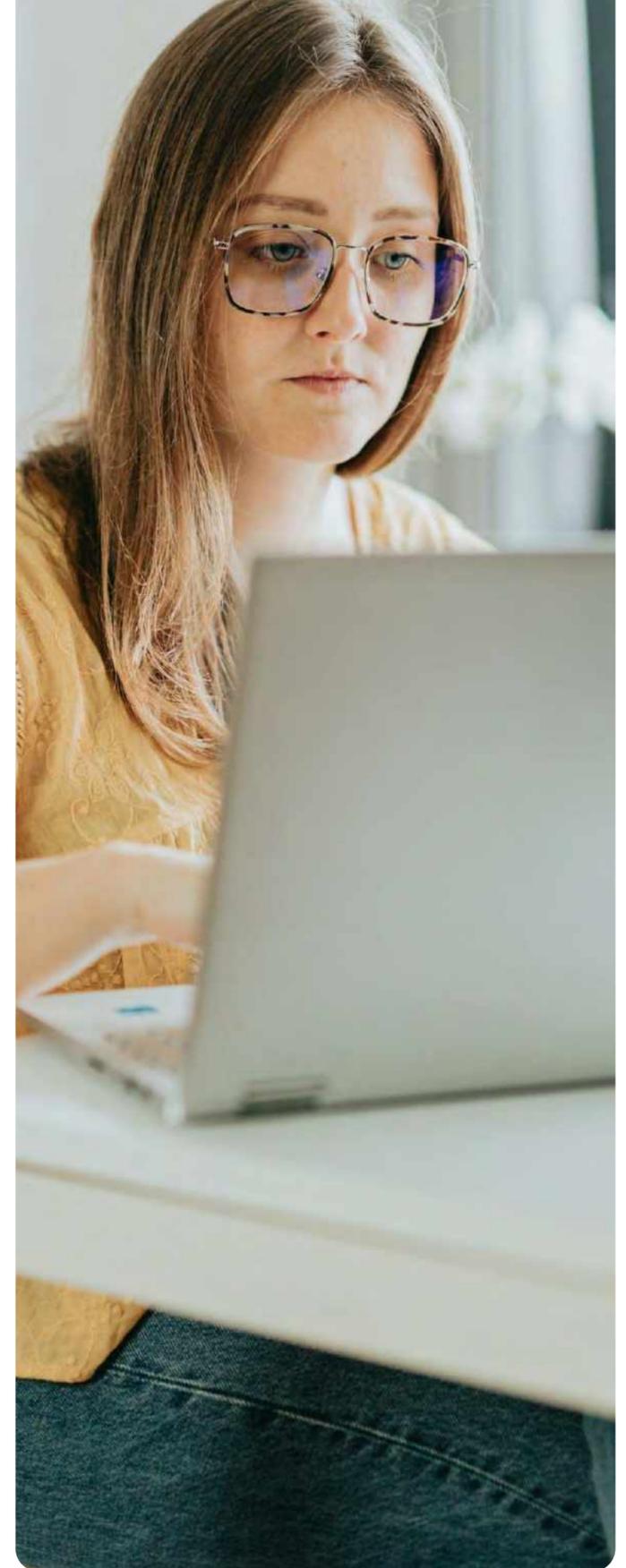
Die richtige Anwendung macht KI effizient und wirkungsvoll

Die Integration von KI in Hotels entfaltet eine komplexe Dynamik, die weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitsergebnisse und das Erleben der Mitarbeiter mit sich bringt. Durch die Implementierung dieser Technologien werden bestimmte, bisher von Menschen ausgeführte Aufgaben automatisiert, was nicht nur das Potenzial hat, die Effizienz zu steigern, sondern auch die **Arbeitsqualität der Mitarbeiter zu verbessern**.

Der digitale Concierge: Arbeitskraft richtig einsetzen

Der Einsatz eines digitalen Concierge, wie etwa eines Chatbots, der Gästeanfragen rund um die Uhr autonom bearbeitet, stellt nicht nur eine bessere Ressourcennutzung dar, sondern **erhöht auch die Zufriedenheit und Bindung der Gäste** durch schnelle und präzise Antworten auf ihre Anliegen.

In der Sommersaison 2023 (Juni bis August) hat die HiJiffy-KI allein 1.707.204 Konversationen verarbeitet. Diese enorme Anzahl an Interaktionen wäre ansonsten von Ihren Mitarbeitern einzeln und manuell bearbeitet worden, was Zeit und Ressourcen in Anspruch genommen hätte.





Vorteile der KI

Zusätzlich Umsatz steigern und Gästerfahrung verbessern

Die Planung des perfekten Urlaubs kann eine Herausforderung darstellen, insbesondere wenn potenzielle Gäste mit einer Flut von Informationen konfrontiert sind. Die **schnelle und ausführliche Beantwortung Ihrer Fragen** kann den entscheidenden Unterschied zwischen einer erfolgreichen Buchung und einer verpassten Gelegenheit ausmachen. In diesem Kontext spielt Künstliche Intelligenz eine entscheidende Rolle, indem sie nicht nur Anfragen zeitnah beantwortet, sondern auch individuelle Bedürfnisse erkennt und darauf eingeht. Durch die Bereitstellung eines nahtlosen Direktbuchungsprozesses, der von KI unterstützt wird, verbessern Hotels nicht nur die Gästerfahrung, sondern **erhöhen auch signifikant ihren Umsatz**.

Darüber hinaus eröffnet der Einsatz von KI im Hotelgewerbe neue Möglichkeiten für **personalisierte Marketing-Kampagnen**, welches zu einer stärkeren Gästebindung führt. Automatisierte Willkommensnachrichten, die gezielte Angebote für Upselling oder Cross-Selling

enthalten, können den Wert jeder Buchung steigern. Gleichzeitig ermöglicht die Integration von Gästen in Treueprogramme durch KI eine stärkere Bindung und fördert wiederholte Besuche.

Daten zur Personalisierung: Wünsche erfüllen, bevor sie ausgesprochen werden

KI bietet die Möglichkeit, **Daten schneller zu verarbeiten und Muster zu erkennen**, die Menschen möglicherweise übersehen. Sie kann helfen, das Verhalten und die Vorlieben der Gäste zu analysieren und maßgeschneiderte Empfehlungen und Dienstleistungen anzubieten. Durch die Speicherung umfangreicher Datenmengen Ihrer Gäste können Sie eine persönlichere Gästereise gestalten, Wünsche erfüllen, die noch nicht einmal ausgesprochen wurden. Doch letztendlich ist es das Personal, das diese personalisierten Erlebnisse mit Wärme und persönlicher Aufmerksamkeit umsetzt. In einer Studie von Oracle, die das Hotelbusiness bis 2025 prognostiziert, gaben 47 % der Verbraucher an, dass KI-gestützte Werbeaktionen auf der Grundlage früherer Einkäufe ihr Einkaufserlebnis verbessern würden.

Eine Lösung, die Sie und Ihr Hotel an der Hand hält.

Der strategische Einsatz von künstlicher Intelligenz als Ergänzung zu menschlichen Fähigkeiten ermöglicht eine enge Zusammenarbeit. Ein ethischer und transparenter Einsatz von KI kann Ihrem Hotel erhebliche Vorteile bringen, ohne dabei den Menschen zu ersetzen. Stattdessen zielt sie darauf ab, repetitive und monotone Aufgaben zu übernehmen, um den Mitarbeitenden mehr Raum für kreative und persönliche Interaktionen zu geben.

[Den ganzen Artikel lesen ↗](#)



HiJiffys Gästekommunikations-Hub verkörpert perfekt die Philosophie der optimalen Nutzung von KI in der Hotellerie. Dieses Tool wurde entwickelt, um **Hoteliern bei der Bewältigung repetitiver Aufgaben zu unterstützen und bietet durch die Nutzung von Konversations-KI diverse Vorteile.**



Personalmangel in der Hotellerie: Einsatz von KI für das Buchungsmanagement

Wie der Name schon sagt, ist die Abteilung für Reservierungsmanagement für die Verwaltung der Buchungsanfragen eines Hotels zuständig. Sie spielt eine entscheidende Rolle bei der **Maximierung der Auslastung der Einrichtung** und bei der **Generierung von Einnahmen** durch Direktbuchungen. Ein suboptimaler Buchungsservice kann unter anderem zu Folgendem führen:

- 01 Schlechter Kundenservice
- 02 Einnahmeverluste
- 03 Arbeitsüberlastung und mangelnde betriebliche Effizienz

Alles in allem kann Personalmangel in der Reservierungsabteilung Ihres Hotels schwerwiegende Folgen haben, **die sich sowohl auf die Arbeitsweise des Teams, die Kundenzufriedenheit und die Einnahmen Ihrer Einrichtung auswirken.**





Vorteile der KI

Wie können diese Herausforderungen mithilfe von KI gelöst werden?

Automatisierung und Optimierung des Buchungsprozesses

Es ist eine der größten Herausforderungen für Buchungsteams die Bewältigung von Anfragen in Echtzeit, insbesondere während Stoßzeiten. Die Einführung einer KI-basierten Lösung hilft bei der Bewältigung der Flut von Anfragen und bietet jederzeit einen persönlichen Kundensupport. Der digitale Assistent HiJiffy ist nicht nur rund um die Uhr verfügbar, sondern kann auch in mehr als 130 Sprachen auf mehr als 85 % der Kundenanfragen antworten.

Vermeidung von Überbuchungen und Fehlern

Wenn Sie eine KI-gestützte Lösung in das Buchungsmanagement integrieren, werden Sie das Risiko von Überbuchungen und Doppelbuchungen verringern. Dies führt zu einem reibungsloseren Kundenerlebnis, weniger Fehlern und einer Optimierung der Einnahmen für Ihr Hotel.

Analyse von Kundendaten, um einen personalisierten Service anzubieten

Beispielsweise können sie Zimmer mit bestimmten Merkmalen empfehlen, die auf den bisherigen Vorlieben des Gastes basieren, oder zusätzliche Aktivitäten oder Dienstleistungen vorschlagen, die den Interessen des Gastes entsprechen. Dies führt zu einer höheren Kundenzufriedenheit, während Sie Ihre Einnahmen durch Upselling steigern.

Effektive Verwaltung von Umbuchungen und Stornierungen

Da er rund um die Uhr verfügbar ist, kann ein KI-gestützter digitale Assistent eingesetzt werden, um Anfragen nach Buchungsänderungen zu bearbeiten und den Kunden schnell und effizient bei der Erfüllung ihrer Bedürfnisse zu helfen.

[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗





Wie man KI einsetzt

Vorschau

Sind Sie bereit, die Kommunikation in Ihrem Hotel durch KI zu verändern, fühlen sich aber in der Fülle der Möglichkeiten verloren? Oder fragen Sie sich, wie Sie die nahtlose Übernahme durch Ihr Team sicherstellen können, wenn Sie die perfekte Lösung gefunden haben? Suchen Sie nicht weiter! Tauchen Sie ein in unsere beiden Checklisten, die Sie zu der idealen KI-Lösung führen, die speziell auf die Bedürfnisse Ihres Hotels zugeschnitten ist, und die den Weg für eine mühelose und begeisterte Annahme durch Ihr Team ebnet.

Wie wählen Sie die (ideale) KI-Lösung für Ihr Hotel?



[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗

Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, um Hotelteams für KI-Tools zu begeistern



[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗



Wie man KI einsetzt

Wie wählen Sie die (ideale) KI-Lösung für Ihr Hotel?

Beschleunigt durch die Pandemie und den Fachkräftemangel ist die Einführung von Technologie und künstlicher Intelligenz (KI) in der Hotellerie ein wachsender Trend. Laut dem letzten [Bericht](#) über Hoteltechnologie, **setzen 70% der Hotelmanager auf technologische Hilfsmittel** um einen Teil ihrer Arbeitsabläufe zu automatisieren und die Effizienz ihrer Mitarbeitenden zu steigern.

70%
setzen auf
technologische
Hilfsmittel



Stellen Sie fest, welche Bedürfnisse Sie haben

Sobald Sie eine potenzielle Lösung analysiert haben, können Sie **Ihre Ziele mit den vorgeschlagenen Funktionen vergleichen**.

Prüfen Sie die Integrationsmöglichkeiten

Wenn Sie eine Lösung gefunden haben, die Ihren Anforderungen entspricht, prüfen Sie, ob sie mit Ihrer bereits vorhandenen Hotelsoftware kompatibel ist.

Werfen Sie einen Blick auf die Benutzeroberfläche und testen Sie, wie intuitiv sie ist

Sie muss **intuitiv und benutzerfreundlich** sein, die Gesamtzufriedenheit Ihrer Gäste erhöhen und gleichzeitig für Ihr Team einfach zu bedienen sein.

Stellen Sie sicher, dass Ihnen ein engagiertes und reaktionsschnelles Customer-Success-Team zur Verfügung steht

Es ist wichtig, dass Ihre Teams geschult und während der gesamten Nutzungsdauer begleitet werden.



Wie man KI einsetzt

Entscheiden Sie sich für eine Lösung, welche die Leistung misst und analysiert

Suchen Sie nach einer KI-basierten Lösung, die verwertbare Informationen und Metriken liefert.

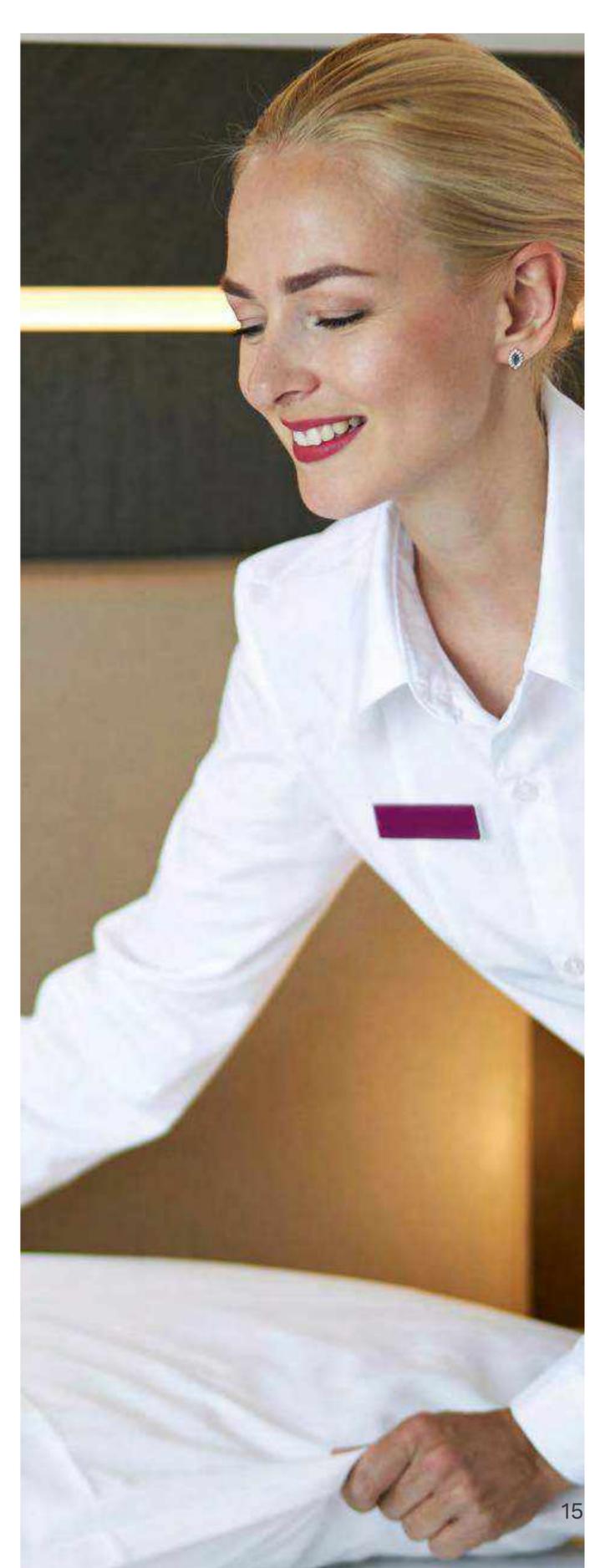
Holen Sie sich Meinungen und Feedback aus Ihrer Umgebung

Schließlich sollten Sie, bevor Sie Ihre endgültige Entscheidung treffen, in Erwägung ziehen, Meinungen von Hotels einzuholen, welche die von Ihnen in Betracht gezogene Lösung verwenden. Sind diese zufrieden damit? **Mundpropaganda** ist immer noch die beste Empfehlung, also zögern Sie nicht, mit anderen Hoteliers über die Lösung(en) zu sprechen, die Sie in Betracht ziehen, um zu verstehen, ob es sich um einen guten Match handelt. Sie können jederzeit unsere Erfahrungsberichte von echten Kunden einsehen. Sie können Ihre Meinung auch auf **unabhängige Bewertungsplattformen** stützen, wie z. B. Hotel Tech Report. Genauso wie Sie TripAdvisor oder La Fourchette konsultieren, bevor Sie in einem Restaurant reservieren, sollten Sie dies auch bei der Wahl Ihrer nächsten Hotelsoftware tun.

[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗



Wir glauben, dass HiJiffy alle Kriterien erfüllt - lassen Sie uns in einer **persönlichen Demo herausfinden, wie unsere Lösung speziell für Ihr Hotel funktionieren kann.**





Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, um Hotelteams für KI-Tools zu begeistern

Sichere Unterstützung durch das Top-Management

Ressourcen außerhalb des Budgets:

Stimmen Sie mit dem Management ab, damit sie die erforderlichen Ressourcen auch Zeit für Schulungen und laufenden Support umfassen.

Engagement für Innovation: Schätzen Sie den Grad der Risikobereitschaft und der Experimentierfreude des Top-Managements ab.

Sichtbare Unterstützung: Bitten Sie um aktiven Einsatz für die Lösung auf höchster Ebene.

Skizzieren Sie die neue digitale Infrastruktur

Beziehen Sie sich auf Bekanntes: Werden in Ihrem Hotel noch andere KI-gestützte Tools verwendet?

Vorhandene Werkzeuge ersetzen: Ersetzt das neue Tool alle vorhandenen?

Integrationen: Überprüfen Sie, wie sich die neue KI in bestehende Systeme (z. B. Buchungsmaschinen, PMS, CRM) integrieren lässt, und demonstrieren Sie es dem Team.

Bilden Sie Ihr Team weiter

Eine Einführungssitzung: Springen Sie ihr Team nicht direkt in den Trainingsmodus. Beginnen Sie in einem größeren Kontext und diskutieren Sie die Rolle von KI in der Hotellerie.

Geben Sie die Möglichkeit, Fragen zu stellen:

Wenn Sie einen Raum schaffen, in dem Ihr Team Sorgen ansprechen und Zweifel klären kann, wird es sich stärker eingebunden fühlen.

Sorgen Sie für ausreichende Schulung: Stellen Sie sicher, dass Sie unterschiedliche Rollen und technische Kenntnisse berücksichtigen.

Fallstudien teilen: Wenn solche Ressourcen vom Technologieanbieter verfügbar sind, leiten Sie sie ans Team weiter.

Haben Ihre Teams Bedenken, eine weitere Technologie in ihren Arbeitsalltag zu integrieren? Sind sie skeptisch gegenüber dem Einsatz von KI in der Hotellerie?

Dieser Artikel bietet praktische Schritte zu einer erfolgreichen Implementierung von KI in Ihrem Hotel.



Wie man KI einsetzt

Teilen Sie die Rollout-Strategie

Pilotprogramm: Macht es vielleicht Sinn, die KI anfangs in nur einem Objekt zu implementieren, um Feedback zu sammeln und etwaige Anpassungen vorzunehmen, bevor Sie sie weiter einführen? Oder möchten Sie die Lösung lieber in allen Objekten gleichzeitig einführen?

Aktive Teilnahme: Stellen Sie sicher, dass die neuen Tools vom ersten Tag an von allen aktiv genutzt werden, um sie wirklich auf die Probe zu stellen und schnell eine Menge Feedback zu sammeln.

Überwachung: Behalten Sie den Überblick über wichtige Kennzahlen und Key Performance Indicators (KPIs).

Lernen Sie kontinuierlich

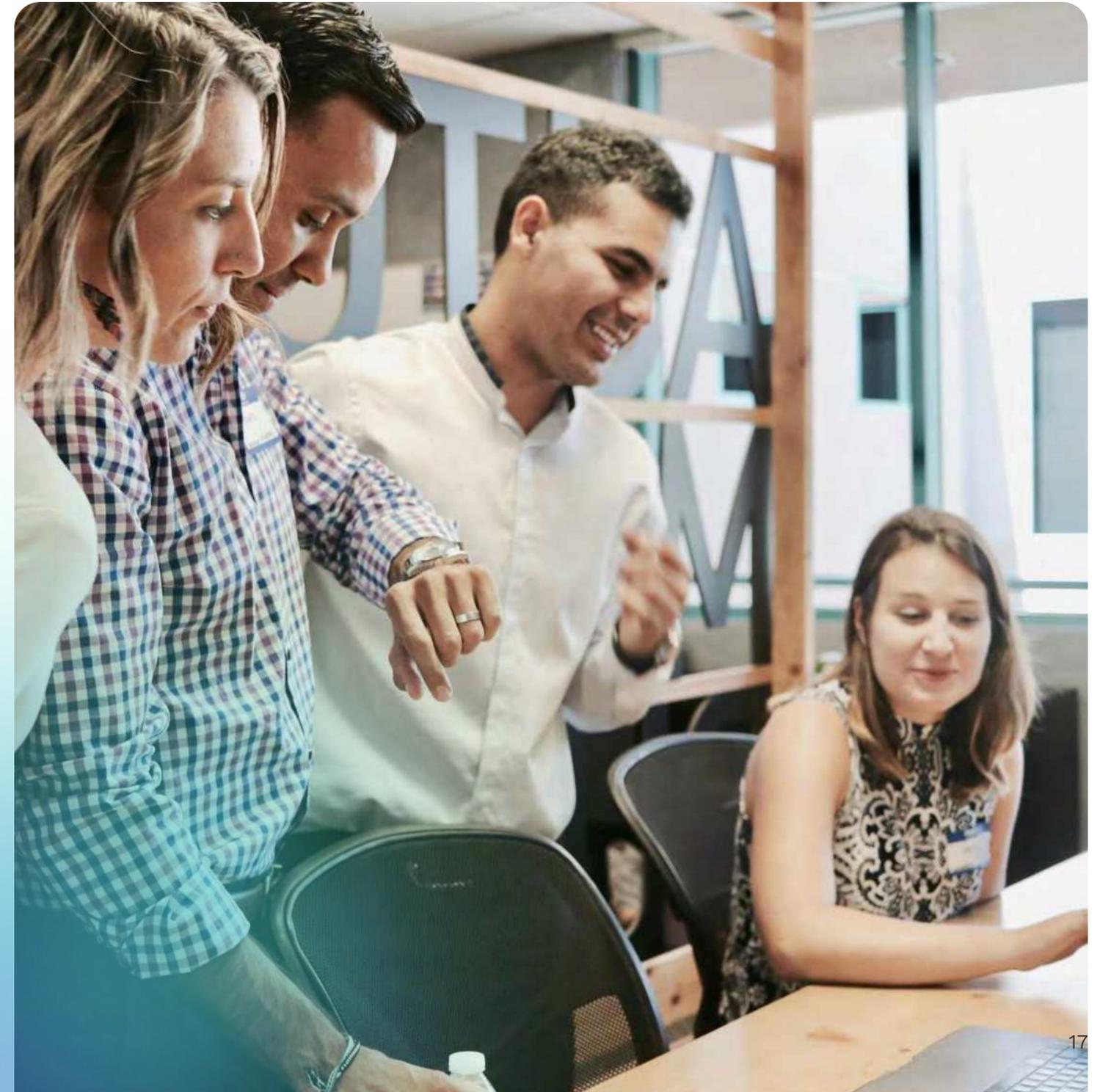
Kontrollpunkte beim Technologieanbieter: Stellen Sie die Verbindung zwischen Ihrem Team und Ihrem Customer-Success-Kontakt her. Erfahren Sie, wie Sie neue Funktionen nutzen und den Einsatz des Tools optimieren.

Bitten Sie Ihr Team um Einblicke: Tägliche Benutzer des KI-Tools können Ihnen die wertvollsten Erkenntnisse zur Verbesserung Ihrer aktuellen Nutzung oder zur Identifizierung potenzieller Probleme liefern.

Erkennen Sie die Anstrengung an

Belohnung und Anerkennung: Bringen Sie Ihre Wertschätzung für die Anstrengungen Ihres Teams beim Erlernen des neuen Tools zum Ausdruck.

[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗





Die beste KI-Lösung

Vorschau

Nachdem Sie alle Vorteile von KI erfahren haben und sich dazu entscheiden, eine Lösung in Ihr Hotel zu integrieren, bleibt nur noch die Auswahl der besten Software. Die Auswahl ist nicht leicht, doch wir helfen Ihnen gerne dabei, die Hauptfunktionalitäten, Preise, Integrationen und andere Kategorien der beliebtesten Gästekommunikations-Software zu überprüfen. Es könnte auch interessant für Sie sein, falls Sie bereits eine Lösung verwenden, jedoch unsicher sind, ob sie wirklich die richtige für Sie ist - erfahren Sie nun den Unterschied zwischen spezialisierten und generischen Lösungen, um die beste Guest Journey bieten zu können.

Was ist die beste Gästekommunikations-Software für Hotels in 2024?

Spezialisierte vs. beliebte generische Lösungen im Vergleich!



[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗

Produkt-Highlights:
HiJiffys neueste Updates



[HiJiffys Funktionen erkunden](#) ↗



Die beste KI-Lösung

Was ist die beste Gästekommunikations-Software für Hotels im Jahr 2024? Spezialisierte vs. beliebte generische Lösungen im Vergleich!

Finden Sie heraus, warum HiJiffy die beste Wahl in der Hotellerie ist.

In diesem Beitrag haben wir fünf Unternehmen - **Zendesk**, **Salesforce**, **Intercom**, **Drift** and **HiJiffy** - mit ihren Funktionalitäten, Integrationen und Preise unter die Lupe genommen, um zu analysieren, welches nach Ihren Prioritäten das Richtige wäre.



Die beste KI-Lösung

Wesentliche Funktionen: Was sind die Stärken der Lösung?

Die Produkte von **Zendesk** teilen sich in zwei verschiedene Bereiche, Kundenservice und Vertrieb. Die wesentlichen Funktionen des Kundenservice werden als Messaging, KI und Automatisierung und Help Center aufgelistet.

Salesforce bietet verschiedene Cloud-Lösungen an, darunter Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud und mehr. Einige der Funktionen von Salesforce sind unter anderem Kontakt- und Accountverwaltung auch Customer Relationship Management (CRM) genannt, welches Zugriff auf die Kundendaten und Verlauf der Interaktionen gewährleistet.

Intercom bietet einen Helpdesk, KI-Chatbot und proaktiven Support. Der Helpdesk verbindet den Posteingang, Tickets und den Helpcenter an einem Ort. Der KI-Chatbot unterstützt das Team mit akkuraten Antworten und Überleitung an echte Mitarbeiter, falls nötig.

Zu den Kernfunktionen von der **Drift** Plattform gehören Live-Chat, Chatbots, E-Mail-Marketing und die Planung von Meetings.

HiJiffy ist bekannt und beliebt für seinen **personalisierbaren Hotel-Chatbot für die Gästekommunikation** und die Konsole, die als digitaler Concierge dient. Der Chatbot beantwortet 9/10 Gästeanfragen automatisch ohne menschliche Hilfe wobei die Tonalität Ihres Hotels beibehalten wird. Auch kann dieser in Soziale Medien und jegliche andere Kanäle integriert werden. Die Konsole des Gästekommunikations-Hubs bietet **personalisierte Kampagnen, Dashboards und wichtige Berichte oder auch Export von Kontakten**.

Integrationen: Können Ihre Systeme eingebunden werden?

| | |
|--|---|
| | 1.503 |
| | 305 |
| | 150 |
| | 80+ <small>(hotelspezifisch)</small> |
| | variiert |

Auf dem Zendesk-Marketplace sind 1.503 Integrationen verfügbar.

Die genaue Anzahl der Integrationen von Salesforce kann variieren, da es eine offene Plattform ist, die es Unternehmen ermöglicht, benutzerdefinierte Integrationen zu entwickeln, um spezifische Anforderungen zu erfüllen.

Intercom lässt sich mit über 350 leistungsstarken Apps und Integrationen verknüpfen, mit denen Sie diese Plattform an Ihr Unternehmen anpassen können.

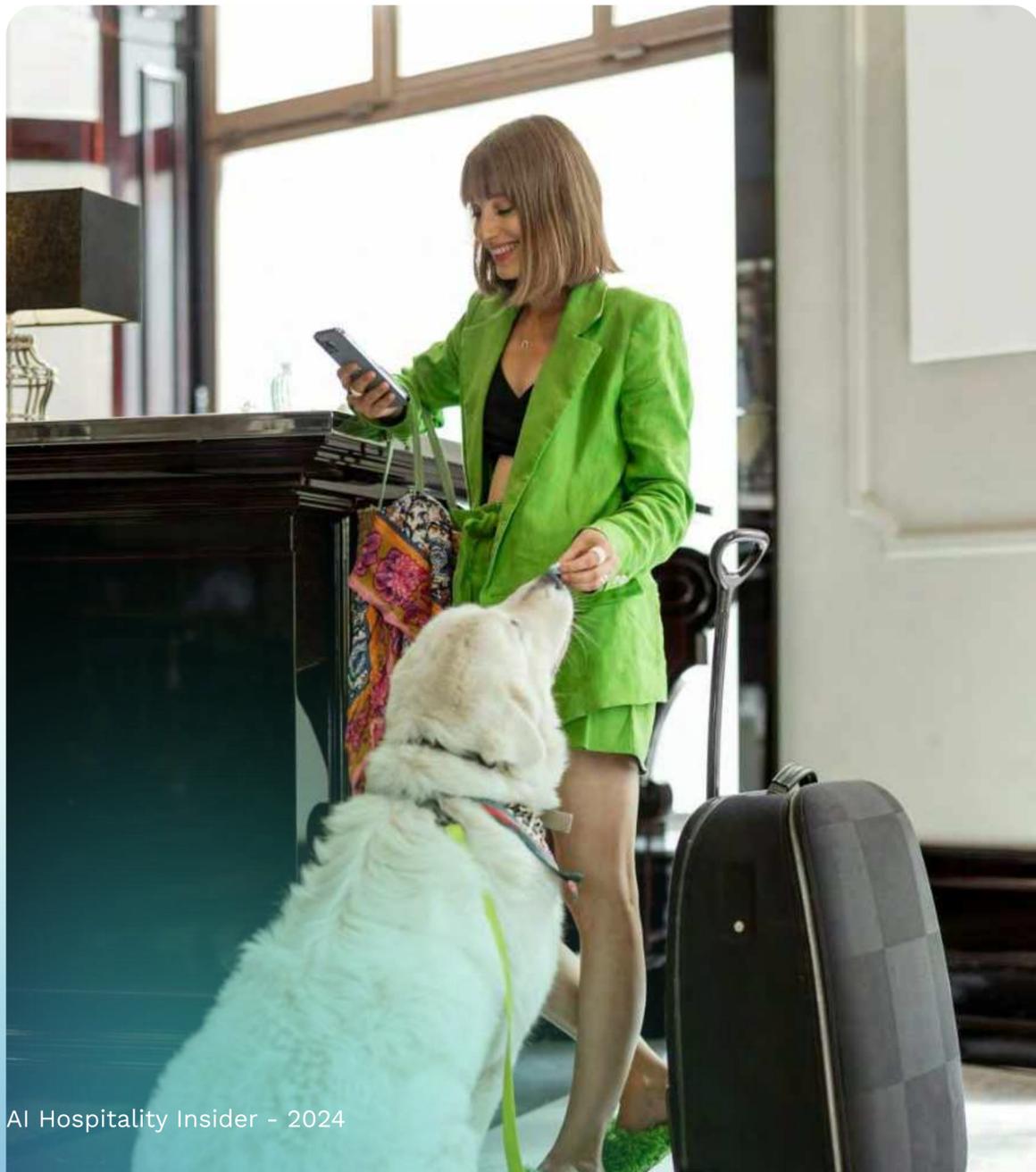
Drift beinhaltet über 150 native Integrationen mit Marketing-, Vertriebs- und CRM-Tools wie Salesforce, Hubspot, Marketo usw.

HiJiffy bietet über 80 Integrationen mit verschiedenen Hotelsystemen, darunter Buchungssysteme, Property Management Systeme, Instandhaltungsmanagementsysteme, Marketingplattformen, CRMs, Zahlungs- und Finanzierungsgateways und Tools zur Serviceautomatisierung.



Die beste KI-Lösung

Unterstützung von anderen Kanälen: Ist es eine Omni-Channel-Lösung?



 Externes Abonnement
mit Octopods

| |  HiJiffy |  Zendesk |  Salesforce |  INTERCOM |  DRIFT |
|--------------------|---|---|--|--|---|
| Website chat | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| E-Mail | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| SMS | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Whatsapp | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Facebook Messenger | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Instagram | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Google Business | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| WeChat | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| LINE | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Telegram | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| X (früher Twitter) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Die beste KI-Lösung



Preise und Benutzeranzahl: Welcher Plan passt zu Ihrem Budget und Anforderungen?

Wir betrachten die Preise unter der
Annahme eines Teams von **5 Mitarbeitern**:

| | | |
|--|--|-----------------------------------|
| | | Von 99 bis 319 € |
| | | Von 275 bis 575 € |
| | | Von 195 bis 659 \$ |
| | | Von 125 bis 2500 € (Sales pakete) |
| | | Von 2,500 \$ |

Generative KI für Hotellerie: Wie schlau ist die KI?

Zendesk hat generative KI-Funktionen in sein Angebot integriert, um interne Teams von wiederholenden Anfragen zu befreien. Zu den Fähigkeiten der KI gehören unter anderem generative Antworten auf Anfragen von Kunden und Zusammenfassung von Anrufen und Neufassung von Inhalten.

Salesforce führt enthält KI für Automatisierung in jeglichen Bereichen, aber die spezifischen generativen KI-Fähigkeiten können begrenzt sein. Die Einstein Solution muss zum Preis hinzugefügt werden und ist nicht auf die Hotellerie spezialisiert oder auch nicht pre-trained.

Der KI-Chatbot von **Intercom** verspricht die sofortige Beantwortung von 50 % der Fragen mittels Natural Language Conversations, berechnet jedoch eine Gebühr von 0,99 € je gelöster Frage.

Drift verwendet KI und maschinelles Lernen, um die Absichten der Kunden zu verstehen, sinnvolle Gespräche zu führen und die besten Antworten zu empfehlen.

Die **HiJiffy-KI kann automatisch Anfragen bearbeiten**, Direktbuchungen verwalten und Gäste während ihres gesamten Aufenthalts unterstützen. Mit über 200 speziellen FAQ-Themen im Bereich Hotellerie ist Ihr Chatbot perfekt geschult. Die Konversations-KI von HiJiffy beantwortet 85 % der Gästefragen - eine beeindruckende Zahl, die auf unserer Branchenexpertise und einer Datenbank mit spezifischen Informationen basiert.

HiJiffy-KI

+200 FAQ-Themen

Beantwortet **85 %**
der Gästefragen



Die beste KI-Lösung

Multi-Property: Management über mehrere Hotelobjekte

| | |
|--|---|
| | ✓ |
| | ✗ |
| | ✗ |
| | ✗ |
| | ✗ |

Dieses Attribut ist einzigartig für HiJiffy, da sowohl der Hotel-Chatbot als auch der digitale Concierge nicht pro Mitarbeiter oder Team berechnet und eingesetzt werden, sondern auch über mehrere Hotelobjekte verwendet werden können. Hierfür können Sie sich anschauen, wie Hotel Gran Bilbao oder auch Kora Living jeweils zwei Objekte mit unserer Lösung managen. (BILBAO LINK und Kora Living). Dies spart Kosten und ermöglicht es Ihnen, über **beliebig viele Hotelobjekte so viel Umsatz wie möglich zu generieren, personalisierte Kampagnen zu versenden oder spezifische Fragen für jedes Hotelobjekt zu beantworten**. Somit können Sie sich entspannt zurücklehnen und den wichtigeren Aufgaben Ihre volle Aufmerksamkeit schenken.



Sprachen: 你好

| | |
|--|------|
| | 130+ |
| | 45 |
| | 20 |
| | 17 |
| | 4 |

Der Chatbot von Zendesk unterstützt mehr als 20 Sprachen, Salesforce bietet für seine Einstein Bots Unterstützung für über 17 Sprachen an, und Intercoms KI-Chatbot ist in 45 Sprachen verfügbar.

Für Drift ist keine spezifische Zahl der unterstützten Sprachen für den Chatbot verfügbar. Die verfügbaren Informationen beziehen sich hauptsächlich auf die Sprachunterstützung für E-Mails in Englisch, Deutsch, Spanisch und Französisch.

Der Chatbot von HiJiffy kann in mehr als 130 Sprachen antworten. Diese umfangreiche Sprachunterstützung ermöglicht es, eine breite Palette von Nutzern weltweit zu erreichen und zu bedienen. Sie müssen sich keine Sorgen machen, dass Gäste aus aller Welt sich bei uns gut aufgehoben fühlen.

Besondere Bedürfnisse von Hotels erfordern eine spezielle Lösung.

Unsere Analyse verschiedener Anbieter zeigt, dass während Zendesk, Salesforce, Intercom und Drift breit gefächerte Lösungen für unterschiedliche Branchen anbieten. **HiJiffy versteht die einzigartigen Herausforderungen der Branche** und bietet maßgeschneiderte Funktionen, die darauf abzielen, die Kommunikation zwischen Hotels und ihren Gästen zu optimieren.

[Den ganzen Artikel lesen ↗](#)



Die beste KI-Lösung

Willkommen in unserer Rubrik Produkt-Highlights, in der wir Ihnen die neuesten Entwicklungen und bemerkenswerten Updates von HiJiffy vorstellen. Unser Team aus engagierten KI-Experten arbeitet unermüdlich an der Verbesserung unserer Lösung, um sicherzustellen, dass wir für Ihre Hotelbedürfnisse nichts Geringeres als Spitzenleistungen erbringen.

Hier finden Sie nicht nur die **neuesten Funktionen**, sondern auch ein umfassendes Verständnis für die **Breite und Tiefe der Möglichkeiten**, die die HiJiffy-Lösung bietet.

[HiJiffys Funktionen erkunden](#) ↗

🔍 Search Product Highlights...



Chatbots
Ihre individuelle Konfiguration
[Mehr erfahren](#)



Widgets
Die Vielfalt der Benutzeroberflächen.
[Mehr erfahren](#)



Channels
Optimieren Sie die gesamte Gästekommunikation.
[Mehr erfahren](#)



Kampagnen
Bringen Sie Ihre Marketingkampagnen auf das nächste Level.
[Mehr erfahren](#)



Berichte
Verwertbare Dateneinblicke
[Mehr erfahren](#)



KI Knowledge Scanner
Antworten auf Ihre Hotel-FAQs mit wenigen Klicks einrichten.
[Mehr erfahren](#)



AI Text Refinement
Anpassung und Verbesserung Ihrer Nachrichten mit KI, um Zeit zu sparen.
[Mehr erfahren](#)



Sentiment-Analyse
Erkennen Sie beim Auswerten von Feedback die Emotionen Ihrer Gäste.
[Mehr erfahren](#)



Dossier

Vorschau

Der Umgang mit sozialen Netzwerken ist für jeden ambitionierten Hotelier mittlerweile unerlässlich. Allerdings kann es eine große Herausforderung sein, die sozialen Netzwerke voll auszuschöpfen, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und die Einnahmen Ihres Hotels zu steigern. Aber kein Grund zur Panik! Unser spezieller Leitfaden für Hoteliers ist vollgepackt mit Expertenratschlägen und unverzichtbaren Strategien, mit denen Sie die Online-Präsenz Ihres Hotels in eine echte Gewinnmaschine verwandeln können!

Der Social-Media-Leitfaden für die Hotellerie: Von der Steigerung der Hotelpräsenz bis zur Umsatzgenerierung



[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗



Der Social-Media-Leitfaden für die Hotellerie: Von der Steigerung der Hotelpräsenz bis zur Umsatzgenerierung

Dieser auf die Hotellerie spezialisierte Leitfaden zu sozialen Netzwerken begleitet Sie fachkundig durch die wichtigsten Schritte, damit Sie die Vorteile dieser Plattformen voll ausschöpfen können. In dieser Publikation werden unter anderem folgende Fragen beantwortet:

Welchen Einfluss hat Social Media auf die Hotellerie?

Wie lassen sich die sozialen Netzwerke Ihres Hotels erstellen und optimieren?

(Facebook, Instagram und Google Business Profile)

Wie können Sie dies nutzen, um Ihren Umsatz zu steigern?

Der Einfluss von Social Media auf die Hotellerie

Im Jahr 2023 haben soziale Netzwerke weltweit 4,88 Milliarden aktive Nutzer, was 60,6 % der Weltbevölkerung entspricht (BDM, 2023).

In der Hotellerie und Tourismusbranche beschränken sich soziale Netzwerke nicht mehr nur auf einfache Plattformen zum Teilen von Fotoerinnerungen, sondern werden allmählich zu **vollwertigen Suchmaschinen für die Reiseplanung**.

Somit stellt die aktive Präsenz in sozialen Netzwerken einen großen strategischen Vorteil in der Hotellerie dar, der die Attraktivität Ihres Hotels für Reisende deutlich steigern kann. Die bloße Anwesenheit reicht jedoch nicht aus.

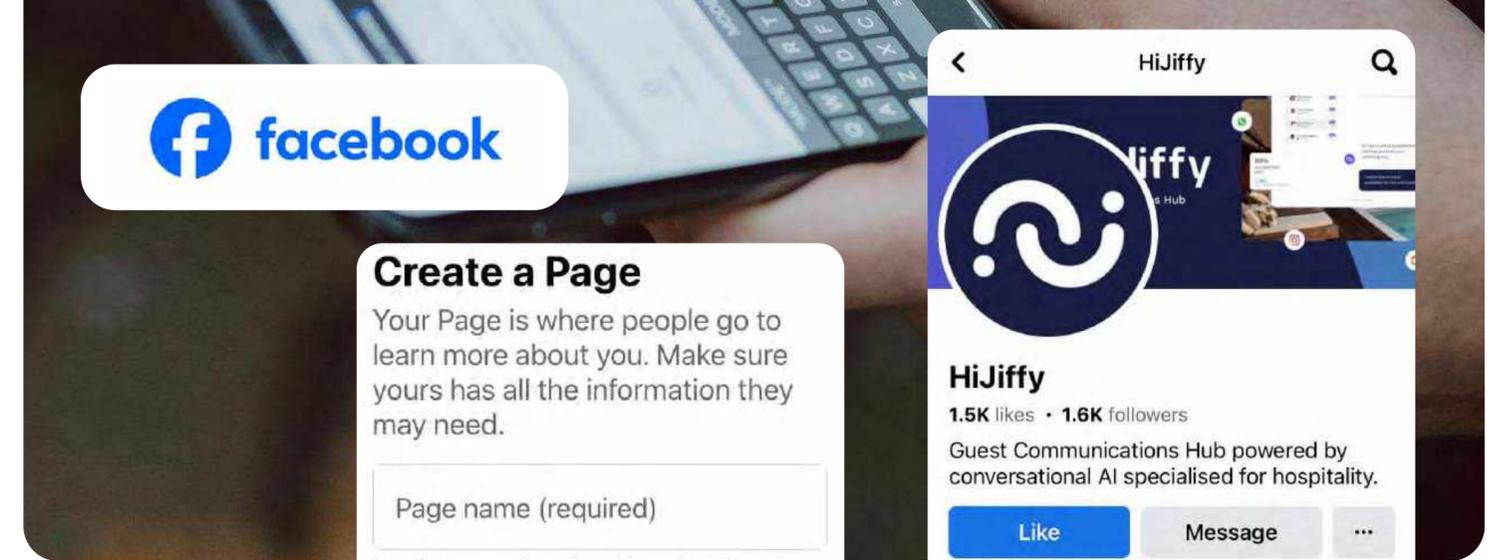


Dossier

Wie können Sie die sozialen Netzwerke Ihres Hotels erstellen und optimieren?

Facebook

Facebook ist nach wie vor die wichtigste Social-Media-Plattform. Mit 40 Millionen monatlich aktiven Nutzern allein in Frankreich ([Digimind](#), 2023) sind Ihre potenziellen Gäste auf Facebook bedeutend und erfordern besondere Aufmerksamkeit.



Veröffentlichen Sie regelmäßig attraktive und ansprechende visuelle Inhalte. Teilen Sie hochwertige Fotos und Videos, die die einzigartigen Merkmale Ihres Hotels hervorheben, wie z. B. Panoramablick, elegante Zimmer und einzigartige Erlebnisse.

Verwenden Sie relevante Hashtags und markieren Sie andere Seiten, um Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen. Verwenden Sie Hashtags, um Schlüsselwörter anzugeben und Menschen zu erreichen, die sich für dieses Thema interessieren. Optional können Sie Facebook-Gruppen beitreten und Ihre Beiträge dort teilen. Aber Vorsicht, vermeiden Sie Spam!

Diversifizieren Sie den angebotenen Inhalt. Beschränken Sie sich nicht auf das Posten von Fotos und Videos, sondern erkunden Sie die verschiedenen Funktionen, die Facebook bietet, wie z. B. das Erstellen von Veranstaltungen, Umfragen und Live-Videos, um Ihre Inhalte zu diversifizieren und Aufmerksamkeit zu erregen.

Interagieren Sie mit Ihrem Publikum.

Reagieren Sie auf Kommentare und Direktnachrichten. Die Reaktionsgeschwindigkeit stärkt die Beziehung zu Ihren potenziellen Gästen und verbessert die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens. Dazu können Sie mithilfe von Lösungen auf Basis von künstlicher Intelligenz (KI) die Verarbeitung von mehr als 90 % Ihrer eingehenden Nachrichten automatisieren. Eine weitere Möglichkeit, die Interaktion mit Ihrem Publikum zu erhöhen, besteht darin, exklusive Rabatte oder Wettbewerbe anzubieten. Dies schafft Anreize für das Engagement und ermutigt die Nutzer, Ihre Seite zu teilen.

Aktualisieren Sie Ihre Seite regelmäßig mit relevanten Informationen über bevorstehende Veranstaltungen, Werbeaktionen und die verschiedenen Dienstleistungen, die Sie anbieten: Restaurant, Spa, Workshops usw.

[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗



Instagram

Mit 2 Milliarden Nutzern weltweit ist Instagram das drittbekannteste soziale Netzwerk der Welt, hinter Facebook und YouTube. Für die Hotellerie ist Instagram von strategischer Bedeutung, da es sich zum sozialen Netzwerk schlechthin entwickelt, um bei seinen Followern die Lust am Reisen zu wecken.

Laut dem neuesten Bericht von [Kolsquare](#) entfallen 63 % des Engagements im Reisesektor auf diese Plattform und allein der Hashtag #travel umfasst mehr als 674 Millionen Beiträge.

Setzen Sie auf Reels. Kurze Videos sind in der Reisebranche unerlässlich und bieten wirkungsvolles Storytelling mit der höchsten Engagement-Rate: 3,4 % im Vergleich zu 2 % für einen Beitrag ([Kolsquare, 2023](#)).

Schaffen Sie Nähe mit Stories. Schaffen Sie eine direkte Verbindung zu Ihren Abonnenten mithilfe von Stories, die weniger viral sind als Reels, aber eine enge Beziehung zu Ihrem Publikum herstellen können. Denken Sie übrigens daran, die Formate zu variieren, um eine gute Balance zwischen Engagement und Viralität zu erreichen.

Verwenden Sie immer Hashtags. Beiträge, die Hashtags enthalten, erzielen 12,6 % mehr Engagement als solche ohne Hashtags ([Sprout Social, 2023](#)).

Nutzen Sie Standortmarkierungen. Erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit durch die Verwendung von Standortmarkierungen. Bei Beiträgen, die dies tun, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie gesehen werden, um 79 % höher als bei Beiträgen, die dies nicht tun ([Jemsu, 2023](#)).

Schaffen Sie „Instagram-taugliche“ Räume. Schaffen Sie in Ihrem Hotel Räume für Selfies und Gruppenfotos und ermutigen Sie Ihre Gäste zum spontanen Teilen.

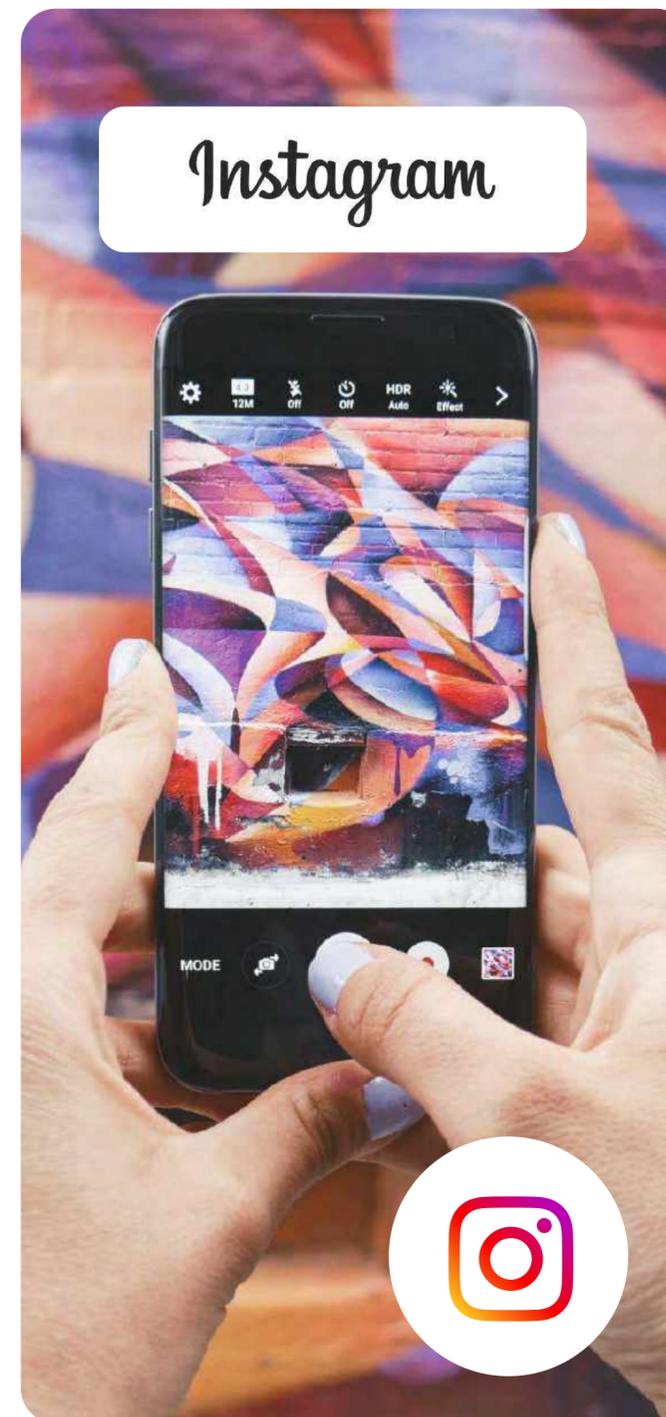
Erstellen Sie einen bestimmten Hashtag und ermutigen Sie Ihre Gäste, ihn zu verwenden. Auf diese Weise können Sie wissen, wie viele Personen über Ihr Hotel sprechen oder Ihre Inhalte teilen, und vor allem ein Foto- und Videoverzeichnis erstellen, das für Personen, die sich für Ihr Hotel interessieren, leicht zugänglich ist.

Teilen Sie die Beiträge Ihrer Gäste erneut. Inhalte, die von Ihren Gästen generiert werden, sind kostenlose Werbung für Ihr Unternehmen.

Analysieren Sie die Statistiken. Verwenden Sie Ihre Unternehmensprofilstatistiken, um Ihre Zielgruppe zu verstehen und Ihre Inhalte entsprechend anzupassen.

Bewerben Sie Ihre leistungsstärksten Beiträge. Identifizieren und bewerben Sie Ihre leistungsstärksten Beiträge direkt über die mobile App, um ein breiteres Publikum zu erreichen.

[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗





Dossier

Google Business Profile (ehemals Google My Business)

Google Business Profile (GBP), ehemals Google My Business, ist ein unverzichtbares Tool für Hoteliers, denn es bietet eine umfassende Verwaltung ihrer Online-Präsenz auf Google-Plattformen, einschließlich der Suchmaschine (einschließlich Google Ads) und Google Maps. Die Erstellung eines GBP-Eintrags ist ein wesentlicher strategischer Faktor, der die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens erhöht und Direktbuchungen fördert: Mehr als die Hälfte der Interaktionen mit dem GBP-Profil führen zu Besuchen auf der Website ([The Media Captain, 2023](#)) und mehr als 5 % der Konsultationen führen zu einer Buchung ([Search Engine Journal, 2019](#)).

Vergewissern Sie sich, dass der GBP-Eintrag Ihres Hotels alle folgenden Angaben enthält:

Titel. Dies ist der Name Ihrer Institution.

Beschreibung. Fügen Sie eine Beschreibung hinzu, die prägnant ist, aber die Highlights Ihres Hotels hervorhebt.

Haupt- und Nebenkategorien. Definieren Sie sorgfältig die Hauptkategorie Ihrer Einrichtung (Hotel) sowie die Nebenkategorien, um eine genaue Beschreibung Ihrer Angebote zu erhalten.

Öffnungszeiten. Geben Sie Ihre regulären Öffnungszeiten sowie die Öffnungszeiten an Feiertagen an. Dies wird von Google geschätzt.

Adresse. Überprüfen Sie, ob Ihre Adresse korrekt und aktuell ist.

Dienstleistungen und deren Beschreibung. Beschreiben Sie die von Ihrem Hotel angebotenen Dienstleistungen im Detail.

FAQ. Verwenden Sie den FAQ-Bereich, um die häufigen Anfragen Ihrer zukünftigen Gäste zu antizipieren.

Messaging-Funktion. Aktivieren Sie die Messaging-Funktion um die Kommunikation mit Ihren Gästen zu erleichtern.

Attribute. Geben Sie alle zusätzlichen Dienstleistungen an, wie z. B. Rollstuhlzugang, Parkmöglichkeiten und die in Ihrer Einrichtung akzeptierten Zahlungsmittel.

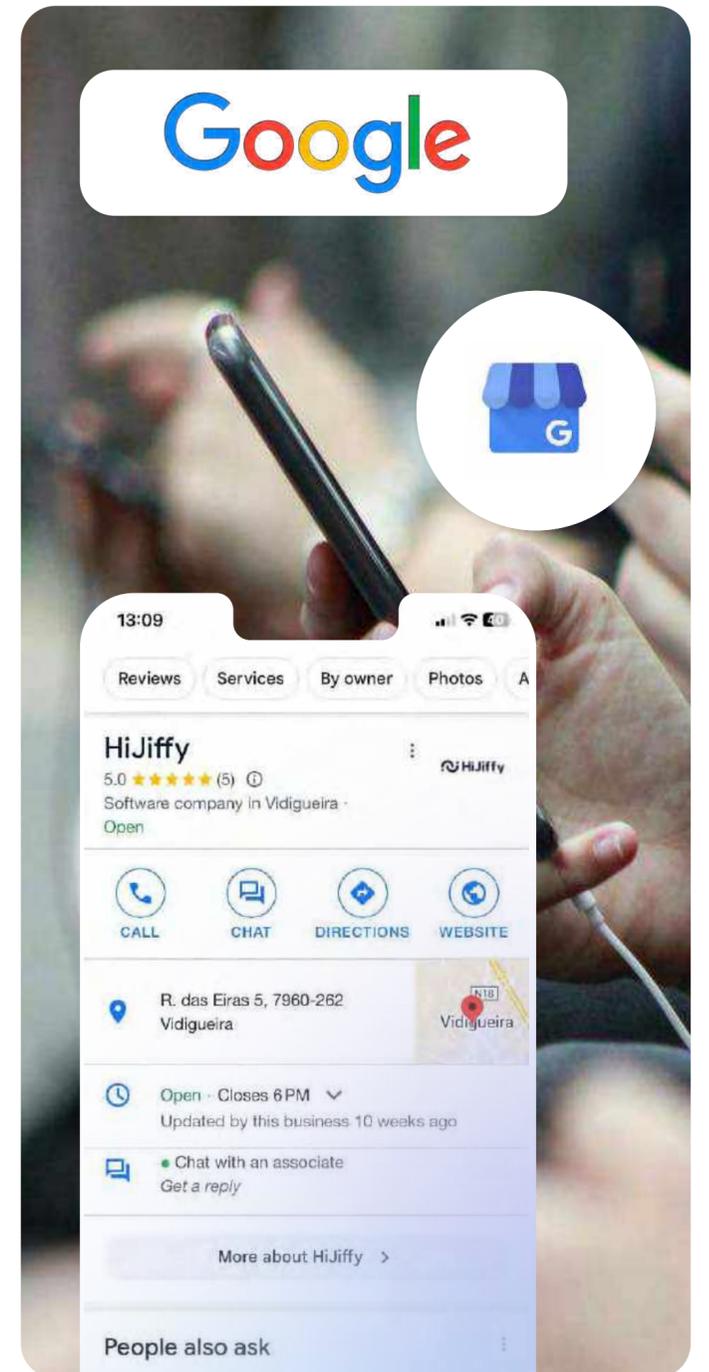
Fotos oder Videos Ihrer Einrichtung. Fügen Sie hochwertige Medien hinzu, um Ihren Eintrag zu bereichern, Vertrauen aufzubauen und die Nutzerbindung zu erhöhen: Unternehmen mit Fotos in ihrem Eintrag erhalten 42 % mehr Anfragen nach Wegbeschreibungen und 35 % mehr Klicks als Unternehmen ohne Fotos ([Thrive, 2021](#)).

Zum Schluss noch zwei Bonus-Empfehlungen, mit denen Sie sich von der Konkurrenz abheben können:

Veröffentlichen Sie Google-Beiträge, um besondere Veranstaltungen, Angebote, Rabatte oder andere besondere Dienstleistungen direkt von Google anzukündigen.

Fügen Sie Ihre Social-Media-Links hinzu, um einen direkten Zugang zu Ihren Content-Sharing-Plattformen einzurichten und Ihre Online-Präsenz zu steigern.

[Den ganzen Artikel lesen](#) ↗





Wie können Sie Social Media nutzen, um Ihren Umsatz zu steigern?

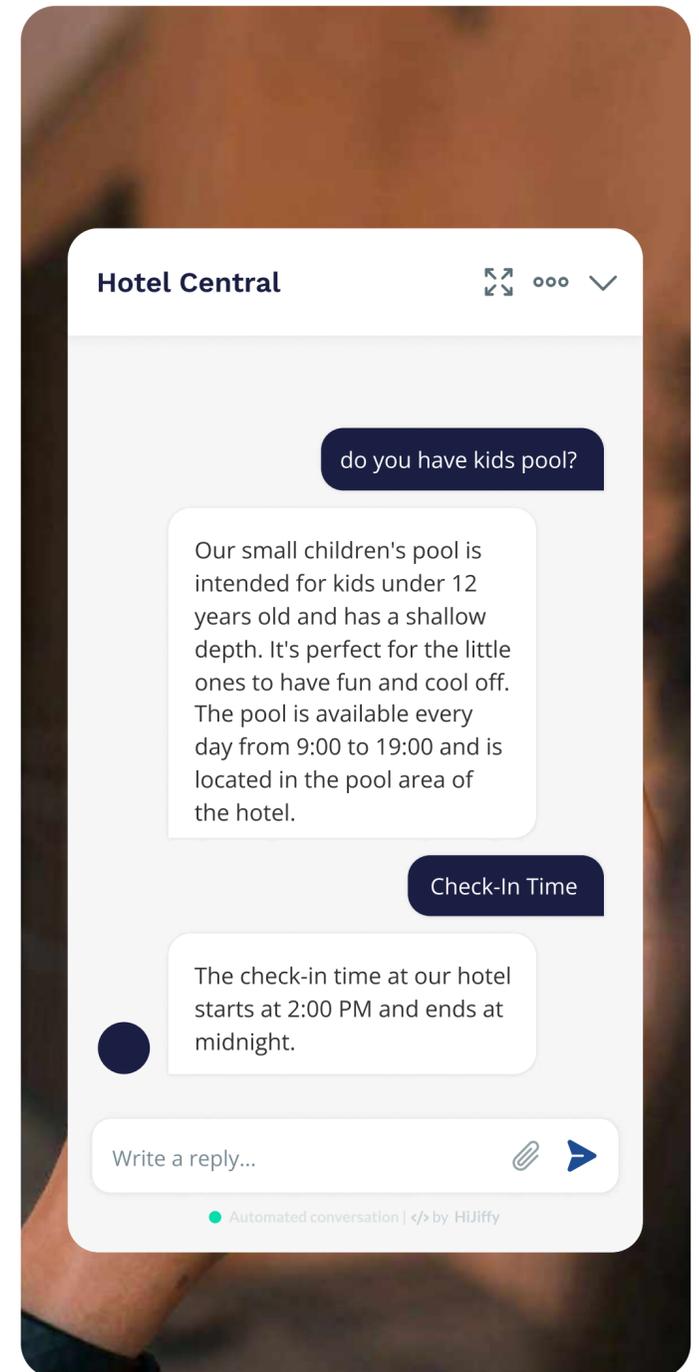
Die Anwendung von KI in der Hotellerie bietet unbestreitbare Vorteile, um Ihren Umsatz zu maximieren. Hier sind zwei wichtige Punkte, die Sie beachten sollten, um Ihre Social-Media-Kanäle zu echten Umsatztreibern zu machen:

Sofortige, personalisierte Interaktion mit Ihren Gästen

Sobald Ihre optimierten und attraktiven Social-Media-Seiten die Aufmerksamkeit der Reisenden auf sich gezogen haben, werden sie versuchen, mehr über die Annehmlichkeiten, Richtlinien oder besonderen Dienstleistungen Ihres Hotels zu erfahren, wie die HiJiffy-Studie 2023 zu den wichtigsten Fragen von Hotelgästen zeigt. Die Integration eines Chatbots ist daher unerlässlich, um mehr als 80 % der Gästeanfragen autonom rund um die Uhr zu beantworten. Diese leistungsstarken Chatbots können nicht nur auf der Website Ihres Hotels eingesetzt werden, sondern auch auf den Social-Media-Kanälen wie Facebook Messenger, Instagram, Google Business Profile und anderen Messaging-Plattformen.

Darüber hinaus spielen Chatbots eine Schlüsselrolle, um Gästedaten schnell und effizient zu sammeln. Diese Funktion reagiert nicht nur proaktiv auf Gästebedürfnisse, sondern bietet auch **personalisierte Empfehlungen, die auf die jeweiligen Vorlieben abgestimmt sind**. Wenn Sie das Interesse der Gäste durch relevante Interaktionen aufrechterhalten, erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit einer Buchung erheblich.

Entscheiden Sie sich für eine Lösung, die **alle Gästeinteraktionen in einem Omnichannel-Posteingang zentralisiert**. Dieser Ansatz vereinfacht den Prozess radikal und eliminiert das Jonglieren zwischen verschiedenen Plattformen, um die Gästeanforderungen zu erfüllen. Das Ergebnis ist eine geringere Arbeitsbelastung für Ihre Mitarbeitenden, ein effizienteres Anfragemanagement und eine schnelle, konsistente Reaktion – alles von einer einzigen Plattform aus.

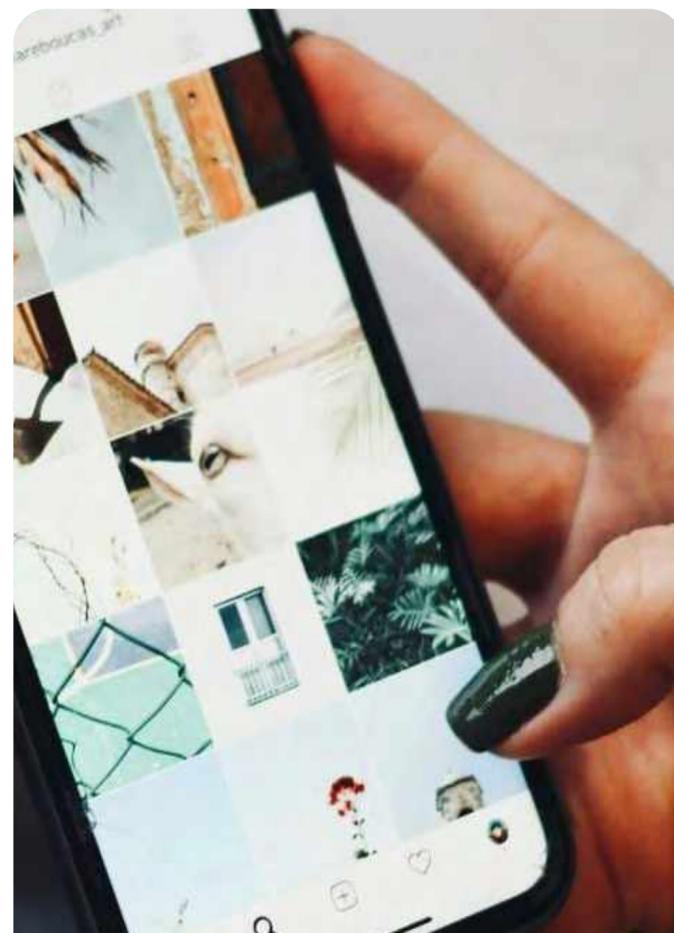




Vereinfachen Sie den Buchungsprozess und steigern Sie die Buchungsrate.

Sobald Sie alle Fragen Ihrer zukünftigen Gäste beantwortet haben, erleichtern Sie ihnen den Buchungsprozess, indem Sie die Möglichkeit bieten, dies direkt über die von ihnen genutzten sozialen Netzwerke zu tun. Laut Daten von WebFX haben mehr als die Hälfte der Hotels eine Buchungsmaschine oder ein Widget auf ihrer Facebook-Seite eingeführt, um den Buchungsprozess zu vereinfachen. Bei diesem Ansatz müssen die Interessierten nicht zu anderen Schnittstellen wie Ihrer Website wechseln, um eine Buchung abzuschließen, was zu einer deutlichen Verbesserung Ihrer Buchungsrate und damit Ihres Umsatzes führt.

Im Idealfall entscheiden Sie sich für eine KI-basierte Lösung, die sich leicht in Ihre Buchungsmaschine und Ihr PMS integrieren lässt: So können Sie die Verfügbarkeit und die Preise Ihrer Zimmer effizient anzeigen. Die Omnichannel-Lösung von HiJiffy lässt sich nahtlos in die führende Hotelsoftware auf dem Markt integrieren und vereinfacht die Implementierung des Chatbots in Ihren sozialen Netzwerken.



Zusammenfassung der wichtigsten Ideen:

Die Schaffung sozialer Netzwerke für Ihr Hotel ist unerlässlich, um Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und sich von Ihren Mitbewerbern abzuheben. Aber es reicht nicht aus, auf diesen Plattformen präsent zu sein. Man muss sie optimieren, um sie leicht zugänglich und attraktiv zu machen.

Über ihre Rolle als Schaufenster hinaus stellen soziale Netzwerke eine echte Chance dar, Ihre Einnahmen zu steigern und den Umsatz Ihrer Einrichtung anzukurbeln.

KI ist ein mächtiges Werkzeug, das Ihnen hilft, Ihre Umsätze in sozialen Netzwerken zu steigern, indem es die sofortige und persönliche Interaktion mit Ihren Gästen erleichtert und den Buchungsprozess vereinfacht.

Die Integration eines auf die Hotellerie spezialisierten Chatbots mithilfe von Konversations-KI ermöglicht es Ihnen, mehr als 80 % der Fragen Ihrer zukünftigen Gäste direkt in ihren bevorzugten sozialen Netzwerken effizient zu bearbeiten. Entscheiden Sie sich für eine zentralisierte Lösung, wie z. B. die HiJiffy-Konsole, die Ihnen die Flexibilität bietet, alle eingehenden Nachrichten aus verschiedenen sozialen Netzwerken von einer einzigen Plattform aus zu verwalten.

Bis zum nächsten Mal für weitere **Einblicke in der Hotellerie**

[Buchen Sie eine Demo ↗](#)

Verbinden Sie sich mit uns

info@hijiffy.com

+351 21 123 0217

hijiffy.com

