

spa business

Heft 2/17 • Mai

magazine

High Tech vs. High Touch

Pro & Contra digitaler Features

Planung trifft Realität

Richtig planen und
analysieren

Wein & Bier

Ideen für
besondere Treatments

Wasser & Dampf

Wasser macht
den Unterschied

Arbeiten weltweit

Sechs Spa-Professionals berichten über ihre Erfahrungen



Digital Spa

Spa-Dienstleistungen können durch internetbasierte Geräte oder Programme verbessert werden. Dies hat Vorteile für die Kunden, als auch für die Spa-Einrichtungen selbst. Doch wie funktioniert Service in digitalen Zeiten?

Die Bedürfnisse der »digital natives« bestimmen die Zukunft, denn sie möchten nicht auf die Annehmlichkeiten der Digitalisierung verzichten. Diese Erwartungen werden die Zukunft von Spas prägen.

Die Gäste im Blick – nicht den Bildschirm

Möglich wäre heute folgendes Szenario: Vor der Ankunft erhalten die Reisenden Informationen zur Route und zum Parkplatz. Sie werden bei der Ankunft selbst dann von einer Servicekraft erwartet und mit Namen begrüßt, die Zimmernummer erscheint auf

ihrem Smartphone. Dank Keyless Check-In und Gasterkennung via Beacon Technologie entfällt das Einchecken und Schlange stehen.

Wenn Kunden ihren Aufenthalt selbst online buchen, brauchen sie dafür bei Ankunft ihre Daten nicht erneut angeben. Wer in dieser Situation perfekten Service bieten will, der muss seine Gäste im Blick haben – nicht den Bildschirm!

So geht digitaler Service

Im Zimmer angekommen, zeigt das TV-Gerät zur Begrüßung den Namen und spielt den Song, der eben noch im Auto lief. Schnell umziehen, eine Runde schwimmen und dann ins Spa. Interaktive Displays in der Lobby informieren über Anwendungen, Produkte und die Kosmetikerinnen und Therapeuten. Ein Klick auf den digitalen Terminkalender zeigt die nächste freie Behandlungsliege: Raum 3, 11:30 Uhr. Eine Stunde Zeit, ab zum Fitness.

Lisa, die Kosmetikerin, erhält zeitgleich den gebuchten Termin auf ihr Smartphone.

Sie kann locker ihre Einkäufe nach Hause bringen, sich umziehen und ist um 10:45 vor Ort. Dort erhält sie relevante Eckdaten zur Buchung und zum Gast.

Auch den Personal Trainer erreichen Informationen über den Gast: Kurze Anamnese, Blick auf die Vitaldaten, kurz besprochen – und der Gast setzt im Urlaub sein individuelles Trainingsprogramm fort. Ausgepowert und glücklich geht es danach zum Spa, wo ihn Lisa erwartet. Sie erkundigt sich, wie es ihm seit dem letzten Aufenthalt ergangen ist. Seinen Lieblingscocktail hat sie bereits vorbereitet.

Was durch Digitalisierung besser werden kann

Kluge Anwendungen machen aus technologischem Fortschritt digitalen Service, vor, während und nach dem Spa-Besuch. Digitale Assistenten befreien Gastgeber von administrativen Arbeiten und schaffen mehr Zeit für das Wesentliche, die Gäste. Solchermaßen verwöhnt, kommen sie gerne wieder und empfehlen das Erlebte weiter.

Je nachdem, in welchem Segment ein Spa positioniert ist, dient die Digitalisierung im gehobenen Bereich dazu, Service zu steigern, während sie im Low-Budget-Bereich dazu beiträgt, Kosten zu sparen. Beides hat seine Berechtigung. ■

Hans-Peter Urban ist Verkaufstrainer, Consultant, Autor und Speaker. Sein Schwerpunkt sind Service und Kommunikation in Zeiten der Digitalisierung.
Info: www.urbantraining.de

