

Die besten Geschäftspraktiken von Spa Managern

Top Spa-Manager teilen ihre Visionen und geben Tipps rund ums Spa Business (Teil II Business und Marketing)



Foto: Nivea Haus Hamburg

Im ersten Teil der 2011er-Studie von Forum Hotel & Spa berichteten erfolgreiche Spa-Manager über ihre Erfahrungen in Mitarbeiterführung und -motivation. Doch natürlich punkten die Profis auch durch organisatorische Fähigkeiten. Die Besten gehen noch weit darüber hinaus – sie handeln »Eco-logical« und bauen ihren Betrieb zum »Green-Spa« um.

Jedes Jahr bildet das Forum Hotel & Spa eine Jury von Fachleuten aus der Spa-Branche, um herausragende Spa-Manager zu identifizieren und sie für ihre Professionalität auszuzeichnen. 2011 entschied sich die Diamond Awards Jury für 17 Führungskräfte und 13 von ihnen nahmen an einer ergänzenden Studie über ihre »best practices« teil. Diese hat zum Ziel, Erkenntnisse aus den Überzeugungen und oft intuitiven Entscheidungen dieser Profis abzuleiten, um jedem zu ermöglichen, aus seinem Wohlfühl-Center ein Profit-Center zu machen.

Welche Hauptfaktoren beschleunigen das Wachstum Ihres Spas?

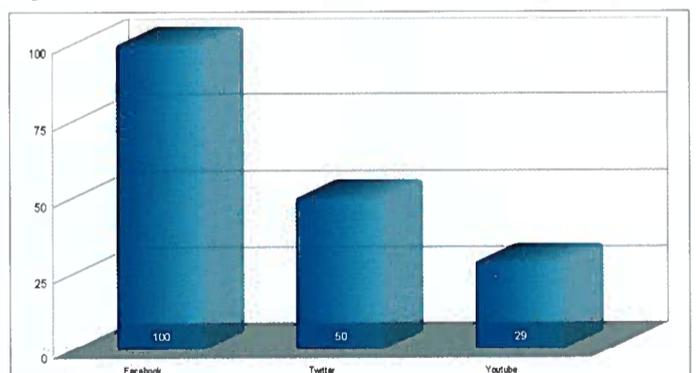
Praktisch die Hälfte aller Spa-Manager dieser Studie ziehen neue Methoden in Betracht, um die Loyalität von Neukunden zu festigen. So baut Vanda Janeiro, Spa-Managerin im Blue & Green The Lake Resort, Portugal, auf Computer-Software wie etwa Nymphaea von ADN Informatique,

um »die Kundendatenbank in Segmente zu unterteilen, gezielt Profile zu gewinnen und Newsletter und Geburtstagskarten zu versenden.« In Marokko vermarkten die Partner des So Spa Sofitel und Cartier erfolgreich auch gegenseitig die Premium Angebote und Leistungen des anderen gegenüber ihren jeweiligen Kunden. Andere Spas setzen hauptsächlich auf Innovationen mit neuen Behandlungsansätzen, wie Virginia Lara, Spa-Managerin im Mandarin Oriental, Barcelona, die das Body Concept by Mogh gewählt hat, oder Erica d'Angelo, Spa-Managerin im Ti Sana Spa, Italien, die aktiv die Einführung ihres Medical Spas, in einer Entziehungsklinik und Hippokrates Spa-Shop vorbereitet.

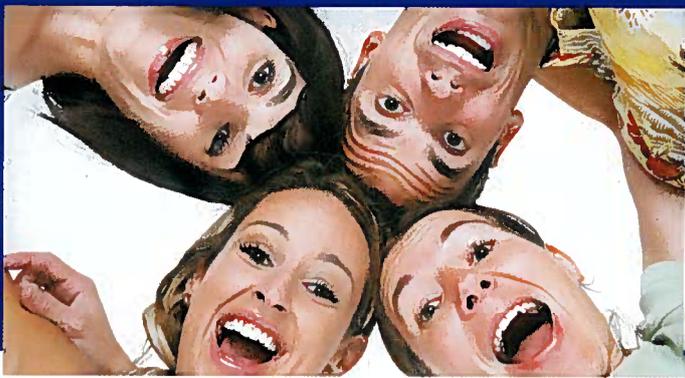
Schlüsselemente, die aus einem Spa ein gewinnbringendes Geschäft machen:

- ▶ Ein Team von qualifizierten Fachkräften
- ▶ Ein Team von Empfangsmitarbeitern, die im Empfehlen, Reservieren sowie im direkten und segmentübergreifenden Verkauf geschult sind
- ▶ Ein zentrales Spa-Marketing
- ▶ Ein originelles und kreatives Spa-Angebot
- ▶ Eine erstklassige Lage
- ▶ Ein gut organisiertes Finanzwesen
- ▶ Eine schöne Architektur und schönes Design
- ▶ Effektives Internetmarketing
- ▶ Eine gut gepflegte Datenbank

Die diesjährige Studie hebt erstmals die Bedeutung eines guten Spa-Marketings hervor. Dies kann ebenso intern wie durch einen externen Dienstleister erfolgen. Auch ist die Präsenz des Unternehmens in sozialen Netzwerken heute ein entscheidender Faktor. So haben Tamara Peters vom Sofitel Wien, Rita Rosado vom The Oitavos Hotel & Spa, Portugal und Magali Frejaville vom Sofitel Rabat Jardin des Roses Marokko, bereits 60 Freunde auf der Facebook-Seite ihres Spas. Ihre ehrgeizige Zielsetzung liegt bei 150. Schon immer war Mund-zu-Mund-Propaganda eine wichtige Quelle für Neukunden im Spa-Business. Soziale Netzwerke bieten eine ideale Möglichkeit, diesen Faktor zu fördern.



Die Präsenz der Spas dieser Studie bei den wichtigsten Sozialen Netzwerken in %

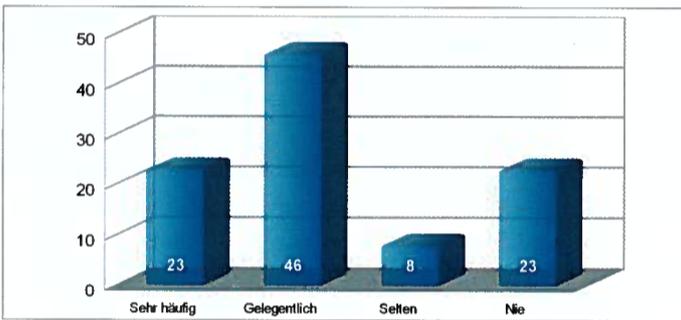


Einige nützliche Tipps, um Ihre Facebook-Seite zu erstellen und zu pflegen:

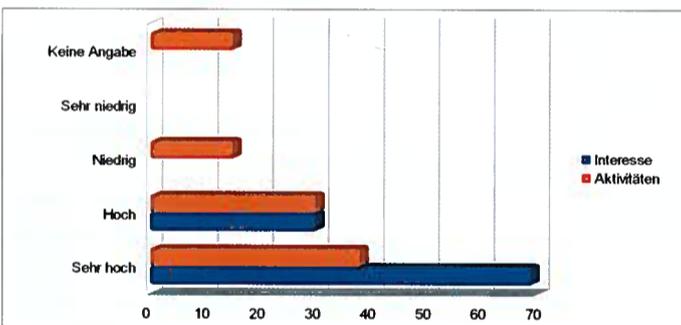
- ▶ Posten Sie mindestens zwei Artikel pro Woche
- ▶ Bieten Sie wertvolle Informationen, wie Pflegetipps, neue Techniken oder neue Mitarbeiter mit neuen Qualifikationen
- ▶ Erzeugen Sie einen Dialog, indem Sie Kommentare von Nutzern selbst beantworten
- ▶ Bevorzugen Sie die menschliche Dimension des Netzwerkes und vermeiden Sie Werbe- und Fachsprache

Nennen Sie Ihre nachhaltigen ökologischen Verpflichtungen

Nachhaltiges Denken und Handeln ist mittlerweile in Unternehmen Standard und auch Spas bilden hierbei keine Ausnahme. Das ist der Grund, warum diese zunehmend Behandlungen mit fair-trade oder Bio-Produkten anbieten. Allerdings nehmen die Kunden diese Treatments nicht immer auch gut an, wie folgende Grafik zeigt:



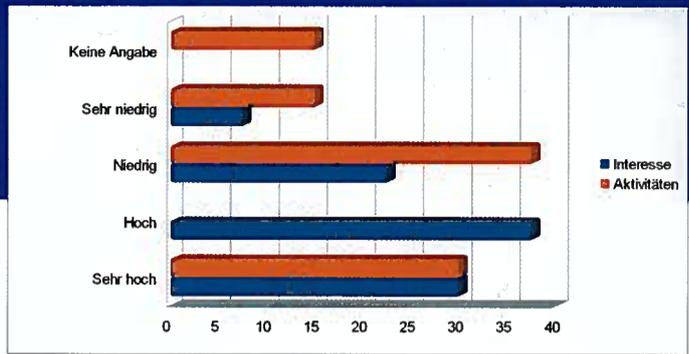
Wie häufig buchen Ihre Kunden Bio-Anwendungen (in %)



Den Energieverbrauch reduzieren

Die häufigsten Alltagstipps:

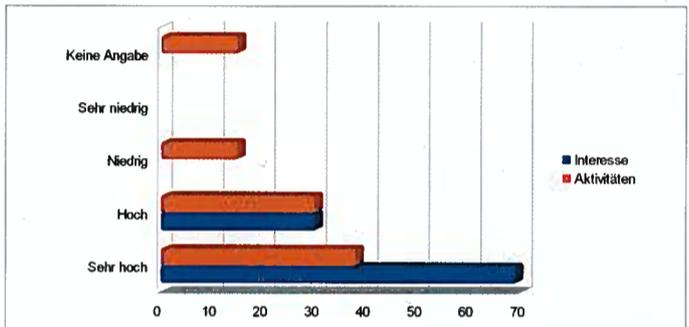
- ▶ Licht ausschalten, wenn niemand im Behandlungsraum ist
- ▶ Elektrogeräte nie im Standby-Modus lassen, da diese weiterhin Energie verbrauchen
- ▶ Infrarotdetektoren nutzen, um Licht an- und auszuschalten
- ▶ Wann immer es möglich ist, lokale Produkte bevorzugen (Konsumgüter, Kosmetik, Getränke...), da diese kürzere Transportwege benötigen



Den Wasserverbrauch reduzieren

Die häufigsten Alltagstipps:

- ▶ Wassersparer an Wasserhähnen und in Duschen installieren
- ▶ Infrarotdetektoren an Wasserhähnen verwenden
- ▶ Falls im jeweiligen Spa möglich, Regenwasser recyceln
- ▶ Einen Backstein oder eine mit Sand gefüllte Flasche in den Spülkasten der Toilette legen
- ▶ Anzahl der Arbeitsgänge der Waschmaschine reduzieren
- ▶ In der Küche ist es umweltfreundlicher, eine kleine Spülmaschine zu verwenden, als von Hand abzuspülen



Reduzieren und recyceln Sie Ihren Abfall

Die häufigsten Alltagstipps:

- ▶ Ziehen Sie nachfüllbare Produkte Einwegprodukten vor (Kosmetik, Tintenpatronen...)
- ▶ Kaufen Sie Produkte mit weniger Verpackung
- ▶ Bedrucken Sie Papier beidseitig
- ▶ Ziehen Sie E-Mails traditionellen Briefen vor
- ▶ Bestellen Sie online
- ▶ Nutzen Sie in der Toilette zum Hände abtrocknen Stoff oder Leinen

Millenium Organisation

Die Millenium Organisation unter der Führung von Vladi Kovanic veranstaltet seit 1997 Events innerhalb des europäischen Spa-Business. Bei einem jährlichen Treffen, dem Forum Hotel & Spa im Ritz, Paris, bringt sie die Führungskräfte berühmter Hotels und der Wellness- & Spa-Industrie zusammen.



Tip Touch Akademie

Die Tip Touch Akademie mit ihrem Leader Guy de Gabriac ist seit 2004 auf Schulungen für Manager, Therapeuten und Empfangspersonal des Spa Business spezialisiert. Ihre Berater und Trainer sind europaweit als Prüfer, Berater sowie für Schulungen tätig.

