

Kunden  
Leitfaden

# harry's home hotels & apartments VERKAUFT ANDERS

DYNAMIC  
INVENTORY



+20%  
Umsatz  
Dynamisches  
Inventar

Gauvendi

## Wie hat Harry's Home Hotels ihr Markenversprechen ab Zeitpunkt der Buchung eingelöst und dadurch den Umsatz um 24% gesteigert?

### Hintergrund

Harald Ultsch, ein österreichischer Hotelier in fünfter Generation, gründete harry's home und verbindet Tradition mit moderner Flexibilität unter dem Markenversprechen "create your stay". Mit über 1700 Zimmern und Apartments bietet die Kette in 17 Hotels in Österreich, Deutschland und der Schweiz ein perfekt auf die Individualisierung der heutigen Zeit gestaltbares Wohngefühl auf Reisen.

### Die Herausforderung

Um die Marke "create your stay" aufzubauen, musste dieses Versprechen in der gesamten Guest Journey integriert werden, beginnend mit dem Buchungsprozess. Ausserdem gehörte dazu, dass die Gäste ihre Zimmerpräferenzen auswählen konnten, was mit herkömmlichen Buchungssystemen nicht möglich war. Darüber hinaus galt es, die Markenbekanntheit insbesondere im deutschsprachigen Kernmarkt zu steigern, Direktbuchungen zu erhöhen und die Gästebindung zu stärken.

### Die Lösung

Die Hotelkette hat die Internet Sales Engine von GauVendi implementiert, die über einen Zimmerkonfigurator verfügt, womit Gäste ihre Zimmerbuchungen – wie mit „create your stay“ versprochen – anpassen können. Das System ermöglicht es den Gästen beispielsweise, verschiedene Grundrisse, Etagen, Badewanne, Dusche oder Zimmer mit besonderer Aussicht auszuwählen. Die Buchungen samt Präferenzen werden automatisch in das Property-Management-System übertragen, um die gebuchten Präferenzen bei Ankunft zu gewährleisten. Darüber hinaus wurde die Kommunikation der Websites mit "Book your match" Videos ergänzt, um die Markendifferenzierung und Sichtbarkeit der Kette zu stärken. Die Lösung des dynamischen Inventaransatzes von GauVendi ermöglicht es, jedes Zimmer auf verschiedene Weise zu vermarkten, um unterschiedliche Gästeprofile und Bedürfnisse anzusprechen, wobei die Optionen in Preis, Name und Ausstattung variieren. Dieser Prozess wird durch KI-Algorithmen unterstützt, wodurch automatisch das passende Angebot für den Nutzer ausgespielt wird.

### Neue Möglichkeiten mit dynamischem Inventar

Das dynamische Inventar war auch die Grundlage für die Einführung thematischer Aktionen wie Halloween, Reisen mit Hund oder Black Friday. Direkte Buchungslinien ermöglichen es der Hotelgruppe, Angebote auf der Website zu präsentieren und nahtlos in ein Käuferlebnis zu wandeln, da jedes Produkt für jede Aktion mit einem eigenen Buchungskalender direkt gebucht werden kann. Ein weiterer Vorteil der Nutzung des dynamischen Inventars ist die automatisierte Zuweisung von Zimmern und Apartments unabhängig von ihrer Zimmerkategorie. So können beispielsweise bestimmte Kategorien, die im Property Management System (PMS) definiert sind, wie z.B. "Studio", nun in einer unlimitierten Kombinationsmöglichkeit verkauft werden. Zimmer können mit Verbindungstür angeboten werden, als Apartment oder komplett als neue Produkte, unabhängig von den ursprünglichen Konfigurationen im PMS. Dadurch werden die Möglichkeiten, die Nachfrage effektiver mit passenden Produkten für unterschiedliche Zielgruppen zu gestalten, erheblich verbessert.

Der erste Schritt vor der Implementierung bestand für harry's home Hotels darin, relevante Zimmermerkmale für die Kernkundschaft festzuhalten. Trotz standardisierter Einrichtung und Kategorien sprachen unterschiedliche Zimmerattribute unterschiedliche Reiseprofile an. Zu den wichtigsten Unterscheidungsmerkmalen gehörten die Grundrisse, die Lage der Zimmer, die Aussicht und die funktionalen Elemente wie Küchenzeilen oder Zimmer mit Verbindungstür.



### Erzielte Ergebnisse

- ✓ 50% mehr Direktbuchungen
- ✓ 24% höherer Umsatz durch den Verkauf von Zimmermerkmalen
- ✓ 288% bessere "look to book" Conversion auf der eigenen Webseite
- ✓ Erhebliche Zeitersparnis beim Reservierungsmanagement
- ✓ Gesteigerte Gästezufriedenheit (laut Personal und Google-Bewertungen)

“

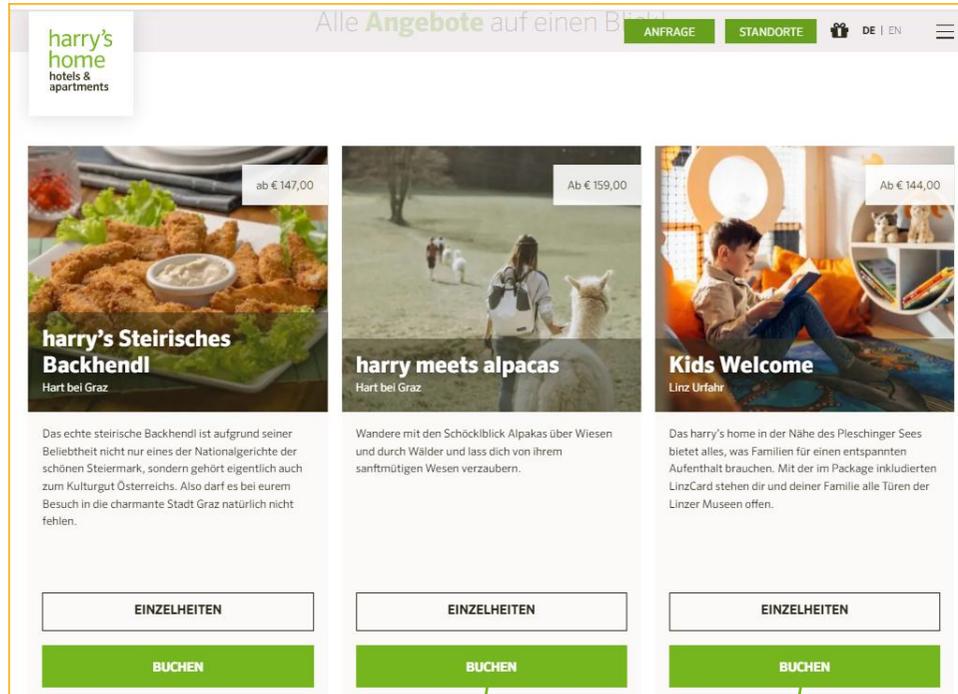
Der Zimmerkonfigurator von GauVendi ermöglicht es uns, unser Markenversprechen „create your stay“ optimal zu erfüllen. Er sorgt für noch bessere Gästeerlebnisse und steigert die Einnahmen vom ersten Tag an.

Harald Ultsch,  
Vorstand - harry's home

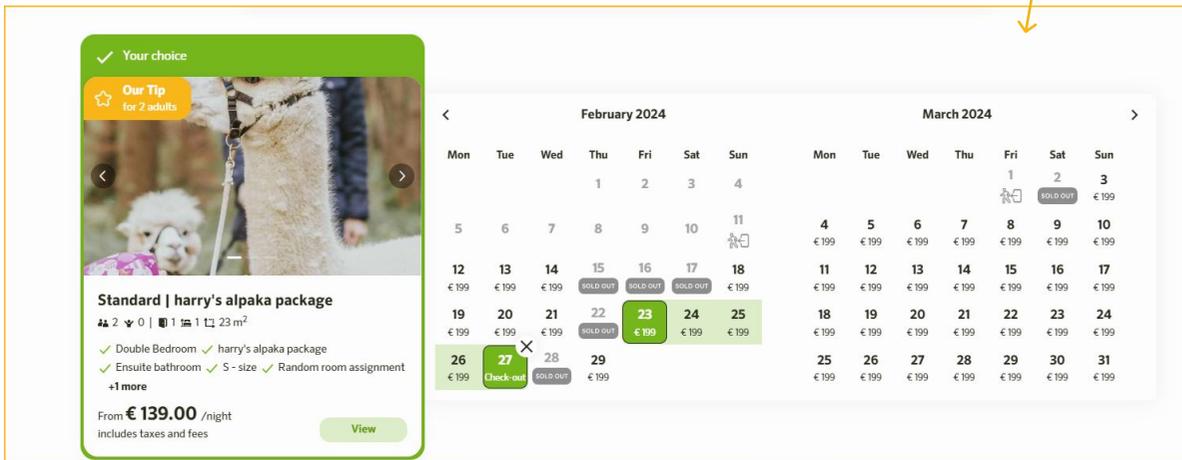
## Implementierung

Um "create your stay" zum Leben zu erwecken und den ROI zu maximieren, wurden die Zimmerkategorien um einen weiteren Produktmix ergänzt, der Ziele, wie die Spanne der Zahlungsbereitschaft unterschiedlicher Gästesegmente, berücksichtigt. Weitere Produkte wurden unter Berücksichtigung optimaler Preisstufen für Upselling, Automatisierung komplexer Buchungen, Steuerung des Gästestroms und Anreize für Direktvertrieb und Wiederkehrer aufgesetzt.

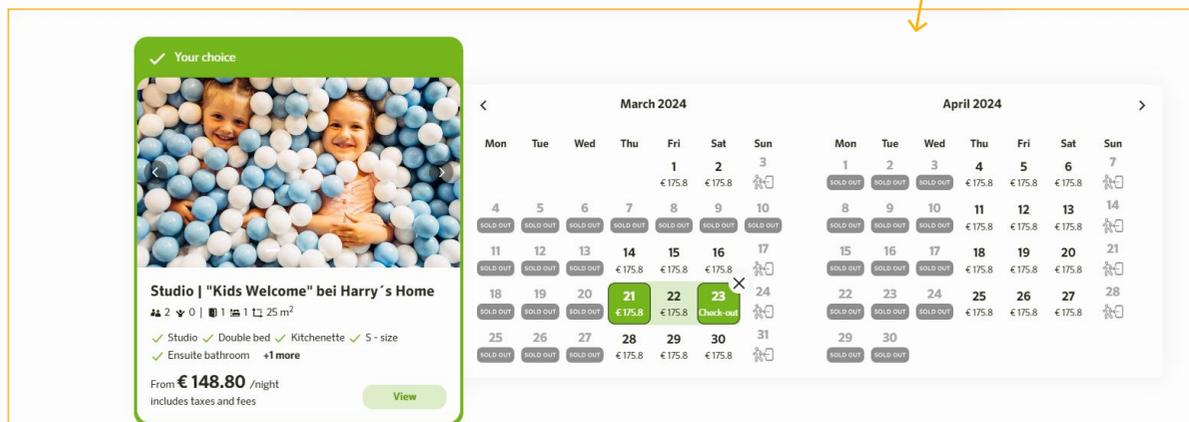
Die Internet Sales Engine von GauVendi reduziert das Paradoxon der Auswahl zum Zeitpunkt der Buchung, indem es nicht mehr als sechs Produkte gleichzeitig präsentiert. Die ausgespielten Produkte basieren entweder auf der von der KI oder auf den Vorlieben der Gäste über den Konfigurator passende Angebote. Zum Beispiel erhalten Familien, die mit Kindern reisen und einen längeren Aufenthalt planen von der KI passende Angebote im Apartment-Stil und stellen damit die Relevanz der Angebote für den Bucher sicher.



## Beispiel für Direktbuchungslinks auf Brand.com



Direkte Buchungslinks zu individuellen Produktkalendern auf der Website bieten ein nahtloses Einkaufserlebnis vom stöbern bis zur Buchung.



GauVendi ist ein KI-gestütztes Verkaufssystem, welches Aufenthaltserlebnisse auf hochdifferenzierte und automatisierte Weise gestaltet, bepreist, präsentiert, vertreibt und bewirbt.

Mehr Informationen über [info@gauvendi.com](mailto:info@gauvendi.com)