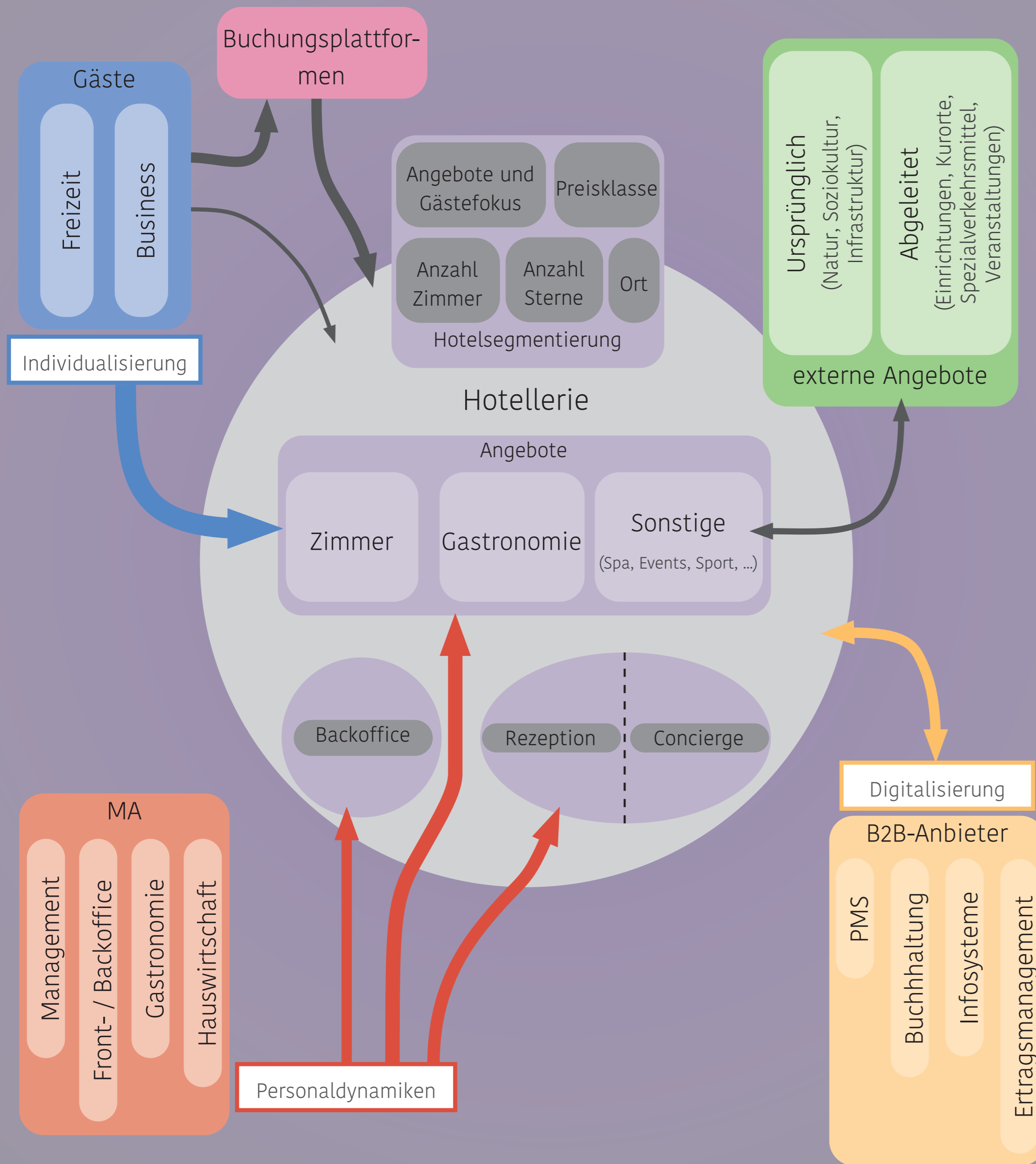


Die Hotelbranche im Fokus der Trihow AG

Systems Map Situationsanalyse



Upselling & Cross-Selling

"Die finale Lösung besteht aus zwei Gadgets an der Rezeption, welche dynamisch während des Check-Ins Content schalten können."



Abstract

Die Geschäftsfeldentwicklung der Trihow AG soll fortschreiten und die Firma nachhaltig selbsttragend werden. Dazu wurde intern die Hotelbranche ausgemacht, für welche bereits erste Ideen über mögliche Segmente für die hybriden Produkte bestehen. Hybrid bedeutet in diesem Kontext die Verbindung der digitalen und analogen Welt. Im Zuge dieser Forschungsarbeit wird die Machbarkeit geklärt und eine Problemlösung entwickelt.

Um die vorliegende Situation zu klären, wurden mit Experteninterviews Kundenprofile erstellt und eine interne und externe SWOT-Analyse durchgeführt. Intern um die Stärken und Schwächen von Trihow zu ergründen, extern um die Chancen und Risiken in der Hotelbranche ausfindig zu machen.

Die daraus folgenden Entscheidungskriterien haben den Weg zu dem passenden Problembereich des Upsellings aufgezeigt. Vor Ort, an der Rezeption, Zimmerupgrades zu verkaufen, hat mit dem naheliegenden, kommerziellen Nutzen und der Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter überzeugt.

In zwei Iterationen ist durch das Feedback vieler bekannter Hotels aus dem Raum Luzern ein schlankes Trihow-Upselling-System in Form eines Videoprototyps entstanden. Die Resultate suggerieren, dass die antizipierten Segmente die finale Lösung gestreift haben, aber keine Volltreffer waren.

Mit den vorliegenden Erhebungen kann mit einem neuen Geschäftsfeld in der Hotelbranche gerechnet werden, bis zur Marktreife ist es jedoch noch ein weiter Weg. Die gewonnenen Praxispartner und ein definiertes Arbeitspaket für Trihow zeigen dazu eine mögliche Richtung auf.

Daniel Philippe Burri

Dozent:
Prof. Dr. Patrick Link

Experte:
Timo Krieger

Wirtschaftspartner:
Pascal Scherrer
Trihow AG
Grundstrasse 4b, 6343 Rotkreuz

Semester:
HS21