



Hotel Dannerwirt in Flintsbach: Zimmer und Konferenzraum wurden mittels Miet- und Mietkaufmodell finanziert.



Hoteleinrichtung einfach mieten

Um sowohl neue Gäste anzusprechen, als auch wirtschaftlich zu arbeiten, müssen Hotels ihren Kunden einen Mehrwert anbieten und investieren.

Aufgrund der verschärften Vergaberichtlinien für Bankkredite stehen viele Hotels aber vor dem Problem, dass Kredite für dringend notwendige Investitionen nicht genehmigt werden. „Speziell für Hoteliers bieten wir einen alternativen Weg der Kapitalbeschaffung an“, erklärt Hansjörg Kofler, Geschäftsführer von furniRENT, einem Miet- und Mietkaufsystem für Hoteleinrichtungen.

„Unser bankenunabhängiges Finanzierungsmodell sorgt dafür, dass Hoteliers den notwendigen finanziellen Spielraum für Investitionen haben“ so Kofler. Das Unternehmen übernimmt 50 Prozent des Finanzierungsrisikos und ermöglicht darüber hinaus an die monatliche Liquidität angepasste Zahlungen. „Durch die Festpreis- und Fertigstellungsgarantie ab Auftragsvergabe werden sowohl finanzielle Überraschungen für den Kunden ausgeschlossen, als auch Planungssicherheit für alle Beteiligten geschaffen“, erklärt Kofler das Geschäftsmodell.

www.furnirent.com



Mobile Marketing per SMS

Schicken Sie Ihren Gästen doch mal besondere Angebote, um Ihr Restaurant auch an weniger stark ausgelasteten Abenden zu füllen.

Oder informieren Sie Trainer über spezielle Raten am Wochenende. Kontaktieren Sie Aushilfskräfte in Sekunden-schnelle oder fordern Feedback Ihrer Tagungsgäste an. Dies alles über Mobile Marketing mit SMS-Lösungen von TextAnywhere,“. Der Spezialist für SMS-Lösungen, zeigt sieben Mobile-Marketing-Einsatzszenarien unter anderem für die Hotellerie und Gastronomie. Mit TextAnywhere können Sie SMS-Nachrichten von jedem Computer mit Internetzugang verschicken - an einzelne Personen oder ganze Gruppen senden, Massen-SMS-Marketing durchführen oder SMS-Nachrichten per E-Mail verschicken.

Allerdings gibt es do's and don'ts beim Versand von SMS an Ihre Kunden. Hier die drei wichtigsten Regeln:

- **Opt-In und Opt-Out ist Pflicht:** Bevor ein Unternehmen SMS an seine Kunden verschickt, sollte es ausdrücklich um Erlaubnis fragen. Am besten mit Unterschrift. Dies kann mittels einer ausliegenden Liste oder eines Web-Formulars geschehen.
- **Versandzeit:** Die SMS ist keine E-Mail. Das Handy piept und vibriert bei jeder SMS. Daher sollte man es zum Beispiel tunlichst unterlassen, Kunden zwischen 21 und 8 Uhr mit Nachrichten zu stören.
- **Reaktionszeit:** SMS ist der Kanal mit den schnellsten Reaktionszeiten. Unternehmen sollten beim Versand von Informationen darauf gefasst sein, dass sich Kunden bei ihnen melden. Hier sollten Unternehmen entsprechende Kapazitäten, etwa im Kundensupport, mit einplanen.

www.textanywhere.de



Marketing-SMS vs. Marketing-E-Mail

www.textanywhere.de

94%
aller versendeten Marketing-E-Mails werden ungelesen gelöscht

95%
aller versendeten Marketing-SMS werden innerhalb von vier Minuten nach Empfang geöffnet

fast **50%**
der versendeten Marketing-SMS werden beantwortet



Quelle: <http://www.kommunikation.de/2014/07/15/Why-SMS-is-better-than-email-to-loyal>

