

DIE KRISE ALS CHANCE

INKLUSIVE:
CORONA CHECKLISTE
FÜR EINEN ERFOLG-
REICHEN NEUSTART



THE VALUE CREATORS

[DONTWAITLONGER.COM](https://dontwaitlonger.com)

THE VALUE CREATORS

CORONA CHECKLISTE

7 PUNKTE PLAN

JETZT HANDELN
UND GESTÄRKT
AUS DER KRISE
KOMMEN!

1. RE-OPENING VORDENKEN
2. KRISEN-INSIGHTS GEWINNEN
3. SMARTES KRISEN-PRICING
4. KUNDENADRESSEN UND OPT-INS
5. E-COMMERCE/DIGITALISIERUNG
6. MIT SINN VERMARKTEN
7. SZENARIEN UND OPTIONEN BILDEN

THE WORLD HAS CHANGED

**THERE HAS NEVER BEEN A BETTER
TIME TO BE EXCEPTIONAL, OR A
WORSE TIME TO BE AVERAGE.**



RE- OPENING VOR- DENKEN

1

WAS IST DIE BESTE STRATEGIE UM KUNDEN IN EINER RE-OPENING-PHASE BESTMÖGLICH UND MIT HÖCHSTMÖGLICHER MARGE ANZUZIEHEN?

KURZUM – WIE LEGE ICH NACH DER KRISE RICHTIG WIEDER LOS UND WAS MUSS ICH DAZU HEUTE VOR-DENKEN UND -TUN?

WICHTIG: WENN DAS SIGNAL ZUR WIEDERERÖFFNUNG KOMMT, SIND SIE MIT ANDEREN OPERATIVEN DINGEN BELASTET (MITARBEITER-INFORMATION UND -MOTIVATION, OPERATIVE PROZESSE WIEDER HERSTELLEN USW.).

NUTZEN SIE JETZT DIE ZEIT SICH VORZUBEREITEN.

WIE REAGIEREN MEINE KUNDEN
IN DER KRISENSITUATION?

WIE ERHALTE ICH JETZT WERT-
VOLLE CUSTOMER INSIGHTS?

WIE KOMME ICH JETZT MIT
MEINEN KUNDEN IN DEN
DIALOG?

SIE MÜSSEN JETZT MIT IHREN
KUNDEN KONTAKT HALTEN UND
FÜR SIE DA SEIN – EGAL WIE!

KRISEN- INSIGHTS GEWIN- NEN

2



THE VALUE CREATORS

SMARTES KRISEN- PRICING AUF- SETZEN

3

HELFFEN RABATTE UND DISCOUNTS
JETZT WEITER ODER ERLEBEN WIR
EINE NEUE WERTE-ORIENTIERUNG
UND DAMIT HOHE PREISBEREIT-
SCHAFTEN?

WIE DIE BESTANDSKUNDEN-
BASIS JETZT NICHT NUR (AB-)
SICHERN, SONDERN SIG-
NIFIKANT MEHR E-MAIL-
ADRESSEN UND OPT-INS VON
INTERESSENTEN UND KUNDEN
GEWINNEN?

KUNDEN- ADRESSEN UND OPT- INS AUS- BAUEN

4



E-COM-
MERCE /
DIGITAL-
ISIERUNG
AUSBAU-
EN

5

WIE BAUE ICH JETZT MEINEN
AKTUELL VIELLEICHT NOCH WENIG
LEISTUNGSFÄHIGEN ONLINE-SHOP
SCHNELL ZU EINEM EFFEKTIVEN
KOMMUNIKATIONS- UND
VERKAUFSKANAL AUS?

WAS SIND JETZT DIE RICHTIGEN
MARKETING- UND VERKAUFS-
AKTIONEN?

WIE TREFFE ICH DIE RICHTIGE
TONALITÄT IN DER KRISEN-
SITUATION?

WAS SIND DIE RICHTIGEN
INHALTE?

MIT SINN VER- MARKTEN

6



SZENAR- IEN UND OPTIONS BILDEN

WIE SEHEN SZENARIEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DER (INTER-)NATIONALEN HOTELBRANCHE AUS – UND WAS BEDEUTET DAS FÜR DIE EIGENEN STRATEGISCHEN OPTIONS?