

NATURRETREAT

PRAU LA SELVA



28. Januar 2019





G
GASTGEBER 3.0

1.0 KONZEPT

2.0 TEAM

3.0 NEW MARKETING



1.0 KONZEPT

Der Plan zum Gesamterlebnis.



2.0 TEAM

Ein Team besteht aus Charakteren.



3.0 NEW MARKETING

Die Zukunft ist digital.



GUGLIELMO L. BRENTEL
Strategy



MICHAEL STUTZ
Quality



GULI BRENTEL
Story



MIROSLAV VULETIC
Development

ZUSAMMENSETZUNG



GASTGEBER 3.0

Hotels hat es genug.



FLIMS

Wir befinden uns in einem Käufermarkt.

Rückläufige Aufenthaltsdauer & Rückläufige Logiernächte.

Ansprüche der Gäste steigen & Zahlungsbereitschaft sinkt.

Totale Preis- und Qualitätstransparenz durch elektronische Gästebewertungen und Buchungsportale.

Skifahren steht unter Druck, Saison wird kürzer.

Alternative Angebote sind gefragt.



FLIMS

Die Schwierigkeiten der Branche.



FLIMS

Platzhirsch Reto Gurtner.



Hotelzimmer
und Skifahren
bieten alle an.

KLARE POSITIONIERUNG



KONZEPT

Der urbane Gast sucht Erlebnisse in der Natur.



BURNOUT

ZIELGRUPPEN



EDUCATION



**NATURE
LIFESTYLE**

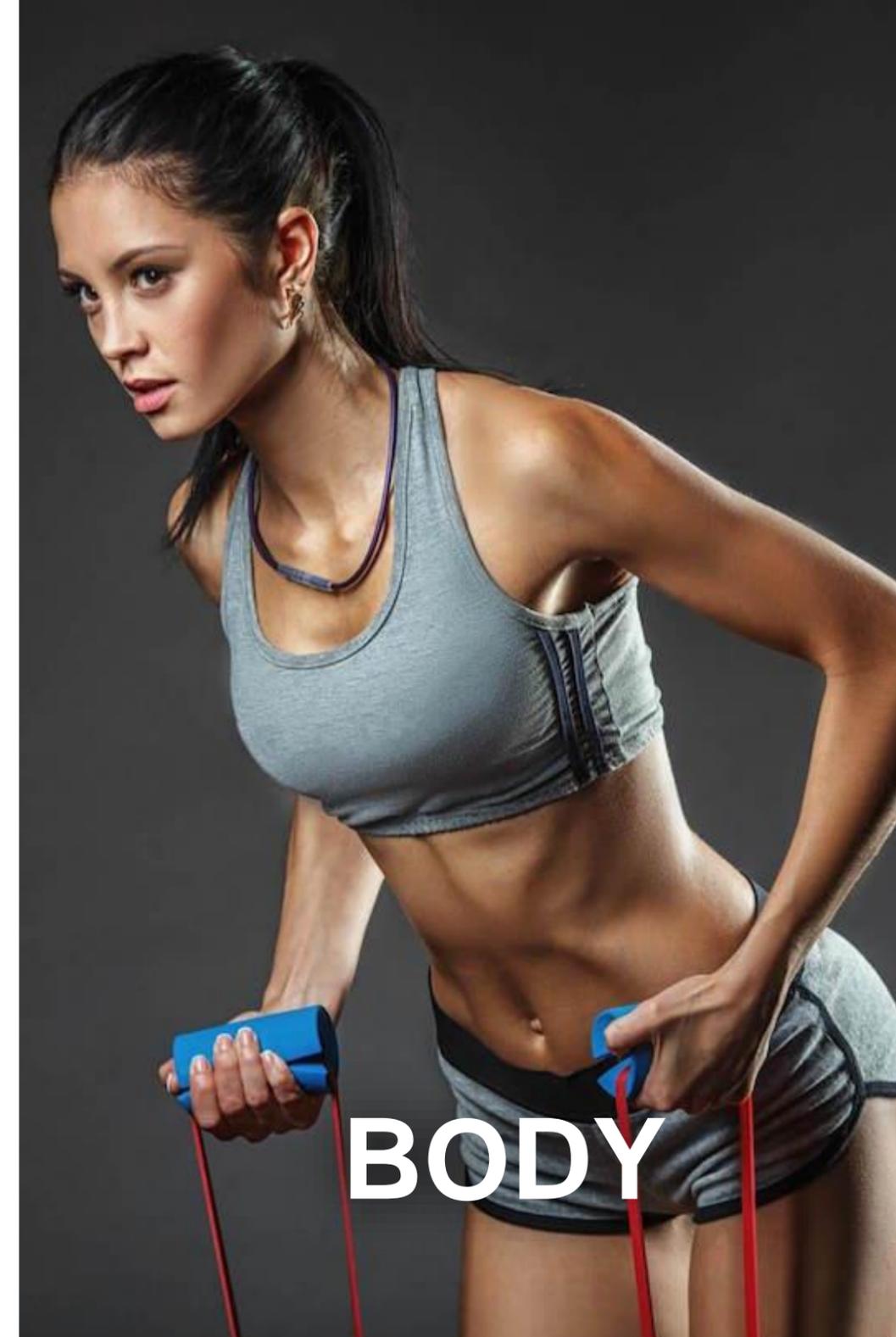
Ferien als Investition.



MIND



FOOD



BODY

BASIS

Die drei Kernkompetenzen.



Abgeschiedenheit als Vorteil.

LOCATION

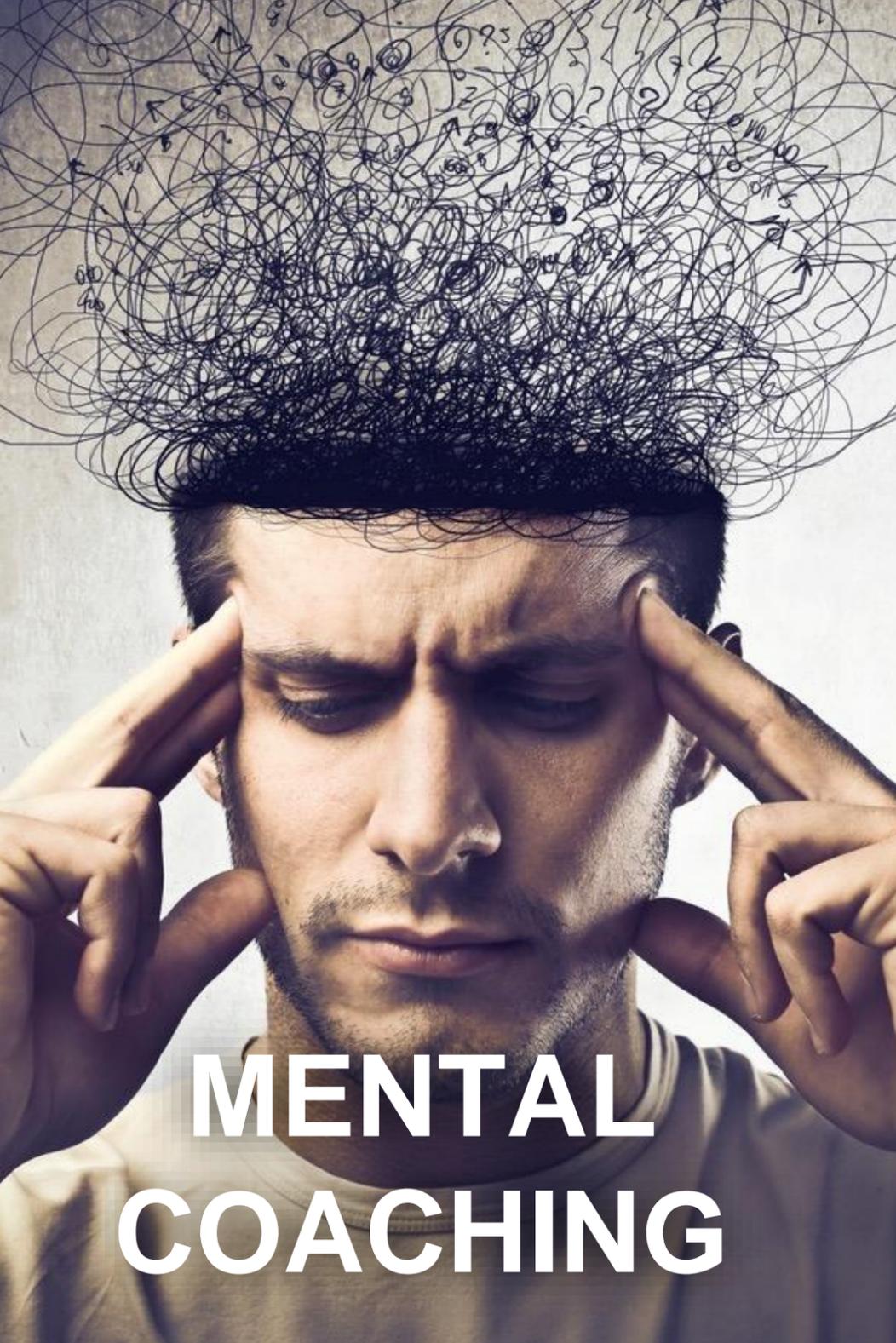
Ideale Voraussetzungen.



COACHING

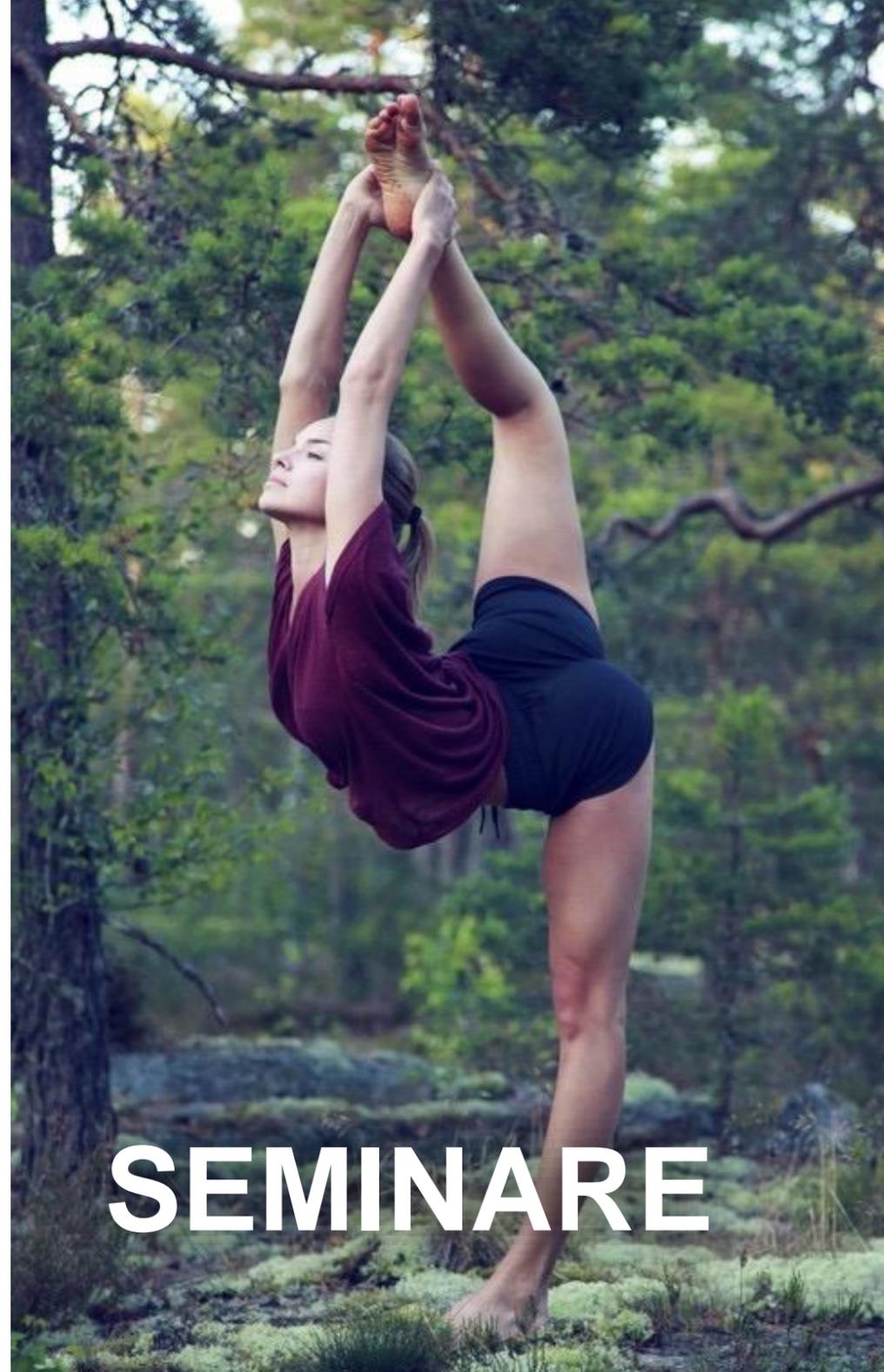


Individueller Plan & Zielsetzung.



**MENTAL
COACHING**

TREATMENT

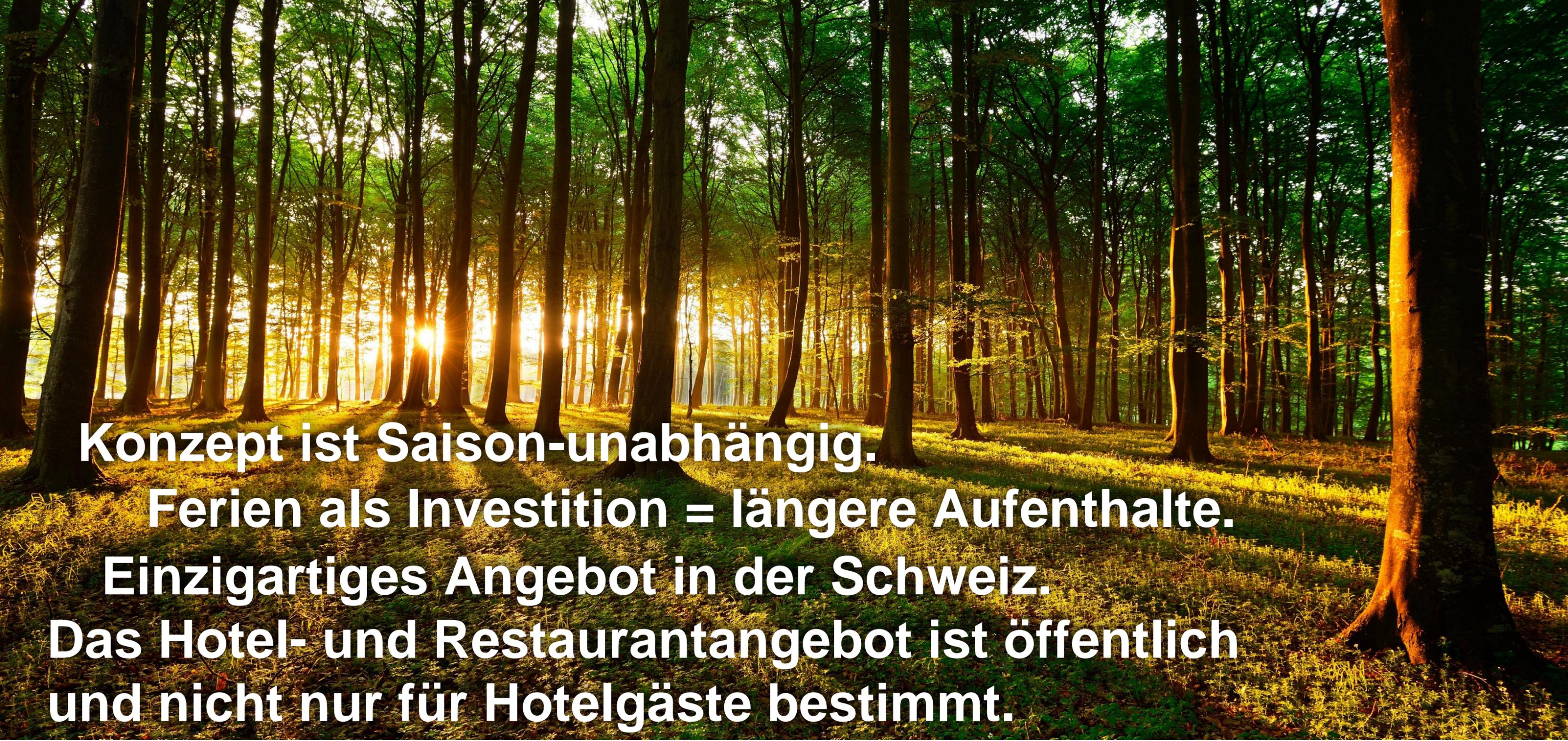


SEMINARE



OUTDOOR

Diverse Seminare, Outdoor-Angebote
und individuelle Coachings.



Konzept ist Saison-unabhängig.

Ferien als Investition = längere Aufenthalte.

Einzigartiges Angebot in der Schweiz.

**Das Hotel- und Restaurantangebot ist öffentlich
und nicht nur für Hotelgäste bestimmt.**

KLARE VORTEILE

Umsatz: CHF 5.5 – 6.0 Mio. (35% F&B, 60% RN, 5% NL)

Personalaufwand: 43 – 45%



ERFOLGSRECHNUNG

Die wichtigsten Zahlen.

NATURRETREAT

PRAU LA SELVA

