

Souveräne Gästebetreuung am Empfang



Leider passieren hier in der Praxis viele Fehler, die dem Gast davon abhalten, zu buchen. Dies führt zu Umsatzverlust und schmälert den Ertrag. Guter Verkauf in der Hotellerie verwendet eine bildhafte Sprache und macht Lust darauf, hier zu reservieren. Wer es versteht, das Angebot zu emotionalisieren, der verkauft einfacher und vor allem besser. Mit einfachen Mitteln können Rezeptionisten dies erreichen. Ihr Auftreten, Ihre Ausstrahlung sind entscheidende Faktoren des ersten Eindrucks. Jeder Gast nimmt – bewusst und unbewusst – viel mehr an Ihnen wahr, als Sie vielleicht glauben. Er bemerkt auch kleinste Unzulänglichkeiten in Ihrem Erscheinungsbild, achtet auf Ihre Körperhaltung, Ihre Sprache, Ihren Tonfall und vieles mehr. Mitunter werden perfekte Umgangsformen als „alte Schule“ bezeichnet. Dabei sind Sie auch heute noch sehr wichtig. Erst wenn Sie die Regeln des modernen Business-Knigge kennen, sind Sie in der Lage diese auch angemessen anzuwenden.

Das Telefon ist meist der erste direkte Kontakt zwischen Gast und Mitarbeiter des Hotels. Daher ist es besonders wichtig, bereits hier einen hervorragenden ersten Eindruck zu vermitteln. Oder noch besser:

Begeistern

Sie den Anrufer doch gleich am Telefon und führen Sie ihn gleich zu einer konkreten Buchung.

- Aktiver Beziehungsaufbau mit dem Anrufer
- Die emotionale Angebotsbeschreibung in der Praxis
- Konkrete Empfehlungen platzieren
- Den Gast „lesen“ am Telefon
- Was tun, wenn der Gast vorgibt, „noch mit dem Partner reden zu müssen“?

So bekommen Sie trotzdem seine Daten und bewahren die Chance auf eine Buchung.

- Richtiges Optionieren
- Wirksame Einwandbehandlung
- Knackige Formulierungen, die direkt zum Abschluss führen
- und viele Praxistipps

Das Gleiche gilt auch für den Schriftverkehr. Ob im Brief oder im E-Mail: der

Gast ist nicht nur an den Informationen interessiert, sondern liest auch zwischen den Zeilen. Er erwartet herzliche Formulierungen, die ihn spüren lassen, dass die Betreffenden ein aufrichtiges Interesse an seinem Wohlergehen haben. Floskeln werden sofort als solche entlarvt.

- Äußere Form und Formulierungen
- Bilder im Kopf des Gastes entstehen lassen
- zusätzliche Dienstleistungen im Angebot
- Psychologische Hintergründe des perfekten Angebotes
- Newsletter, die gerne gelesen werden und zu Buchungen führen

Oft sind es nur Kleinigkeiten, die dem Gast die Suppe versalzen können. Dabei lassen sich diese kleinen „Missgeschicke“, die eigentlich nicht passieren sollten, bereits im Vorfeld verhindern. Speziell Check-in und Check-out sind sensible Bereiche. Aber auch der Umgang mit „schwierigen Gästen“ muss geübt sein. Gäste sind anspruchsvoller und kritischer als je zuvor. Um die Unzufriedenheit eines Gastes richtig aufzulösen, ist der Mitarbeiter oftmals überfordert und braucht konkrete

Vorgaben und Lösungen. Wer wartet, bis sich der Gast beschwert, hat ihn meist schon verloren. Es gilt früher zu reagieren - und vor allem richtig.

- Der erste Eindruck - Auftreten, Ausstrahlung, Begrüßung)
- Sprechtechnik (Artikulation, Tempo, Modulation, Pausen)
- Erfolgreiches Telefonverhalten - Reservierungsannahme, Empfehlungen am Telefon, Buchungen erzielen, Zusatzverkauf...
- Schriftverkehr: auf die richtigen Formulierungen kommt es an
- Effiziente Anfragebeantwortungen per Mail, Newsletter schreiben
- Aktiver Zimmerverkauf am Telefon: Den Gast von der Anfrage zur Buchung führen
- Perfekte Umgangsformen im Umgang mit dem Gast
- Tadelloses Erscheinungsbild
- Die Geheimnisse der Körpersprache
- Aktives Beziehungsmanagement mit dem Gast
- Gästebegeisterung beim Check-in und beim Check-out
- Wirkungsvolles Beschwerdemanagement
- Umgang mit schwierigen Gästen
- und vieles mehr...

