



weiterbildung
formation continue



Effiziente Verkaufs- und Gästekommunikation in der Vermietung

Schulung mit Manfred Ritschard
Grächen, 03.12.2022

Programm

0800-0930

Optimierung des Verkaufs für mehr Ertrag in der Vermietung

0930-0945 Pause

0945-1115

Optimierung der Gästekommunikation – auch bei Reklamationen

1115-1215 Mittag

1215-1345

Email, Telefon, Gästeempfang und -verabschiedung, Reklamationen

1345-1415

Planung der nächsten Massnahmen zur Umsetzung; Kursauswertung

2

Wie gut ist meine Gästekommunikation heute?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Wie gut ist mein Verkauf heute?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Was möchte ich besser können?

3



Weitere Themen, Ideen, Wünsche

- ...
- ...
- ...

4

Lerninhalte

- Grundhaltung, Professionalität, Serviceorientierung
- Telefonieren
- Bedarf erfragen, empfehlen, abschliessen
- Erfassen von Kundendaten (CRM)
- Umgang mit unterschiedlichen Kundentypen
- Umgang mit unterschiedlichen Reklamationen
- Kommunikations- und Verhandlungstechnik
- Neukundengewinnung
- Neue Ideen

5

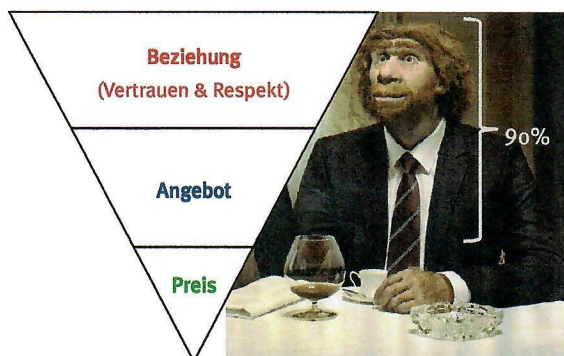


**Echter
Mensch!**

Authentizität ?

Besser unecht freundlich,
als echt unfreundlich.

6



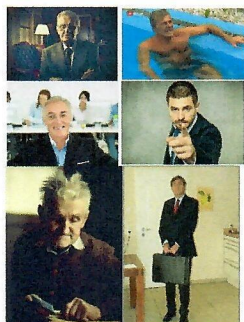
7

Telefonieren

- Standard für alle: nach dem zweiten Klingeln abnehmen! Blick auf's Display und entsprechend antworten!
- Apartment (Bezeichnung) ... in Grächen ... Mein Name ist ...
- «Tagwoh!» (statt «Hallo») **Herr Müller. Was kann ich für Sie tun?**
- «Entschuldigung, ich habe Ihren Namen nicht verstanden»
- «Ah! Herr Müller ...- Tagwoh!»
- «Gerne» (statt «muss ich» und «kein Problem»)
- Kein Konditionalis (**Wie wäre Ihre E-Mail-Adresse? Ich möchte ...**)

8

Wer sind unsere Gäste?



9

Telefonisch nachfassen

Ist der Anreiseternin immer noch am 20. Dezember?
Wann kann ich Ihre Buchungsbestätigung erwarten?

10

Die Phasen im Verkauf



1. Beziehung aufbauen

2. Evtl. Kundendaten

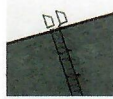
3. Bedarf erfragen

4. Empfehlen & beraten

5. Abschlussversuche

6. Weiteres Vorgehen

7. Nachfassen



11

Bedarf erfragen

- *Darf ich Ihnen ein paar Fragen stellen?*
- *Wann ...? Bis wann ...?*
- *Wie viele ...?*
- *Wer ...? Mit wem ...? Evtl. Wie alt ...?*
- *Waren Sie schon mal in Grächen? Wo ...?*
- *Wie reisen Sie an ...?*
- *Waren Sie schon mal in einer Ferienwohnung?*
- *Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?*
- *Haben Sie schon andere Angebote ...?*
- *Worauf legen Sie besonderen Wert ...?*
- *Wie sind Sie am besten erreichbar? Darf ich Ihre Kontaktdaten bei uns erfassen?*

12

Den Kunden sich selbst überzeugen lassen

Diese Wohnung hat vor allem fünf Vorteile:

1. 1-A-Lage
2. Nähe Dorfzentrum
3. Stilvolles Gebäude
4. Doppelgarage sowie gedeckte Aussenparkplätze
5. Sehr grosse Terrasse

*Was meinen Sie? Welcher dieser Vorteile ist für Sie am wichtigsten?
Warum?*

13

Verkaufstrigger (auch für Begleitmails geeignet!)

Wenn Sie eine Wohnung...

a) ... an 1-A-Lage in der Nähe des Zentrums

b) ... mit sehr grosser Terrasse

c) ... und Blick auf die Berge

wollen, erhalten Sie das für Franken pro Nacht.

Und? Nehmen Sie diese Wohnung?

14

Zu teuer...

Warum?

Evtl. Worauf könnten Sie verzichten?

1. Andere Gründe ausschliessen:

Abgesehen vom Preis – möchten Sie das Apartment?

2. Einlullen:

Ich verstehe, dass der Entscheid schwerfällt ...

3. An die Wand stellen:

Doch nur deswegen wollen Sie verzichten?

15

Rabatt

• 10% Reduktion ...?! Das geht nicht!

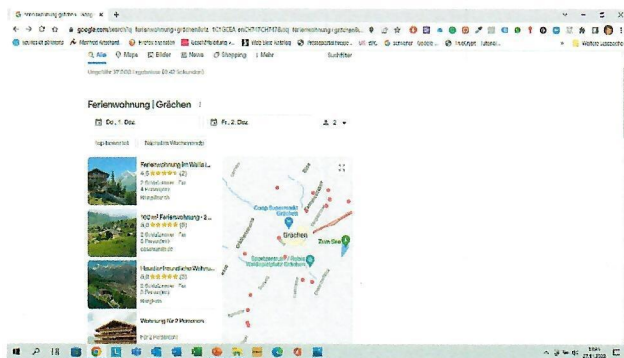
• Wenn wir Ihnen ausnahmsweise 2,5% Sofort-Buchungsrabatt
geben – buchen Sie dann gleich jetzt?

16

Quality Calls nach dem Aufenthalt

- Wie viele von fünf Sternen geben Sie ...
a) der Wohnung?
b) unserem Service?
- Dann freue ich mich auf Ihren nächsten Aufenthalt und es wäre schön, wenn Sie uns eine Google-Bewertung geben und uns weiterempfehlen würden.
- Kennen Sie sonst noch jemanden, der vielleicht mal zu uns nach Grächen kommen würde?
- Ich frage auch, weil wir Gutscheine haben.
- Evtl. Wir haben gerade eine Promotion – wenn Sie uns einen neuen Gast vermitteln, erhalten Sie und der Gast je 10% Reduktion beim nächsten Aufenthalt.

17



18

Telefongespräche professionell beenden

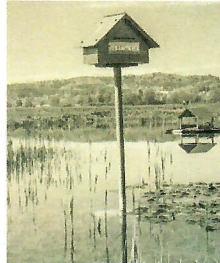
Dann machen wir es so:
Wenn ich nicht vorher von Ihnen höre, werde ich mich wieder bei Ihnen melden.
Danke für das Gespräch und bis dann, Herr / Frau ...

19

Zwei Typen von Reklamationen

A) Wir können nichts dafür / nichts ändern.

Lösung: „Sprung-in-der-Platte-Technik“



B) Wir können (womöglich) etwas dafür.

Lösung: Zwei-Schritte-Modell

20

Typ A: Bambus- und Sprung-in-der-Platte-Technik

- *Es tut mir leid ...*
- *Ich verstehe Sie.*
- *Bitte verstehen Sie auch uns.*
- ... (Erklärung) ...

Evtl. Wiederholen:

- *Ja. Ich verstehe Sie. Bitte verstehen Sie auch uns. Etc.*



21

Typ B: Zwei-Schritte-Modell (Rezeption)

Erste Phase: Reklamation professionell entgegen nehmen!

- 1) *Danke, dass Sie das melden. Es tut mir leid. Ich verstehe Sie.*
- 2) W-Fragen und Notizen machen.
- 3) Evtl. *Was erwarten Sie nun von uns?*
- 4) Prinzip: *Ich kümmere mich darum. Sie hören wieder von uns.*
- 5) *Mein Name ist Wie ist Ihr Name bitte?*
Herr / Frau ... wie sind Sie erreichbar? Telefon? E-Mail?

Zweite Phase: Reklamation professionell bearbeiten!

Möglichst mehr bieten, als der Kunde erwartet.

22

Ideen für den Verein Grächen Apartments 2025

- Gutscheine gültig für alle Anbieter in Grächen
- Pauschale für provisorische Reservationen
- Annullierungsspesen anpassen / vereinheitlichen
- Concierge-Service für alle aufbauen (E-Bikes vermitteln, Ski einlagern etc.) – analog FEWO-Agentur Grächen
- Beteiligungsfirma für die professionelle und zentrale Abwicklung der kommerziellen Prozesse
- Einführung von dynamischen Preisen (Yield Management)
- ...

23

Auswertung

Wie viele von 5 Google-Sternen habe ich verdient?



Link zum ritzy Feedbackformular:
<https://www.ritzy.ch/Eval/109168>

24

Verwendungsrecht / Copyright

Die Manfred Ritschard & Partner GmbH besitzt das Verwendungsrecht über ihre Werke (Schulungsunterlagen, Merkblätter, Konzepte, Offerten etc.), da sie unabhängig von ihrem Wert oder Zweck, geistige Schöpfungen mit individuellem Charakter sind (vgl. Art. 2 URG). Jede Verwertung ausserhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von Manfred Ritschard & Partner GmbH unzulässig (vgl. Art. 10 URG).

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen unserer Schulungsveranstaltungen erhalten das Recht, die vermittelten Inhalte, Methoden, Techniken usw. selbst in ihrer beruflichen Praxis anzuwenden. Es ist ihnen jedoch nicht erlaubt, die oben erwähnten Werke kommerziell weiter zu verwenden. Dies gilt auch für alle Personen, welchen Schulungsunterlagen zur Einsicht vorgelegt werden.

Die Gesetzgebung unterscheidet zwischen veröffentlichten und nicht veröffentlichten Werken. Veröffentlichte Werke dürfen auszugsweise und unter bestimmten Bedingungen von Bildungsinstitutionen kopiert werden. Ein Grossteil der an unseren Schulungsveranstaltungen abgegebenen Unterlagen stellt jedoch keine veröffentlichten und keine erschienenen (in den Verkehr gebrachten) Werke nach Art. 9 und 19 URG dar und darf deshalb weder für private noch interne oder andere Zwecke kopiert werden.

Falls aus den Unterlagen zitiert wird, hat dies mit korrekter Quellenangabe zu erfolgen (vgl. Art. 68 URG).
Manfred Ritschard, Manfred Ritschard & Partner GmbH, CH-6300 Zug; 27.11.2022

25
