

brandnamic
academy

HERZLICH WILLKOMMEN

Obervinschgau
Vinschgau

MARKETING MARKETING

SALES SALES SALES SALES
MARKETING MARKETING

brandnamic
academy

SALES SKILLS

Verkauft Lösungen, nicht Produkte.

MARKETING MARKETING

SALES SALES SALES SALES
MARKETING MARKETING

Agenda

1. Wagt den aktiven Verkauf
2. Verkaufen, Schritt für Schritt
 1. Vorbereitung
 2. Kontaktaufnahme
 3. Bedarfsermittlung
 4. Angebotspräsentation
 5. Abschluss
 6. Nachbereitung

3. Gesprächstaktiken
4. Und bei Einwänden?
5. Praxisübungen



A hand is visible on the left side of the frame, pointing its index finger upwards. The background is a dark, blurred city skyline at night. The text is centered in the middle of the image.

Status Quo:
80% der Hotels
verkaufen passiv.

Aktiv verkaufen

- + Proaktiv auf Gäste zugehen
- + Potenziale ausschöpfen
- + Umsatz steigern



Ja, aber ...

**„Das ist zu
aufdringlich.“**

**„Ich fühle mich
unwohl dabei.“**

**„Bis jetzt läuft's doch
ganz gut.“**

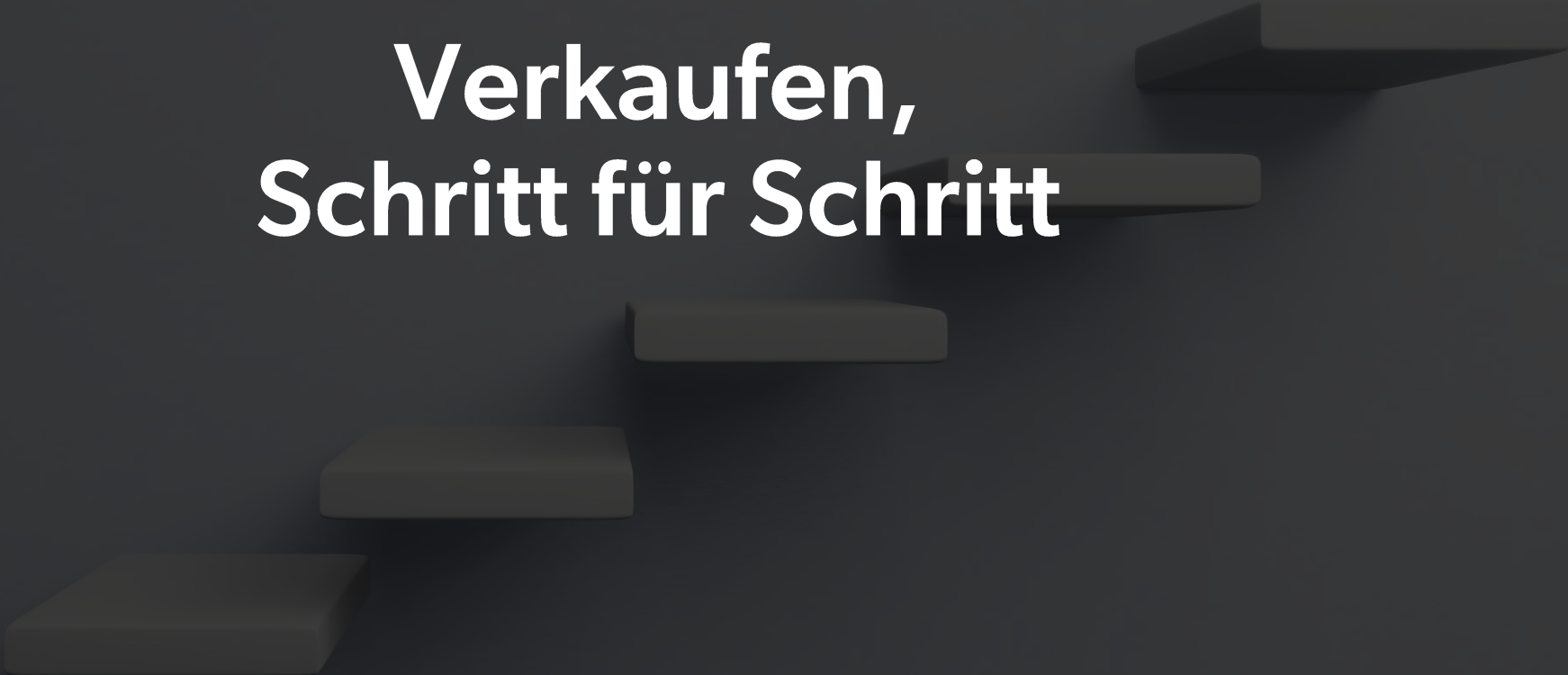
**„Das ist aufwendig
und kostet Zeit.“**

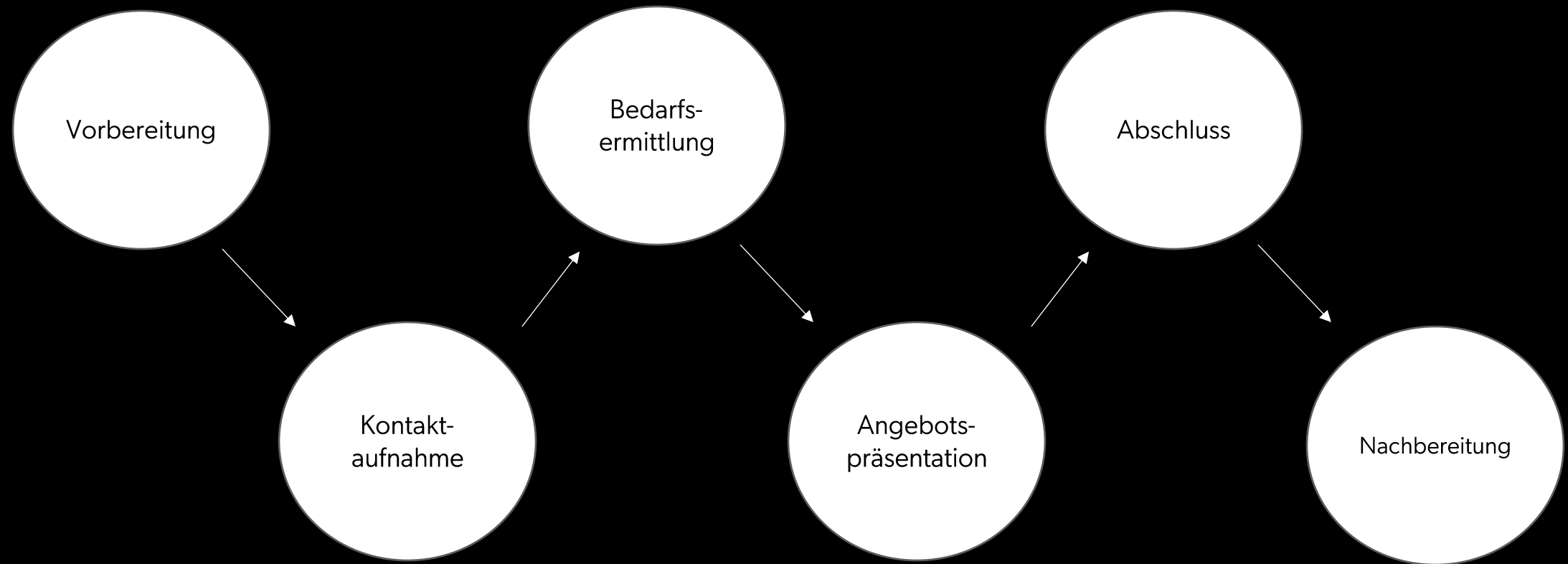
Das könnt ihr verkaufen

- + Einen Aufenthalt in eurem Hotel
- + Ein Upgrade in eine höhere Zimmerkategorie
- + Eine Verlängerung des Aufenthalts
- + Zusatzleistungen wie Spa, Restaurant oder Aktivitäten
- + Exklusive Pakete oder Specials
- + ...



Verkaufen, Schritt für Schritt





Schritt 1: Vorbereitung

- + Kennt euren Betrieb und euer Angebot in- und auswendig.
- + Kennt das Angebot eurer Mitbewerber – was macht euch besonders?
- + Kennt eure Zielgruppe.
- + Kennt die Wünsche & Bedürfnisse eurer Zielgruppe.

Erstellt euch für euer Hotel eine
Liste mit Argumenten und
Angeboten für jede eurer
Zielgruppen.

Schritt 2: Kontaktaufnahme



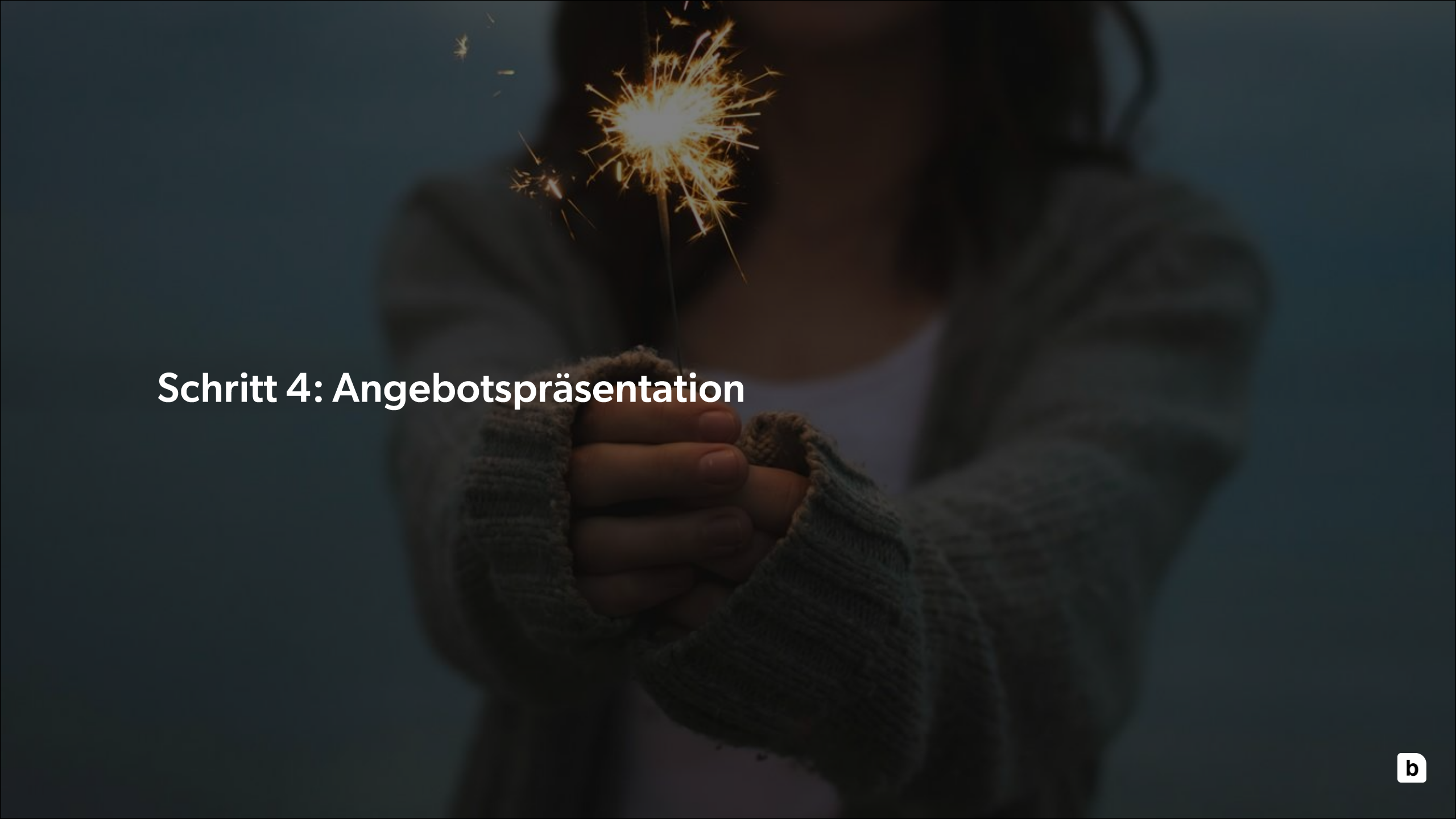
Warm Outreach



Cold Call

Schritt 3: Bedarfsermittlung

- + Aktiv zuhören
- + Mitschreiben!
- + Gezielte Fragen stellen
- + Bedürfnisse erkennen
- + Herausforderungen identifizieren

A person wearing a light-colored, textured sweater is holding a lit sparkler. The sparkler is bright and glowing, with sparks flying out. The background is dark and out of focus.

Schritt 4: Angebotspräsentation

Schritt 5: Abschluss

**Darf ich das so für Sie
reservieren?**

Schritt 6: Nachbereitung

- + Buchung finalisieren
- + Buchungsbestätigung versenden
- + Daten ins CRM eintragen
- + Eigene Verkaufstaktik analysieren und bei Bedarf optimieren

A close-up photograph of a person's hands. The left hand holds a silver pen over a dark, angled surface, possibly a laptop or tablet. The right hand holds a black telephone receiver. A coiled black cord connects the receiver to the base. The background is a light-colored wooden desk. The entire image is overlaid with a semi-transparent dark grey filter.

Gesprächstaktiken

- + Knappheit
- + Exklusivität
- + Soziale Bewährtheit
- + Verlustaversion

A background image showing two hands, one from the left and one from the right, gently holding a solid black heart. The hands are positioned as if they are about to release the heart or are carefully holding it. The lighting is soft, highlighting the contours of the hands. The entire image is overlaid with a semi-transparent dark grey filter.

Schafft eine
persönliche Beziehung zum
Gast.

Behauptung – Begründung - Beispiel

Die Ratentorte



3. Leistung

2. Preis

1. Leistung

Die Kunst der richtigen Fragen

The background of the slide features a top-down view of two pairs of hands. The hands at the top are wearing grey ribbed sleeves and are positioned to hold a grey rectangular sign. The hands at the bottom are wearing dark pinstriped suit sleeves with white cuffs and are also holding the sign. On the sign, there is a simple smiley face drawn in red, consisting of two small squares for eyes and a wide, upward-curving line for a mouth. The title text is overlaid on the sign.

Positive und verbindliche Sprache

**Und bei
Einwänden?**



”

Das ist mir zu teuer.

”

Ich finde ein günstigeres Angebot
woanders.

”

Ich weiß nicht, ob sich das Wetter
lohnt.

”

Ich muss noch eine Nacht darüber
schlafen.

”

Das past mir zeitlich nicht.

”

Ich suche etwas Anderes.

”

Puh, das Hotel ist aber ganz schön
abgelegen.

”

Ich bin mir nicht sicher, ob sich eine ganze Woche lohnt.

Und wenn der Gast
mit dem Einwand Recht hat?

Welche weiteren Einwände sind euch
schon begegnet?

A photograph of a group of people sitting around a light-colored wooden table. The image is dimly lit, with a dark overlay. In the foreground, a person's hands are visible, gesturing with fingers spread. Another person's hand is visible in the background, also gesturing. The text 'Praxisübungen' is centered over the image in a white, bold, sans-serif font.

Praxisübungen

Jetzt seid ihr dran!

Spielt verschiedene Verkaufsszenarien durch, indem ihr jeweils einen Verkaufsgegenstand und eine Verkaufssituation kombiniert.

Verkaufsgegenstand

- + Ein Upgrade in eine höhere Zimmerkategorie
- + Eine Verlängerung des Aufenthalts
- + Ein Spa-Treatment
- + Ein romantisches Candle-Light-Dinner
- + ...

Verkaufssituation

- + Am Telefon
- + An der Rezeption bei Anreise
- + Während des Aufenthalts im Hotel
- + ...

Jetzt seid ihr dran!

Ihr verkauft am Telefon einen Aufenthalt in eurem Hotel.
Geht dabei auf die Bedürfnisse und Einwände eurer potenziellen Gäste ein.
Welche Zusatzleistungen und Upgrades könnt ihr zusätzlich verkaufen?

Es ist Zeit für Feedback



Scanne den QR-Code und fülle
den Feedbackbogen aus.

Vielen Dank

brandnamic

LEADING HOSPITALITY SOLUTIONS

Brandnamic GmbH
Brandnamic Campus
Pairdorf
Satzlstraße 4
39042 Brixen
Italien
T +39 0472 678000

Office Meran
Luis-Zuegg-Str. 40
39012 Meran
Italien
T +39 0473 492049

Office München
Dachauer Str. 195
80637 München
Deutschland
T +49 (0)89 14903573

info@brandnamic.com
brandnamic.com

