



Wibke Rissling - Erdbrügge WRE Training für Touristiker

Deine Reisekunden brauchen Dich! Sei auch jetzt für sie da.

Das wollen Deine Kunden jetzt von Dir

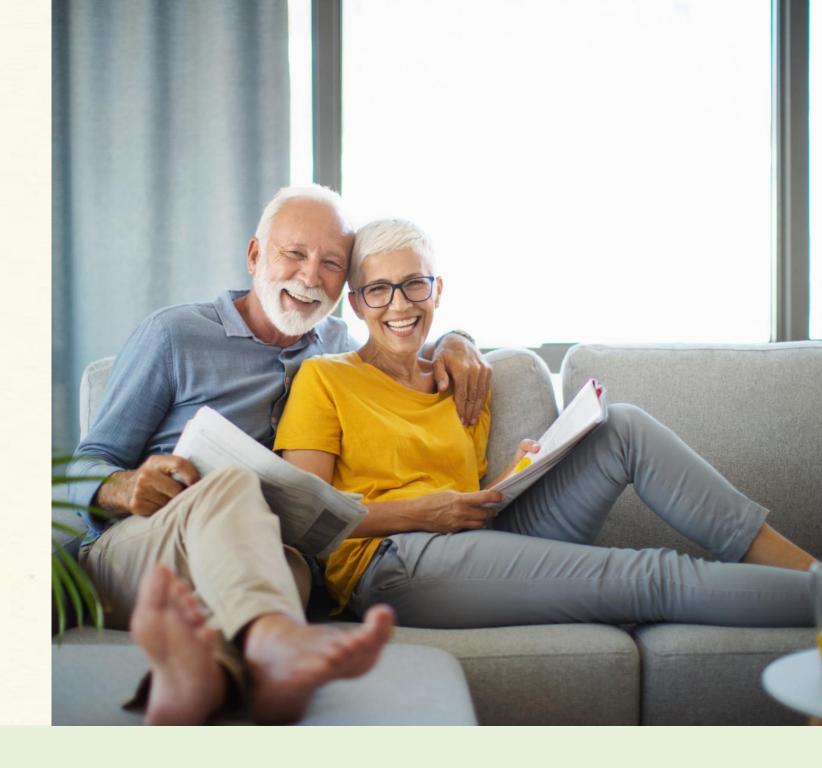
Deine Rolle als Reiseexperte und Reiseexpertin in der Krise

Direkt oder indirekte Wege der erfolgreichen Kunden-kommunikation

Mehrwerte schaffen und Kunden binden



Das wollen Deine Kunden jetzt von Dir!





Das sind Deine Reisekunden...

- Stammkunden, die häufig bei Dir buchen.
- Kunden, die Dich kennen und hin und wieder bei Dir buchen.
- Kunden, die dich noch nicht kennen.
- Reisekunden mit Gutschein.
- Reisekunden mit einer Reise 2021 (Umbucherkunden).



So denken Deine Stammkunden

Deine Stammkunden haben eine persönliche Beziehung zu Dir und zu Deinem Reiseunternehmen. Sie verlassen sich schon lange auf Euer Fachwissen und haben gute Erfahrungen in der Zusammenarbeit gemacht.

Sicher bist Du auch bei einem Unternehmen oder Dienstleister Stammkunde oder -kundin: bei Deinem Hausarzt, bei Deiner Frisörin, in Deiner Stammkneipe oder bei dem Lieblingsitaliener?

Welche Beziehung hast Du zu diesen Anbietern? Sicher möchtest Du, dass sie an Dich denken, dabei gutes Auskommen haben und auch in Zukunft für Dich da sein können. Genauso geht es den Stammkunden Deines Reiseunternehmens, sie mögen Dich und sind offen für Kontakt.

Wenn Du jetzt in diesen besonderen Zeiten an Deine Stammkunden denkst, auf sie zugehst und mit ihnen spricht verstärkst Du die Beziehung und förderst die Kaufbereitschaft. Das sorgt langfristig für Stabilität in Deinem Geschäft.





So denken Kunden, die Dich kennen und hin und wieder bei Dir buchen

Kunden, die Dich kennen und hin und wieder bei Euch buchen haben schon gute Erfahrungen mit Dir und Deinem Team gesammelt. Nur brauchen sie Eurer Knowhow nicht kontinuierlich. Trotzdem verlassen sie sich manchmal sehr gern auf Euer Fachwissen und kaufen bei Euch.

In der Krise haben womöglich einige von diesen Kunden, die z.B. alle Reiseleistungen 2020 individuell gebucht hatten, festgestellt, wie wichtig ein persönlicher Ansprechpartner ist.

Diese Erfahrung ist für Dich eine gute Gelegenheit sie anzurufen oder anzuschreiben und Dein Wissen, Knowhow und Deine Hilfe für die nächste Reise anzubieten. Die Chancen sind sehr gut, dass Du jetzt mit Deinem Wissen und Deinen Angeboten punkten kannst.





So denken Deine Reisekunden mit einem Gutschein

Du hast es geschafft und konntest Menschen 2020 von einem Reisegutschein überzeugen. Das war existentiell, denn Reiseleistungen waren schon bezahlt, das Geld lag im Ausland oder in den Händen großer Reisekonzerne, die ebenfalls strauchelten. Sei stolz darauf, dass Deine Kunden Dir in Form eines Gutscheins Kredit gaben. Das zeigt, diese Menschen vertrauen Dir! Ebenso stolz kannst Du auf jeden Kunden sein, der in unsicheren Zeiten umbuchte und auf Deine Verlässlichkeit baute.

Nun ist die Krise immer noch nicht vorbei, auch wenn es positive Anzeichen gibt. Gutscheinkunden hängen aktuell in der Luft, denn sie wissen nicht, wann sie ihren Gutschein, der häufig einen Wert von mehreren Tausend Euro hat, einlösen können. Das macht auf Dauer nervös, würde es Dir nicht genauso gehen?

Wenn Du diese Kunden jetzt anrufst und mit ihnen offen und wertschätzend besprichst, was es aus Deiner Fachsicht für Reisemöglichkeiten 2021/2022 geben wird, so erzeugst Du Vertrauen und Geduld. Und am Ende können diese Menschen endlich auf Reisen gehen.





So denken Deine Reisekunden mit einer Umbuchung

Die wunderbare Reise, die 2019 oder 2020 mit Dir organisiert wurde, konnte aufgrund der Pandemie nicht stattfinden. Das hat Deine Kunden natürlich getroffen, und sie haben hoffnungsvoll ihre Reise auf einen späteren Zeitpunkt umgebucht. Reise-Umbuchungen haben Reiseunternehmen 2020 gleichzeitig wirtschaftlich sehr geholfen, denn jeder Cent, der nicht zurück gezahlt werden musste, hat finanziell Luft verschafft.

Nun ist die Krise immer noch nicht vorbei, auch wenn es positive Anzeichen gibt. Können die umgebuchten Reisen 2021 stattfinden? Diese Fragen stellen sich deine Reisekunden und -kundinnen.

Am besten, Du schreibst oder rufst diese Kunden jetzt proaktiv an. Sie werden es Dir danken, denn so fühlen sie sich gut betreut. Du besprichst die Chancen, für die umgebuchte Reise und überlegst in kritischen Fällen sinnvolle Alternativen.

So erzeugst Du Geduld, Vertrauen und Optimismus bei Deinen Reisekunden, und das können sie gerade richtig gut gebrauchen.





Deine Kunden brauchen aktuell weniger ...

- <u>Kataloge</u>, denn sie wissen nicht, ob die Reisen funktionieren.
- Social Media <u>Reise-Werbung</u>, denn sie trauen den Versprechen nicht.
- <u>Newsletter</u> mit vielen Angeboten, denn sie können nicht sinnvoll auswählen.

•



Deine Kunden brauchen aktuell vor allem den persönlichen Ansprechpartner, der sie an die Hand nimmt. Den Experten, der individuellen Rat gibt, und bei der Auswahl hilft. Die fürsorgliche Reiseberaterin, die Sorgen ernst nimmt.

Zwei Wege Kunden jetzt anzusprechen



1. Optimistische Geschichten erzählen und Reiselust wecken





Optimistische Geschichten erzählen und Reiselust wecken

Sicher kannst Du die Corona-Berichterstattung manchmal nicht mehr hören. Seit über einem Jahr berichten die Medien überwiegend nur über dieses Thema und auch in Deinem Freundeskreis vergeht kein Gespräch, ohne dass man sich über Corona austauscht. So geht es nicht nur Dir, sondern auch Deinen Kunden.

Daher kannst Du jetzt mit positiven Geschichten punkten. Die Menschen werden diese aufsaugen wie ein Schwamm. Positive Geschichten aus Deinem Reiseunternehmen, aus Deinem Team, aus fernen Ländern, von spannenden Menschen, … all das gibt ein gutes Gefühl!

Gute Gefühle binden die Menschen emotional an Dein Unternehmen, daher nutze diese Chance.



"Wie der afrikanische Reiseleiter anstatt als Guide als Wildhüter arbeitet, damit die Wildtiere auch die Zeiten ohne Touristen überleben und bald wieder besucht werden können."

"Wie das First Class Hotel in New York sich zu einer Kunst Galerie gewandelt hat und nun Kunsterlebnisse mit Abstand ermöglicht."



"Wie das Wellness Schwarzwald Hotel einen deutschen Urwald kaufte, um in der Krise das Klima zu stärken und ihren Gästen Entspannung im Wald zu ermöglichen."

"Wie die 90jährige alte Dame in Toronto die Corona-Infektion überlebte und jetzt Menschen zu sich nach Hause einlädt."



"Wie wir im Reisebüro gemeinsam Strümpfe stricken und diese mit dem Motto 'Wer warme Füße hat, kann bald wieder reisen' an unsere Stammkunden verteilen."

"Wie unser Team Gewürzmischungen aus verschiedenen Kontinenten zusammen stellt und mit dem Slogan 'Der Duft der Freiheit' an Menschen in der Fußgängerzone verteilt."



Sieben-Schritte-Plan:

- 1. Überlegt Euch eine optimistische Aktion oder Geschichte.
- 2. Bebildert diese Aktion oder Geschichte.
- 3. Erzählt Euren Kunden davon.
- 4. Erzählt der Presse davon.
- 5. Erzählt Multiplikatoren davon.
- 6. Erzählt auf allen Kanälen wie Social Media, Flyer, Website, etc. davon.
- 7. Ermutigt Kunden Kontakt aufzubauen: Ruf uns an und erfahre mehr über ... Komm vorbei und koste persönlich unseren ..., usw.

2. Persönlichen Kontakt herstellen





Ruf Deine Reisekunden an oder schreibe eine persönliche E-Mail

- 1. Stammkunden, die häufig bei Dir buchen.
- 2. Reisekunden mit Gutschein.
- 3. Reisekunden mit einer Reise 2021 (Umbucherkunden).





Stammkunden, die häufig bei Dir buchen

Ruf Deine Stammkunden an. Erfrage ihr Befinden, schau wie es ihnen geht, sei fürsorglich und offen. Sprich mit ihnen über das Thema Reisen 2021, schau, ob und welche Pläne sie haben, verabrede Dich für ein weiteres Telefonat. Zeig Präsenz, zeig Empathie, zeig, dass Du das Reisen liebst und für den Reisekunden da bist. Sei proaktiv!



Reisekunden mit Gutschein

Du hast heute Schulden bei Deinen Gutschein-Kunden. Für viele Menschen ist es in Ordnung, jemandem Geld zu leihen. Großzügigkeit wird häufig durch Dankbarkeit und Anerkennung belohnt, das mögen wir.

Außerdem vertrauen Menschen gern, das stärkt die Solidarität und gibt uns ein gutes Gefühl. Ärger entsteht aber, wenn sich der Schuldner nicht kümmert, abwartet, abtaucht, sich unsichtbar macht. Gerade in unsicheren Zeiten möchte man wissen, was passiert mit dem Geld?



Reisekunden mit einer Reise 2021 (Umbucherkunden)

Auch bei Umbucherkunden hast Du eine "Schuld", ihr Geld liegt aus ihrer Sicht bei Dir und das Reiseprodukt ist noch unsicher. Stell Dir vor, Du gibst dem Autohändler Geld für ein Auto. Er sagt aber, dass die Reifen nicht montiert sind und dass Reifen erst Mitte 2021 wieder verfügbar sind. Du vertraust, wartest, aber irgendwann erwartest Du, dass er sich meldet! Sonst beginnst Du zu misstrauen und willst dann Dein Geld zurück.

Stell Dir also vor, Du leihst jemandem, mit dem Du weder verwandt noch befreundet bist Geld, was wäre Deine Erwartung? Oder versetze Dich in die Situation, Du kaufst ein hochwertiges Produkt, das womöglich nicht funktioniert, wie geht es Dir damit?



Das erwarten Gutschein und Umbucherkunden von Dir

Melde Dich bei diesen Kunden und bespreche mit ihnen, wie es mit ihrer Reise oder mit ihrem Gutschein 2021/2022 weiter geht. Dabei ist Dir klar, dass Du keine Verantwortung für die Pandemie trägst, Du musst Dich weder rechtfertigen noch entschuldigen. Aber Du trägst eine Verantwortung dafür, dass mit dem bei Dir deponierten Geld und den Reisen verantwortungsvoll umgegangen wird, und daher meldest Du Dich proaktiv bei diesen Kunden.



Telefonleitfäden und E-Mail Vorlagen für Deine Kommunikation mit Deinen Stammkunden, Gutscheinkunden und Umbucherkunden. Zum Lesen, kopieren und hören.







DIESE KOMMUNIKATIONSVORLAGEN BEKOMMST DU:

- Telefonleitfaden: So rufst Du Kunden an, die 2020 einen Gutschein akzeptiert haben und stärkst das Vertrauen und die Geduld
- Audio-Beispiele: Hör Dir einfach an, wie Du am besten mit Gutschein-Kunden kommunizierst.
 Passgenaue und motivierende Gesprächsführung, egal ob der Kunde reisen möchte, verunsichert ist oder doch lieber storniert.
- Telefonleitfäden: So telefonierst Du mit Kunden, die 2020 umgebucht haben und motivierst sie zum Reisen.
- Audio-Beispiele: Hör Dir einfach an, wie Du kluge Vereinbarungen mit diesen Kunden schließt.
 Passgenaue und motivierende Gesprächsführung für Umbucher, egal, ob sie positiv oder kritisch reagieren.
- Telefonleitfaden: So sprichst Du per Telefon Deine Stammkunden an und verabredest mit Ihnen Reisepläne.





Gelungene E-Mails als Vorlagen:

- 1. Für Kunden, die 2020 einen Gutschein akzeptiert haben
- 2. Für Kunden, die 2020 einen Gutschein akzeptiert haben und kommunizierten, dass sie nicht reisen möchten
- 3. Für Kunden, die 2020 einen Gutschein akzeptiert haben und kommunizierten, dass sie unsicher sind
- 4. Für Kunden, die 2020 einen Gutschein akzeptiert haben und kommunizierten, dass sie ihr Geld zurückwollen
- 5. Für Kunden, die 2020 eine Umbuchung akzeptiert haben
- 6. Für Kunden, die 2020 eine Umbuchung akzeptiert haben und die geplante Reise nach hinten verschieben möchten
- 7. Für Kunden, die 2020 eine Umbuchung akzeptiert haben und die geplante Reise stornieren möchten
- 8. Für Kunden, die Angst haben, ihr Geld bei dir auszugeben
- 9. Für Kunden, die Angst vor Hindernissen im Reiseablauf haben
- 10. Für Kunden, die über die aktuellen Bestimmungen am Reiseort informiert werden müssen
- 11. Für Kunden, die gern eine Extra-Gebühr für dein Extra-Engagement bezahlen
- 12. Um Kunden zum Reisen zu motivieren
- 13. Um Stammkunden anzusprechen
- 14. Für Dein Unternehmens-Statement





DEINE INVESTITION:

Für Reiseunternehmen:

mit 1 Reiseverkäufer/in: 48,- Euro (inkl. USt.)

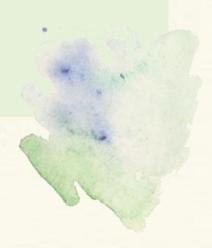
hier bestellen >>

mit bis zu 5 Reiseverkäufer/innen: 78- Euro (inkl. USt.)

hier bestellen >>

mit bis zu 20 Reiseverkäufer/innen 98,- Euro (inkl. USt.)

hier bestellen >>



Sechs Schritte Plan, um Reise- und Kauflust sowie Vertrauen zu erzeugen

- Selektiere alle Adressen von Stammkunden, Gutscheinkunden und Umbucherkunden.
- 2. Nutze die Gesprächsleitfäden und Email Vorlagen aus dem Kommunikationspaket, höre Dir die Audio-Beispiele an. Dann bist du perfekt vorbereitet.
- 3. Rufe diese Kunden nacheinander an / Schreibe die Kunden an.
- 4. Starte bei den Kunden, die den größten € Betrag bei Dir deponiert haben, egal ob als Gutschein oder Umbuchung.
- 5. Melde Dich bei den Stammkunden, die besonders hochpreisig kaufen.
- 6. Melde Dich zum Schluss bei allen anderen.

DANKE FUR DEINE AUFMERKSAMKEIT!

WIR SIND FÜR DICH DA:

030-65075621 info@wre-trainings.de | www.wre-trainings.de Müggelseedamm 233 | 12587 Berlin