

TravelTalk

Alles was **Reiseprofis** lieben

traveltalk.de

Last Minute

Das Kurzfristgeschäft läuft gut, aber die Türkei schwächelt noch immer.

Small Talk

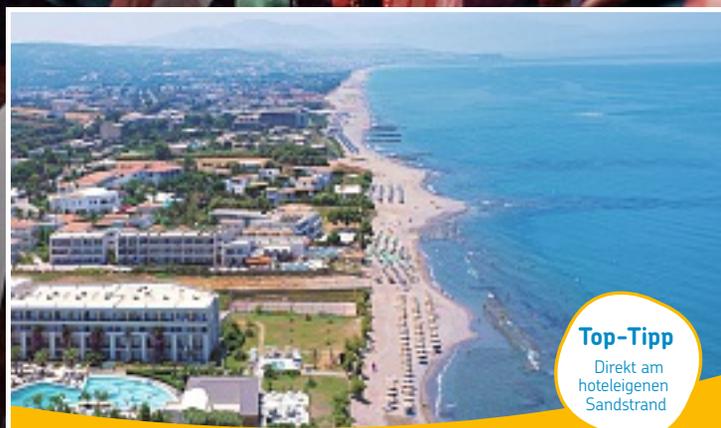
Locker bleiben: In entspannter Atmosphäre verkauft man besser.

Starke Ziele

Agadir und Essaouira: Marokko ist ein Land voller spannender Gegensätze.

Spaß an Bord

für Groß und Klein: Wie die Ferienflieger ihre Unterhaltungsprogramme aufpeppen.



Top-Tipp

Direkt am
hoteleigenen
Sandstrand

Kreta · Rethymnon
Rethymno Palace ****

schauinsland
reisen 

„Small Talk öffnet die Tür zum Verkauf“



ILLUSTRATION: GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

Spontan, locker und im
Plauderton: So kann Small Talk
bei der Kundenberatung helfen.

Wer sofort verkaufen will, mindert seine Chancen beim Kunden. Touristik-Trainerin Wibke Rissling-Erdbrügge sagt, warum Small Talk am Counter so wichtig ist.



Expertin:
Wibke Rissling-Erdbrügge,
Chefin von WRE
Training &
Beratung für
Touristiker in
Berlin.

TravelTalk Warum ist Small Talk wichtig?

Wibke Rissling-Erdbrügge Es geht darum, eine gemeinsame Beziehungsebene zu finden, in Kontakt zu treten, anzudocken – nicht nur als Verkäufer und Kunde, sondern auch zwischenmenschlich. Small Talk ist ein guter Türöffner, um in diesen Modus zu gelangen. Das Ziel ist, dass eine lockere Atmosphäre entsteht, sich beide Seiten wohlfühlen und einen Zustand der Lässigkeit erreichen.

TT Ist das „kleine Gespräch“ denn immer ein Muss?

Rissling-Erdbrügge Nein, das kommt ganz auf den Kunden an, nicht jeder braucht oder will es. Man merkt das schnell. Einen Small Talk als Warm-up würde ich aber immer anbieten und probieren, bevor es in die Bedarfsanalyse geht.

TT Wie lange sollte Small Talk dauern?

Rissling-Erdbrügge Manchmal dauert der Beziehungsaufbau drei bis zehn Minuten, manchmal nur wenige Sekunden, wenn der Kunde gleich die Fakten auf den Tisch legt. Dann einfach einen Kaffee anbieten und zur Sache kommen.

TT Welche Themen eignen sich besonders zum Einstieg?

Rissling-Erdbrügge Die Frage ist ja: Was kann ich Nettes und Passendes sagen, was für uns beide von Interesse ist? Das Gesprächsthema muss zum Verkäufer passen. Wenn etwa ein Porsche-Fahrer vor mir sitzt, sollte ich mich nicht über teure Autos unterhalten, von denen ich kaum was weiß, sondern etwa über die brenzlige Parkplatz-Situation vor dem Reisebüro. Damit kenne ich mich aus! Hilfreich ist es auch, nach Gemeinsamkeiten zu suchen. Das kann ein Kompliment für eine Jacke sein, die aus einem ähnlichen Stoff ist, wie die eigene. Oder das schlechte Wetter, wenn jemand mit Regenschirm ins Büro kommt.

TT Welche Small Talk-Qualitäten hat ein guter Verkäufer?

Rissling-Erdbrügge Spontaneität und Authentizität. Die Fähigkeit, den Spaß an der Arbeit zu transportieren. Ein bisschen Empathie, Fingerspitzengefühl und eine gute Wahrnehmung helfen auch.

TT Was raten Sie noch?

Rissling-Erdbrügge Zu versuchen, sich locker zu machen und nicht so viel darüber nachzudenken, was man bloß sagen könnte. Das verkrampt nur. Und: Mal aus der Rolle des Verkäufers schlüpfen und ein wenig Persönliches preisgeben. Reiseverkäufer

sind ja nicht nur Repräsentanten, Reiseprofis und Dienstleister, sondern auch Menschen mit diversen Interessen. Das gleiche gilt für den Kunden.

TT Was machen Reiseverkäufer beim Small Talk viel zu selten?

Rissling-Erdbrügge Mal was Freches sagen und ein bisschen Risiko eingehen. Man kann es eh nicht jedem Kunden recht machen, dafür kommen auch einfach Tag für Tag zu viele unterschiedliche Menschen ins Reisebüro. Wenn man es mal von dieser Perspektive aus betrachtet, kann man ja vieles ansprechen.

TT Haben Sie Beispiele parat?

Rissling-Erdbrügge Wenn eine Frau mit gelbem Shirt bei Sonnenschein herein-spaziert, könnte man sagen: „Ihr Outfit ist genau die richtige Wahl für das Wetter!“ Oder wenn ein Kunde gehetzt ins Reisebüro kommt: „Sie haben sicher eine ganze Weile nach einem Parkplatz gesucht! Das geht mir jeden Morgen so!“

TT Und wenn der Kunde zu viel quatscht – wie beendet man freundlich, aber bestimmt den Small Talk?

Rissling-Erdbrügge Am besten mit einem galanten Übergang – verpackt in eine Frage: „Welchen Wunsch kann ich Ihnen heute hier im Reisebüro erfüllen?“ Fertig!

Mit diesen Tipps klappt der Counter-Plausch

Proaktiv Die Gesprächsinitiative zu ergreifen, ist der richtige Weg – am besten in Kombination mit einem freundlichen Lächeln oder einem Begrüßungsgetränk.

No-Gos Was polarisiert, ist tabu: Politik, Religion und Finanzen, Krankheiten oder Hiobsbotschaften – solche Themen erzeugen eine negative Atmosphäre!

Kundinnen Ein Small Talk zum Auftakt gehört für die meisten Frauen zum gesamten Kauf-erlebnis einfach dazu – vor allem, wenn es um eine größere Reise geht.

Balance Beide Seiten sollten beim Small Talk involviert sein! Monologe sind tabu, ebenso wie penetrantes Ausfragen oder Bestehen auf ein Thema.

Stammkunden Auf bekannte Infos beziehen: Mit Namen ansprechen, nach dem Wohl der Familie oder zum neuen Wunschziel („Wo in Asien soll es dieses Mal hingehen?“) fragen.

Gesprächsführung Wer offene Fragen stellt, entlockt einsilbigen Kunden längere Antworten. Und: bei viel plaudernden Kunden nicht die Gesprächsführung aus der Hand geben!