

DIE KUNDEN SCHARREN SCHON MIT DEN HUFEN

Reiseberater, die heute den Kontakt zu ihren Kunden aufbauen, sichern ihr Geschäft von morgen. Trainerin Wibke Rissling-Erdbrügge gibt Tipps.

Die Menschen hocken seit gut einem Jahr in ihren vier Wänden und dürfen nicht los. Sie bringen ein gehöriges Maß an Geduld auf. Aber inzwischen sinkt die Bereitschaft, Pandemie-Regelungen zu akzeptieren, so messen es viele Meinungsforschungsinstitute. Seitdem im Dezember 2020 klar wurde, es gibt eine Impfung gegen das Virus auf dem Markt, scharren Reiseinteressenten mit den Hufen. Sie wollen endlich raus aus dem Alltag, weg von der Tristesse der letzten Monate. Normalerweise klopfen Reisekunden an die Türen der Reisebüros. Jetzt ist die Situation aber eine andere, denn auch wenn die Ungeduld groß ist, die Verunsicherung ist es auch. Viele der Informationen sind für die Kunden widersprüchlich. So lässt der Ministerpräsident von Sachsen verlauten, Osterreisen werden nicht stattfinden, der regierende Bürgermeister von Berlin dementiert. Das hält alle Willige davon ab, jetzt nach Reisen zu fragen.

Kunden an die Hand nehmen

Was würden Sie sich bei einer komplizierten Sachlage wie einer Krankheit von Ihrem Arzt wünschen? Na klar, er soll Sie an die Hand nehmen, denn er ist vom Fach. Ebenso geht es den Reisekunden, sie brauchen Führung, Anleitung und einen



PROFI BEI DER BERATUNG:

Seit 20 Jahren hilft Wibke Rissling-Erdbrügge, Trainerin, Coach und Geschäftsführerin von WRE Training für Touristiker, Reiseunternehmen und Reisebüros, ihre Mitarbeiter zu schulen. Neben kostenlosen Webinaren bietet das Institut auch kostenpflichtige-Onlinekurse für Führungskräfte und Counter-Profis an.



Fachmann oder eine Fachfrau, die sich kümmert. Sie brauchen viel Rat, Hilfe, Fürsorge und Tipps, wie sie ihr Urlaubsprojekt 2021 angehen können, ohne dabei gesundheitliche oder finanzielle Risiken einzugehen. Reiseberater*innen sind gefordert, ihre Kunden zu unterstützen.

Eine erfolgreiche E-Mail-Kommunikation zeichnet sich dadurch aus, dass der Kunde sich angenommen fühlt

Weder sollte der Counter-Mitarbeiter auf die Probleme der Branche hinweisen noch die Schwierigkeiten beim Reisen hervorheben. Profis schaffen Lösungen. Dafür ist eine positive und ehrliche Kommunikation, die immer wieder Ideen und Lösungen parat hält, wichtig. Anstatt: „Im Moment können Sie leider nicht reisen, und uns geht es schlecht“. Besser: „Wir als Reiseprofis sind davon überzeugt, ab Frühsommer ist das Reisen wieder möglich, und ich plane jetzt mit Ihnen eine Reise, die viele Vorteile und keine Risiken bereithält.“

Zeigen Sie immer Verständnis für die Lage und Nöte der Kunden

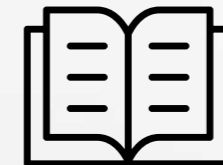
Wichtig ist, dass Kunden sich mit ihren Ängsten und Sorgen ernst genommen fühlen. Reiseverkäufer*innen, die sich dieser Rolle bewusstwerden, können leicht einen Kontakt zu den Kunden aufbauen, der das Vertrauen stärkt. Beachten Sie: Es ist im Moment nicht am wichtigsten, dem Kunden etwas zu verkaufen, sondern Sie investieren zunächst in die Kundenbeziehung. Nimmt der Kunde Sie als fürsorglichen Profi wahr, verstärkt sich die Bereitschaft, eine Reise zu buchen. Und am Ende kann sich der Kunde in diesen trüben Zeiten auf eine tolle Reise freuen, und Sie erwirtschaften wieder Umsatz, der motiviert. ⚓

→ Die Webinare von WRE: wre-trainings.de/

Illustration: iStock

MEHR VON TRVL COUNTER:

Follow us. Like us. Join us.



Magazin



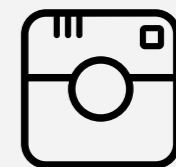
Website



Newsletter



Facebook



Instagram

TRVLCOUNTER

Das Portal für Reiseprofis

www.trvlcounter.de