Wer ist, was er tut, ist stolz, auf das, was er tut. Ein Plädoyer für eine Neubewertung des Berufs des Reiseverkäufers.

NIEMAND WILL VERKÄUFER SEIN

GASTAUTORIN: WIBKE RISSLING-ERDBRÜGGE

Travel Designer, Sales Manager, Reiseberater, Kundenbetreuer: Es gibt viele Namen für den Job derjenigen, die im Reisebüro arbeiten. Nur Reiseverkäufer will sich niemand nennen. Wann ist das Verkaufen in der Touristik so in Verruf geraten? Warum identifizieren sich Verkäufer nicht mehr mit ihrer Aufgabe?

WEG MIT DEN NEGATIVEN ASSOZIATIONEN.

Stellen wir uns einmal vor, die Bundeskanzlerin würde sich nicht mehr Kanzlerin nennen. Als Grund führt sie die Menschen an, die mit dem Begriff negative Assoziationen wie Machtmissbrauch, Herrscherlust oder Despotismus verbinden. Die Kanzlerin bezeichnet sich ab sofort als Bürgerberaterin, Politik-Designerin oder Deutschland-Managerin. Merkwürdig? Genau, denn anstatt die negativen Bilder zu

VERKAUFEN IST EINE WERTVOLLE UND VERTRAUENSVOLLE AUFGABE

Fortbildung: Effiziente Gesprächstechniken

„Stars im Reiseverkauf" ist der Titel einer Schulung, die WRE Training im nächsten Frühjahr anbietet. Die Teilnehmer lernen Gesprächstechniken, die ihnen helfen sollen, ihre Verkaufszahlen zu verbessern. Denn wie erfolgreich die Beratung am Counter verläuft, hängt nicht nur von den Produktkenntnissen eines Reisebüromitarbeiters ab. Eine große Rolle spielt auch die innere Haltung. Die Trainings finden in Berlin statt. Angeboten werden zwei voneinander unabhängige Module. „Erfolgreiche Verkaufsstrategien" steht am 28./29. März im Programm, um „Kunden zu Stammkunden entwickeln" geht es am 16./17. Mai.

Interessenten wenden sich an:
Telefon 030 65 07 56 21 oder
E-Mail info@wre-training.de

minimieren, fördert die Verschleierung eher die Irritation und das Vorurteil mancher Menschen, Politik sei ein schmutziges Geschäft.

Die negativen Assoziationen, die Verkäufer mit dem Verkaufen verbinden, sind vielfältig. Über den Tisch ziehen, Druck ausüben, Übervorteilen – das kommt ihnen oft in den Sinn. Doch wer so verkauft, wird nicht lange Erfolg haben. Kunden sind nicht dumm. Sie lassen sich nicht zweimal über den Tisch ziehen, übervorteilen oder gar unter Druck setzen. Verkäufer, die so agieren, verkaufen ihren Kunden nur einmal eine Reise. Denn sie kommen nicht wieder.

EIN GUTER VERKÄUFER VERSTEHT DEN KUNDEN.

Verkaufen ist eine wertvolle und vertrauensvolle Aufgabe, die allerdings nicht ohne eine Investition in die zwischenmenschliche Beziehung auskommt. Wenn etwa eine Kundin erschöpft von der Arbeit ein Reisebüro betritt, ihr das Zuviel an Routine und eine bleierne Müdigkeit anzusehen sind, hofft sie, dass der Reiseverkäufer Abhilfe schaffen kann – durch die Aussicht auf Entspannung oder Abenteuer. Ein guter Verkäufer versteht die Kundin, durchdringt mit ihr die Problemlage und schneidert passgenaue Angebote. In Folge genießt die Kundin ihren Urlaub und startet gestärkt in ihren Alltag. Gute Verkäufer tun also Gutes. Dass dabei auch Geld über den Tisch geht, ist nebensächlich, denn für gute Verkäufer steht der Nutzen und Mehrwert des Kunden im Mittelpunkt. Das Geld ist nur die Tauschware.

Wer seine ureigene Aufgabe aufwertet, wird stolz auf das, was er tut. Gute Verkäufer lieben das Verkaufen und stehen dazu. Sie nennen sich Reiseverkäufer. Wenn Travel Designer, Sales Manager, Reiseberater und Kundenbetreuer sich das Verkaufen wieder zu eigen machen, bekommen sie mehr Rückgrat in ihrem Job und sind erfolgreicher.

WIBKE RISSLING-ERDBRÜGGE
ist Geschäftsführerin von WRE Training für Touristiker. Ihr Team trainiert und coacht Reiseverkäufer, die sich mehr Rückgrat wünschen und erfolgreicher Reisen verkaufen wollen.
wre-trainings.de