

*Verkaufen ist eine hochkomplexe Aufgabe.
Verkäufer müssen im Verkaufsgespräch die Bedürfnisse des Kunden,
die Vielfalt der Reiseprodukte, die Ziele ihres Reiseunternehmens
und das eigene Interesse zeitgleich im Blick haben.
Das erfordert Strategie.*

DAS MACHT IHREN **REISE** **VERKAUF** EINFACHER

SYMPATHIE

VERSUS

KOMPETENZ

Von wem würden Sie sich eher am Herzen operieren lassen? Von dem sympathischen Dorfarzt oder dem unhöflichen Universitätsprofessor? In den meisten Fällen entscheiden wir uns für den Kompetenteren. Kompetenz ist wichtiger als Sympathie. Doch was, wenn beide Ärzte gleich gut qualifiziert sind? Dann würden Sie sich für den sympathischeren Arzt entscheiden. Der, der bei der Begrüßung aufsteht und die Hand reicht, Sie aufmunternd anlächelt und aufmerksam zuhört.

Für Kunden ist Sympathie zentral, besonders im Reiseverkauf. Kunden kaufen das gute Gefühl, das der Verkäufer vermittelt, und erst dann den Nutzen, den das Angebot verspricht. Der erste Eindruck spielt dabei eine große Rolle. Wer aufsteht, den Kunden per Handschlag und mit einem Lächeln begrüßt, etwas zu trinken anbietet und sich auf ihn als Menschen konzentriert, gewinnt schnell Vertrauen, wirkt sympathisch und verkauft leichter.

FRAGEN STATT REDEN

„Der Verkäufer spricht in einem Verkaufsgespräch, da er den Kunden von seinem Produkt überzeugen muss.“ Das ist eine weitverbreitete und leider falsche Annahme. Besser ist es, den Kunden sprechen zu lassen, um möglichst gut zu verstehen, welche Reise er sich wünscht und warum.

Stellen Sie sich einmal folgendes Szenario vor: Ein Kunde sagt zu Ihnen: „Ich möchte gerne einen schönen Urlaub im Warmen verbringen!“ Sofort kommt Ihnen das Bild von Ihrem letzten All-inclusive-Strandurlaub in Dubai in den Sinn. Wie schön das doch war! Doch der Kunde hat womöglich eine Garage voller Rennräder und denkt bei seiner Äußerung an seinen letzten Fahrradurlaub mit Camping in Frankreich.

Wenn Sie viele Fragen stellen, wird es ganz einfach, den Kunden zu verstehen. Alle Dienstleistungsberufe sind fragende Berufe. Ob Frisör, Arzt oder Handwerker – für alle Top-Dienstleister gilt: Durch Fragen erhält man eine Menge wichtiger Informationen. Die Informationen bilden die Grundlage für die überzeugende Angebotspräsentation.

Offene Fragen wirken dabei am besten:

- Was hat Ihnen an Ihrem letzten Urlaub besonders gut gefallen?
- Was ist Ihnen in Ihrem Urlaub am wichtigsten?
 - Wie stellen Sie sich einen perfekten Tag in Ihrem Urlaub vor?
 - Was sind die Highlights für Ihre Mitreisenden?

EINWÄNDE WILLKOMMEN HEISSEN

Der Einwand des Kunden wird im Verkaufsgespräch oft als Bedrängung des Verkäufers und Kritik am Produkt verstanden – doch das ist ganz und gar nicht so!

Einwände sind Zweifel.

Durch den Einwand zeigt der Kunde, er setzt sich mit dem Produkt auseinander. Er braucht noch weitere Informationen für seine Entscheidung. Es kommt also auf Ihre Reaktion an: „Gut, dass Sie fragen“ oder „Ich verstehe Ihre Bedenken“ sind passende Antworten. Sie können die Zahl der Einwände von vornherein minimieren, indem Sie während der Präsentation Bestätigungsfragen wie: „Sehen Sie das auch so?“, „Haben Sie sich das so vorgestellt?“, „Einverstanden?“ stellen.

ALLES EINE FRAGE DER EINSTELLUNG!

Der wichtigste Punkt ist die persönliche Einstellung zum Verkaufen. Einem Kunden ein unpassendes Produkt zu verkaufen, ist der effizienteste Weg für einen Reiseverkäufer, auf lange Sicht hoffnungslos zu scheitern.

Seien Sie echt. Verhalten Sie sich so wie bei guten Freunden. Fragen Sie nach, was Sie für den Kunden tun können, und hören sie ihm genau zu. Geben Sie dem Kunden durchweg das Gefühl, an erster Stelle zu stehen.

Zeigen Sie ihm: Deine Bedürfnisse sind mir wichtig!
Nur wer glaubhaft dem Kunden Gutes tut,
schafft Vertrauen und
stärkt den Umsatz.