

Das 10-Wochen-TVG-Service-2.0-Programm Handbuch

Unterscheide dich vom Wettbewerb - in der Excellence deiner Beratung & ServiceQualität

Um zukünftig am stationären Reisevermittlungsmarkt zu bestehen, darfst du als Unternehmer sowie deine Mitarbeiter euer Reisebüro und alle damit in Zusammenhang stehenden Tätigkeiten in einem stetigen Prozess hinterfragen und weiterentwickeln.

Mit dem 10-Wochen-TVG-Service-2.0-Programm-Handbuch hast du eine ideale Grundlage für deinen langfristigen Erfolg mit dem Reisebüro der Zukunft in der Hand.

Es ist der Leitfaden für deinen erfolgreichen Verkauf an deine Kunden.

Ziel ist es, die Erwartungen der Kunden an deinen persönlichen Reisekauf zu übertreffen & deinen Kunden persönlich zu inspirieren und zu begeistern.

Je mehr Punkte des Handbuchs umgesetzt werden, um so glücklicher machst du deine Kunden und um so erfolgreicher wird dein Reisebüro agieren.

Deine Kunden nehmen dich als kundenorientiert, kompetent, persönlich, inspirierend, begeisternd & zukunftsorientiert wahr.

Du machst Deine Kunden zu Fans, sie werden dauerhafte Stammkunden, die dich und dein Reisebüro aktiv weiterempfehlen.

Wichtig: Es ist ein Angebot an dich, auch in der Zukunft ein erfolgreiches stationäres Reisebüro sein zu wollen. Nur wenn du dabei sein magst, wird es klappen.

Die 10 Schritte zum Erfolg

- Schritt 1 Wohlfühloase
- Schritt 2 Das Willkommensgefühl
- Schritt 3 Kontakt aufnehmen
- Schritt 4 Wunschermittlung 2.0
- Schritt 5 Bilder & Filme zaubern
- Schritt 6 Die Empfehlung!
- Schritt 7 Die perfekte Reise
- Schritt 8 Ziel? Option? Buchung?
- Schritt 9 Wohlfühlen bis zur Tür
- Schritt 10 Betreuung.plus

Schritt 1 Wohlfühloase

Dein Counter vermittelt deinem Kunden vor allem, dass ihm deine gesamte Aufmerksamkeit für seine Wünsche gilt.

Dein Counter ist sauber, ordentlich & darauf zu finden sind:

- ein kleiner Stehkalender,
- zu bearbeitende Vorgänge,
- ein Glas o. Tasse pro Expi

Wichtig ist darüber hinaus vor allem auch das Auftreten deines Teams:

- gepflegtes Äußeres & passende, sportlich-elegante Kleidung, dezenter Schmuck
- Namensschild mit Vor- & Nachname sichtbar am Oberkörper
- Jedem Menschen stets freundlich, offen, zuverlässig, Aufmerksam, freundlich gegenüber treten.

Checkliste – „Wohlfühloase“

Schaufenster außen & innen

- saubere Fenster
- tote Fliegen entfernen
- Wollmäuse entfernen
- Staub wischen
- aktuelle Angebote
- defekte Deko entfernen - ansprechende Deko hinstellen
- „Durchblick“ schaffen

Eingangsbereich außen & innen

- Eingangstür putzen
- Fußmatte säubern
- Angebote im Aufsteller aktualisieren
- Aufsteller säubern

innen

- Spinnenweben entfernen
- Fußboden saugen & wischen
- Kaffeemaschine & Getränkeautomaten säubern
- Kabel verdecken
- Lüften & angenehmen Raumduft!
- Kinderspielecke von defektem Spielzeug befreien & säubern
- sämtliche überflüssige Deko & Prospekte (z. B. Visitenkarten Flugpläne, Versicherungsunterlagen) entfernen und in Schreibtisch verlagern
- ausgewählte Pflanzen von Staub entfernen, neue Erde auffüllen
- Namensschilder entfernen – am Körper tragen
- frische Wandfarbe
- helle Beleuchtung – defekte Lampen auswechseln

Counter

- Bildschirme putzen
- Telefone reinigen
- Tastatur & Maus reinigen

- Counter reinigen
- private Fotos, Aschenbecher, Mobiltelefone entfernen
- Vorgänge ablegen und weg vom Counter

Das liegt auf Counter: Schreibtischunterlage, Tastatur, Maus, kleiner Kalender, Telefon ein Getränk für Mitarbeiter.

Kataloge

- saubere Kataloge ohne Eselsohren ausstellen
- aktuelle Kataloge ausstellen
- Nur Kataloge, die du wirklich auch nutzt. Was du nicht verkaufst/verkaufen willst – räumt weg.
- Katalogfächer auffüllen
- Katalogfächer geschlossen (halten)

Schritt 2 Das Willkommensgefühl

Gib jedem deiner Kunden immer das Willkommen-Gefühl. Dein Kunde entscheidet in den ersten Sekunden, wem er sein Vertrauen schenken möchte.

Unterscheide grundsätzlich zwei Situationen:

Mindestens ein Mitarbeiter hat keine Kunden:

- Steh auf, schaue deinen Kunden an und lächle: „Was darf ich für Sie tun?“ ... „Gerne, da finden wir sicher das Richtige für Sie.“ ... „Waren Sie schon mal bei uns?“ ... „Ich bin Vorname Nachname.“ ... „Wie ist hier Name?“ Gleiche die Daten im CRM ab.
- Begrüße deine Stammkunden mit Namen und gib ihm die Hand.
- Biete einen Sitzplatz an.
- Biete jetzt oder auch nach der Bedarfsermittlung ein Getränk an.

Alle Mitarbeiter im Kundengespräch:

- Verständigt Euch untereinander, wer den Kunden anspricht. Schaut euren Kunden an, lächelt, sage deinem aktuellen Kunden: „Einen Moment bitte.“ Steh auf und bitte den Kunden zu warten oder fragen, ob er noch etwas zu erledigen hat. Biete ihm ein Getränk an und nenne die ungefähre Dauer der Wartezeit.
- Wichtig: Gestalte deinen Wartebereich ansprechend z. B. mit einer Zeitschrift, Reisemagazin; geben Sie auch diesem Kunden beim Warten das Willkommens-Gefühl.

Und dann gibt's natürlich auch noch den Katalogabholer. Auch er möchte verreisen.

So gewinnst du Neukunden:

Reagiere positiv und bewege dich in Richtung Kataloge; „Wir finden bestimmt das Passende für Sie.“

Biete deinem Kunden gleichzeitig einen Platz an.

- Frage: „Sind Sie schon mal bei uns gewesen?“
- Nenne deinen eigenen Namen.
- Erfrage den Namen deines Kunden,
- „Darf ich Ihnen einige erste Tipps geben?“
- Erfrage die Reisewünsche – mache eine erste Bedarfsermittlung auf Bedarfsermittlungsbogen. Erfrage hier auch die Kontaktdaten deines Kunden.
- Biete einen Beratungstermin an & vereinbare diesen,
- alternativ: Frage, bis wann dein Kunde sich entschieden hat, und biete telefonische Nachfrage an.
- Übergib deinem Kunden den Katalog mit Aufkleber und Visitenkarte in einer Tüte und begleite ihn zur Tür.
- Falls der Katalog vergriffen ist, bestelle ihn & biete Anruf bei Eintreffen an. Auch hier natürlich Kundendaten erfragen.

Das Willkommensgefühl am Telefon

1. Lächeln

Möchtest du ein Willkommensgefühl erzeugen, dann sage als erstes „Willkommen...

Sage: ...in IHREM... = mehr Identifikation mit dem persönlichen Reisebüro des Anrufers.

...in Ihrem Sonnenklar / Flugbörse / 5vor Flug Reisebüro...

Mit etwas Glück achtet dein Anrufer jetzt auf den Namen deines Reisebüros. Und jetzt stelle deinen Anrufer in den Mittelpunkt mit:

...Sie sprechen mit...
(und nicht mein Name ist...)

Und damit es so persönlich ist, wie du bist:

...Vorname Nachname.

Schritt 3 Kontakt aufnehmen

Wenn du möchtest und es dein Ziel ist, erhältst du auch von jedem Kunden seinen Namen und die Kontaktdaten.

Wozu möchtest du diese haben?

Bei Stammkunden hast du die Daten – und gleichst so einfach die Daten im CRM noch einmal ab: „Ist alles noch so, wie beim letzten Mal?“

Kommt dir der Kunde bekannt, der Name fällt dir jedoch nicht sofort ein, darfst du auf jeden Fall nachfragen: „Helfen Sie mir noch einmal kurz? Wie ist ihr Name?“

Bei Neukunden stellst du die Frage: „Waren Sie schon mal bei uns?“, obwohl du weißt, dass der Kunde noch nie bei dir war. Dann: „Herzlich willkommen bei uns. Ich bin Vorname Nachname.“ Und jetzt ist es ganz leicht den Namen heraus in dem du fragst: „Und wie heißen Sie?“ Hier ist Selbstvertrauen gefragt. Dann klappt es auch.

Jetzt bietest du deinem Kunden einen Platz an. Er wird sich setzen.

Du nimmst deinen Bedarfsermittlungsbogen heraus, notiert den Namen deines Kunden und erfragst seinen Vornamen. „Sind Sie hier aus Ort?“ „In welcher Straße wohnen Sie?“ „Jetzt brauche ich noch eine Telefonnummer für eventuelle Rückfragen.“

Schritt 4 Wunschermittlung 2.0

Wichtig ist: Ehrliches Interesse & Bedürfnisse der Kunden kennenlernen zu wollen!

Nutze immer deinen Bedarfsermittlungsbogen für Stichpunkte zu den Wünschen deines Kunden. Nutze seine Worte – so fühlt er sich verstandener.

So entstehen Bilder, um Wünsche zu erfahren: „Was möchten Sie im Urlaub erleben?“, „Wie stellen Sie sich Ihren perfekten Urlaubstag vor?“, „Wie sieht Ihr Traumhotel aus?“ „Wo ist es gelegen?“

Lerne deinen Kunden genau kennen. Je detaillierter du fragst, umso einfacher entsteht ein Bild beim Kunden und bei dir.
z. B.: „Was genau ist für Sie „nicht so groß“?“

Gib deinem Kunden Zeit für die Antworten & beobachte die Regungen deines Kunden und erst im Anschluss erfragst du die Hard Facts: wer, wann, Dauer, Abflughafen usw.

Frage nach dem Reisebudget: „Wie viel Reisebudget haben Sie für Ihre Reise eingeplant?“

Der Bedarfsermittlungsbogen:

- Notiere immer die Kundendaten im oberen Bereich.
- Den meisten Platz hast du für die Notizen, die Bilder entstehen lassen: „Was möchten Sie im Urlaub erleben?“ usw.
- Im Anschluss ist Platz für die Reisedaten deiner Kunden & das, was die Reise perfekt macht!

Und noch ein ganz wichtiger Tipp: Während des Interviews, wenn alle Zielgebiete und Empfehlungen ihren Fragen kommen aus und konzentriere dich nur auf die Wünsche deines Kunden. So bleiben wir alle Richtungen offen und du kannst aus dem großen Repertoire schöpfen.

Wichtige Fragen zur perfekten Bedarfsermittlung.

Was möchten Sie im Urlaub erleben?

Wie stellen Sie sich Ihren perfekten Urlaubstag vor?

Was möchte ihr Mann/ihre Frau erleben?

Wie warm ist es in ihrem Urlaub?

Was ist Ihnen daran besonders wichtig?

Wie oft möchten Sie am Tag essen?

Wie wichtig sind Ihnen verschiedene Spezialitäten
Restaurants?

Wie ist die Lage ihres Hotels zum Ort?

Wie weit ist ihr Hotel vom Strand entfernt?

Wie sieht Ihr perfektes Urlaubshotel aus?

Was wünschen Sie sich für ein Zimmer?

Wie ist das Zimmer ausgestattet?

Was essen Sie zum Frühstück, zum Mittag, zum Abend ?

Welchen Sport möchten Sie, Ihre Mitreisenden im Urlaub
betreiben?

Was sehen Sie, wenn Sie aus dem Fenster, vom Balkon
blicken?

Wie sieht Ihr Strand aus, wie fühlt sich der Strand an?

Wie warm ist das Wasser?

Wie viele Pools sind in ihrem Hotel?

Wer reißt noch mit?

Welche Unterhaltung wünschen Sie sich in ihrem Hotel?

Sport möchten Sie im Urlaub erleben?

Wie lange möchten Sie fliegen? Wie lange möchten Sie im
Flugzeug sitzen?

Beispiele für detailliertes Fragen:

Wie sieht Ihr Hotel aus? Wie stellen Sie sich ihr Hotel vor?

Ich möchte ein nicht so großes Hotel eher klein.

Was ist für sie nicht zu, also eher klein?

Naja, kein so ein großer Betonklotz, maximal 250 Zimmer.

Welche Annehmlichkeiten bietet ihr Hotel?

Naja, ich wünsche mir Wellness, Hammam.

Was genau verstehen Sie unter Wellness?

Massagen, Kosmetikanwendungen...

Welche sportlichen Aktivitäten nutzen Sie?

Naja wir würden gerne Wassersport machen und vielleicht Yoga.

Wassersport möchten Sie dann gerne erleben?

Ich möchte gerne surfen und Katamaran fahren.

Können Sie bereits surfen und Katamaran?

Nein kann ich denn das da lernen?

Wie sieht ihr Zimmer aus?

Ein normales Doppelzimmer, sauber.

Na gut, sauber sind alle Zimmer die wir verkaufen. Ist es eher klar eingerichtet und eckig oder eher etwas verspielt und romantisch oder vielleicht ein bisschen gemütlich?

Wenn es sehr modern ist, mag ich sehr. Ach so WLAN wäre toll.

Schritt 5 Bilder & Filme zaubern

Wünsche zusammenfassen & JETZT zaubern Sie Bilder.

Hierzu erzählst du deinem Kunden eine Geschichte seines perfekten Urlaubstages.

Kennst du die „Susi von Herzblatt“ – ungefähr so.

Beginne mit dem Aufstehen und ende mit dem Abend. Baue gekonnt die Hard Facts ein. Und ganz wichtig: Spreche auch mit den Worten deines Kunden – er fühlt sich verstandener.

Zum Schluss fragst du: „Haben wir an alles gedacht? Oder was ist Ihnen darüber hinaus wichtig?“ und: „Wir finden bestimmt das Passende für Sie.“

Jetzt biete deinem Kunden ein Getränk an. Er wird es wahrscheinlich annehmen und sich entspannt zurücklehnen.

In der Zeit in der du seinen Getränkewunsch erfüllst, hast du genügend Zeit zu überlegen, welches Reiseziel zu den Wünschen eines Kunden passt.

Schritt 6 Die Empfehlung!

„Ich habe da schon eine Idee für Sie.“

Jetzt prüfe die Vakanzen, ob sich der Reisewunsch erfüllen lässt.

Und dann empfehle ihm dieses eine Angebot - es ist das 100% zu seinen Wünschen passende:

Zeige & „male“ ein Urlaubsbild der Traumreise deines Kunden.

- Nutzen Sie dazu die Contentsysteme der Reiseveranstalter, Hotelhomepages, Google, Holidaycheck, usw.
- Vergleiche deine Empfehlung mit den Wünschen deines Kunden vom Bedarfsermittlungsbogen.
- Hebe hervor: „Hier werden Ihre Wünsche erfüllt“.
- Beobachte genau die Reaktion deines Kunden, um zu erkennen, wie gut ihm dieses Angebot gefällt.
- Sprich eine klare Empfehlung aus & stelle die Abschlussfrage: „Darf ich das für Sie buchen?“

- Tipps für vor Ort: Wetter, auf Karte zeigen, Transferdauer, Sehenswürdigkeiten, Ausflugsprogramm, Währung & Zahlung, Reisedokumente

Schritt 7 Ziel? Option? Buchung?

Ist es dein Ziel, deinem Kunden eine Reise zu verkaufen oder ist es dein Ziel nur zu beraten?

Wenn du von deiner Beratung und Empfehlung überzeugt bist, dann darfst du die Traumreise deines Kunden auch verkaufen. Du stellst natürlich die Abschlussfrage: „Darf ich das so für Sie buchen?“ oder: „Ich buche das jetzt so für Sie ein?“

Wichtig dabei ist, dass du auch die nonverbalen und verbalen Abschlusssignale deines Kunden erkannt hast.

Du hast Verständnis für „Ich muss das noch zuhause absprechen“ & bietest gerne eine Option an & informierst deinen Kunden über die aktuellen Vakanzen.

Dein Kunde freut sich über eine RBE, den Katalog/Produktausdruck aus einem Contentsystem & vor allem über Deine Visitenkarte.

Erkläre deinem Kunden den Vorteil der Unterschrift auf der Option: „So brauchen Sie bei festem Wunsch nicht noch einmal persönlich reinschauen. Und bis dahin haben Sie keinerlei Verpflichtung.“

Du bietest eine telefonische Nachfrage nach vereinbarter Zeit an.

Falls dein Kunde einmal keine Option wünscht, überreiche ihm den Katalog, das Angebot und deine Visitenkarte und vereinbare einen telefonischen Termin zur Nachfrage. Dieser ist spätestens 2 Tage nach dem Beratungstermin.

Und das gehört auch noch dazu:

Persönliche Daten machen dich besser - erfrage immer alle Namen, Geburtsdaten, alle Telefonnummern und eine E-Mail-Adresse.

Erfährst du einen Jahrestag, dann notiere diesen & nutze diesen für individuelle Betreuung per Geburtstagsmail, -Fax oder -Anruf zuhause oder während der Reise.

Fasse vor der Buchung die Leistungen & Produkte noch einmal zusammen und erkläre die Schritte bis zur Abreise.

Händige deinem Kunden Reiseschutz, Mietwagen, Sonderleistung, AGB des Reiseveranstalters aus und weise ihn auf Reisedokumente, VISA, Impfung hin.

Notiere unverbindliche Sonderwünsche.

Erkläre deinem Kunden die unterschiedlichen Zahlungsarten und Fristen.

Kläre mit ihm die Reiseunterlagenabholung oder den Versand an Kunden.

Bitte ihn um Feedback zu deiner Leistung auf G+, Facebook, Google, Yelp, und natürlich auf deiner Reisebüro-Homepage.

Ist dein Kunde bei Facebook? Sage ihm, dass du es toll findest, wenn er Deine Seite liked. Vielleicht hat er sogar Lust, live aus dem Urlaub zu berichten.

Sind aktuelle Angebote per mail gewünscht? Melde ihn für deinen Newsletter an.

Registrierte die Buchung im CRM und setze Termine für Sonderleistungen & Anfragen.

Schritt 8 Die perfekte Reise

Damit die Reise deines Kunden zur Traumreise wird, empfehle und verkaufe zusätzliche Produkte & Serviceleistungen.

So machst du deine Kunden zu glücklichen Kunden mit einer vollkommenen Reise:

Reiseschutz:

Zu dieser tollen Reise empfehle ich Ihnen jetzt noch den passenden Reiseschutz.

Da sind Sie jederzeit abgesichert: vor Reise gegen eventuelle Stornogebühren. *(RRV)*

Während der Reise haben Sie eine Telefonnummer an die Sie sich jederzeit wenden können und wohin in allen Lebenssituationen geholfen wird.

Zum Beispiel wird eine Kautions gestellt, falls Sie im Gefängnis landen.

(Notfall-Versicherung)

Kommt ihr Gepäck nicht am gleichen Tag am Urlaubsort an wie Sie, können Sie für bis zu 500 € Ersatzkäufe tätigen.

(Gepäckversicherung)

Und natürlich ist auch eine Auslandsreise-Krankenversicherung enthalten. *(Krankenversicherung)*

Der Preis beträgt: ...Euro pro Person / pro Familie.

Darf ich diesen Reiseschutz gleich für Sie abschließen?

- Mietwagen – Angebot für eine Woche gleich mit anbieten
- Sitzplatzreservierung
- Sonderessen
- Sportgepäck
- Ausflüge, Eintrittskarten, Wellness

Wenn deine Kunden aktuell etwas unentschlossen, auf Termin legen und erinnere ihn später telefonisch.

Schritt 9 Wohlfühlen bis zur Tür

Nach deinem Beratungs- und Verkaufsgespräch stehst du auf und begleitest deinen Kunden zur Tür. Vielleicht ist es am Anfang noch etwas ungewohnt für dich oder dein Kunde ist schneller weg, als du zur Tür kommen konntest.

Also sage ihm einfach: „Einen Moment, ich begleite Sie noch zur Tür.“ Er freut sich, da er es bis jetzt nicht gewohnt war. Vielleicht fühlt er sich jetzt auch als VIP!

Bedanke dich an der Tür noch einmal für die Buchung und gib ihm die Hand. Vielleicht nennst du auch noch mal den Namen deines Kunden, das hat jeder gerne.

„Bei Fragen melden Sie sich gerne“,

„Wir rufen Sie an, sobald die Reiseunterlagen da sind.“,

„Ich freue mich, dass wir so etwas Passendes für Sie gefunden haben.“

Schritt 10 Betreuung.plus

Vor der Abreise.

Kontrolliere die Reiseunterlagen beim Eintreffen und informiere deinen Kunden, dass sie abholbereit sind.

Bei Abholung gehst du gemeinsam mit dem Kunden noch einmal alle Reiseunterlagen detailliert durch und klärst mit ihm letzte Fragen, wie z. B. Gepäckbestimmungen, Rückbestätigung der Flugzeiten im Urlaub und Hinweis auf passende Reisedokumente.

Du begleitest deinen Kunden zur Tür, verabschiedest ihn mit Handschlag und wünschst „Schöne Ferien!“

Erhält dein Kunde seine Reiseunterlagen nach Hause, setze dir einen Termin und rufe ihn an und frage, ob alles ok ist & wünsche ihm schöne Ferien!

Biete ihm eventuell erneut Zusatzverkäufe an: Mietwagen, Ausflüge, Eintrittskarten, Wellness.

Nach der Rückkehr.

Ca. 2-3 Tage nach Rückkehr setze dir einen WelcomeBack Call Termin und erfrage bei deinem Kunden, wie gut ihm sein Urlaub gefallen hat, z. B. „Was war das schönste im Urlaub?“ Ziel des Anruf ist es, deinen Kunden kennenzulernen und Infos für die Beratung zu erhalten.

Jederzeit.

Wenn du mit deinem Kunden in Kontakt bleibst, erinnert er sich immer wieder an dich.

Natürlich darfst du dann zur Stelle sein, wenn dein Kunde daran denkt zu verreisen. Das ist am leichtesten mit einem passenden Internetauftritt. Damit bist du ja bestens versorgt.

Denke auf jeden Fall daran, deine persönlichen Erfahrungen und Kompetenzen auf deiner Website zu veröffentlichen. Was eignet sich dazu am besten? Reiseberichte von Seminarreisen und privaten Urlauben.

Auch eine professionelle, fröhliche, persönliche und positive Bildergalerie von dir und deinem Team sorgt dafür, dass der Kunde sich in dich „verliebt“.

Erinnere deine Kunden daran, dass der Sommer und der Winter buchbar sind: Sommer- & Winterkataloge-Mailing sind dazu passend. Aber auch persönliche Information per Telefon sobald ein gewünschter Katalog eintrifft, kommt positiv an.