

So stärken Sie Ihren Direkt-Vertrieb,
mehr Eigenengagement, bessere Preise

Was wird erläutert?

Vertriebskanal –
direkt vs. indirekt

Stammkunde vs.
Neukunde

Verkaufen
am POS

Worauf wird nicht eingegangen?

~~Strategie~~

~~Positionierung -
Differenzierung~~

~~Marketing~~

~~Kernkompetenzen~~

~~Produkt-
Portfolio~~

Vertriebskanäle



direkt vs. indirekt

Direktvertrieb:

- + steuerbar
- + schnelle Reaktionszeiten
- + keine Provisionszahlungen
- + direktes Kundenfeedback
- + integrierbar ins Tagesgeschäft
- bindet Ressourcen
- geringere Marktabdeckung

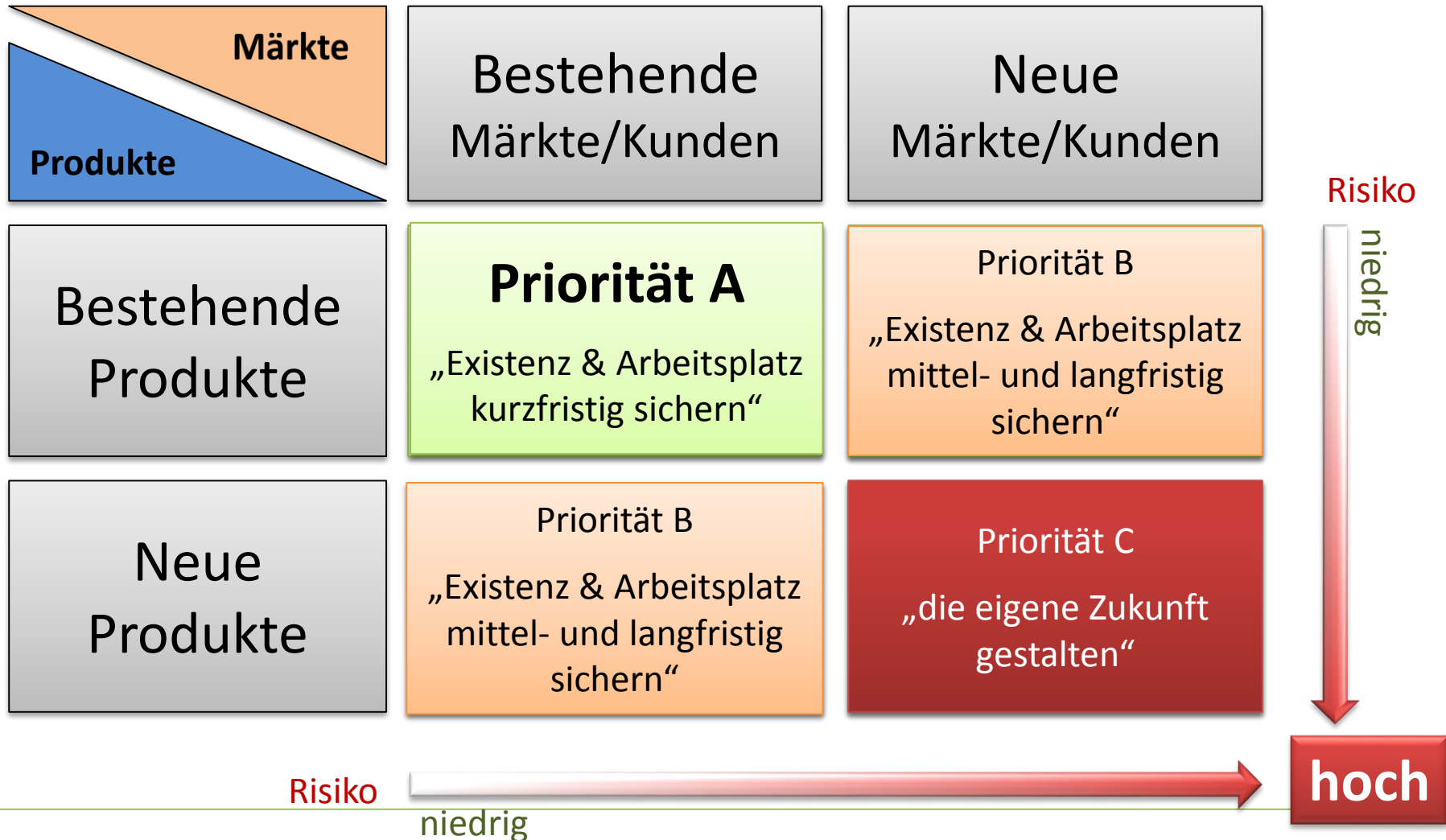
Indirekter Vertrieb:

- + hohe Marktabdeckung
- + Nutzung bestehender Vertriebsnetze
- + bestehende Kunden des Händlers
- schlecht steuerbar
- Provisionen notwendig
- Abhängigkeiten können entstehen

Herausforderung:

Ressourcen - Zeit

Mehr Umsätze – woher?



Mehr Umsätze – woher?

Neukundengewinnung

- Homepage
- Homepage und persönlicher Kontakt
- **Weiterempfehlung**
- Newsletter
- Mailings
- Telefonverkauf
- Messen

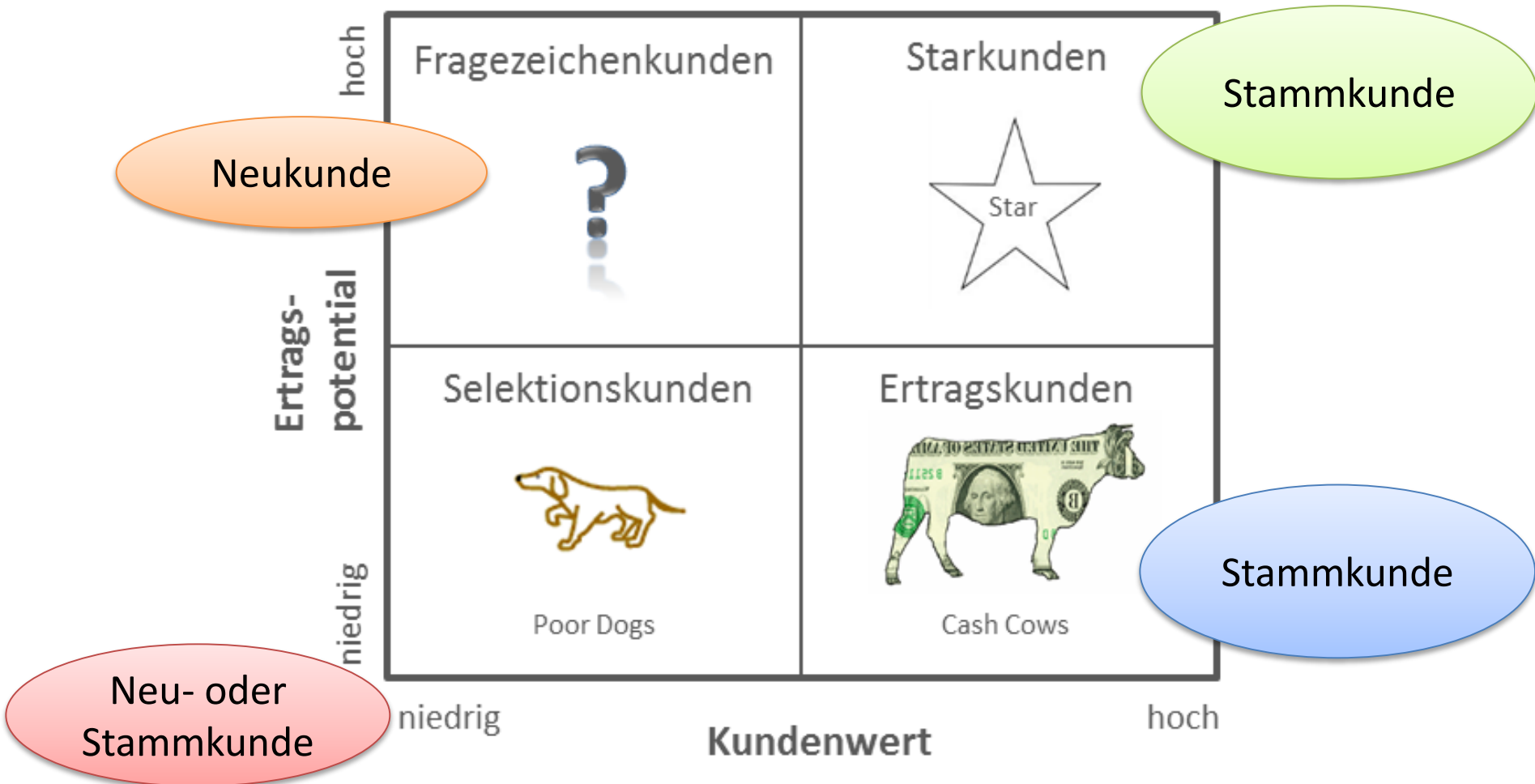
Stammkundenausbau

- Kunde im Haus: Anwendungen, Speisen und Getränke, etc.
- Stammkundenweiterentwicklung
- Direkter Kontakt durch das gesamte Personal – POS nutzen, jeder Kundenkontakt ist eine Chance auf Umsätze!



Im Schnitt werden **70%** aller Angebote verloren

Kundenportfolio



Point of Sale - im Haus

Das gesamte **Personal** im Kundenkontakt:

→ Rezeption, Service, Wellnessstützpunkt, Behandler, Telefon...

Wenn man im Hotel von Verkäufern spricht, so ist jeder Mitarbeiter der im Kundenkontakt steht ein „Verkäufer im Direktvertrieb“ – direkt am Kunden



Neukundengewinnung

Eigene Homepage:

Zugriffe, Aktivitäten, Anzahl der Anfragen,

Eigene Homepage + Livechat:

Personaleinsatz (Leerzeiten nutzen) vs.
Abschlussquoten

Newsletter + Mailings:

Regelmäßig auf sich aufmerksam machen und attraktive Angebotspakete schnüren

Neukundengewinnung

Telefonverkauf – Angebotsgestaltung und Angebotsverfolgung:

80 % der Angebote werden nicht weiter verfolgt

Weiterempfehlung:

Gezielte Empfehlungen forcieren und steuern,
bestehende Kunde für sich nutzen

Messen

Checkliste für mehr Umsatz:

1. Die richtige Persönlichkeit an der Rezeption (POS)
2. Gästetypen und deren Bedürfnisse
3. Bedeutung der Qualität und Quantität
4. Das Produkt
5. Das Verkaufsgespräch
6. Professionelle Reklamationsbehandlung
7. Sicher Telefonieren
8. Aktiver Verkauf am Telefon
9. Aktiver Verkauf Online
10. Schriftliche Kommunikation
11. Mysterytest Telefonverkauf
12. Trainings on the Job



**Die 5 wichtigsten Maßnahmen
zum Start definieren!**

Viel Erfolg für Ihre Zukunft!
