

Sieben erprobte Praxis-Tipps für erfolgreichen Telefonverkauf an der Rezeption

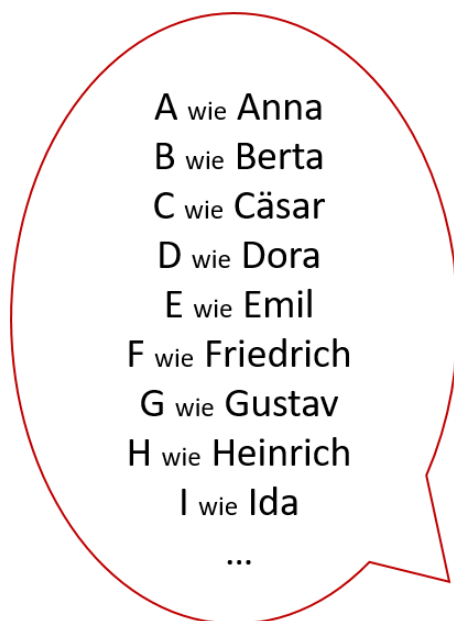
erstellt von Kurt Steindl

1. Tipp: Vorbereitung ist (fast) alles

Erstelle dir deine persönlichen Arbeitsunterlagen. Eine Mappe, in der alles zusammengefasst ist, was du für deine Arbeit an der Rezeption und speziell am Telefon benötigst. Darin enthalten sind die aktuelle Preisliste, die Antworten auf die häufigsten Gästefragen, Bilder und Beschreibungen der Zimmer und Angebote, zusätzliche Informationen zu Veranstaltungen, Events und dergleichen im Hotel oder in der näheren Umgebung.

Sorge für eine möglichst störungsfreie Umgebung. Idealerweise kannst du im Backoffice die Telefonate entgegennehmen und nicht am frequentierten Desk.

Halte ein Notizbuch parat, in das du sofort den Namen des Gastes schreibst, damit du ihn nicht vergisst und ihn im Telefonat verwenden kannst. Ein Spiralblock tut es auch, aber bitte bloß keine Zettelwirtschaft. Die vielgebrauchten Post-it verschwinden wie von Geisterhand und damit ist auch die Info futsch.



Übe das Buchstabenalphabet so lange, bis du damit wirklich rasch arbeiten kannst. Hat der Gast einen etwas schwierigeren Namen und du bittest ihn zu buchstabieren, musst du darauf vorbereitet sein, dass Menschen mit ungewöhnlichen Namen schon oft darum gebeten wurden und meist sehr schnell sind, die einzelnen Buchstaben aufzuzählen. Wenn du nicht geübt bist, wird es dir passieren, dass der Gast schon den fünften Buchstaben aufsagt, während du noch beim zweiten hängengeblieben bist.

Natürlich verwenden nicht alle Gäste das Buchstabenalphabet (A wie Anna, B wie Berta, C wie Cäsar). Englischsprechende Gäste benutzen auch schon mal das Funker-Alphabet (Alfa, Bravo, Charlie, Delta, ...)

Manche Rezeptionisten erzählten von Russen, die ein Länderalphabet verwendeten (A like Australia, B like Britain, C like China, D like Denmark ...) Je nachdem, welche Gäste in dein Hotel kommen und welche Variation sie verwenden, du musst fit darin sein. Und du musst schnell sein.

Kleiner Zusatztipp: Um zu trainieren, buchstabiere einfach jede Reklame, jede Tafel, jedes Wort, das dir im Alltag vielleicht beim Autofahren oder Spazierengehen unterkommt, im bevorzugten Alphabet deiner Gäste. Nach drei Wochen wirst du ein Meister sein.

Sorge dafür, dass du in einer leisen Umgebung telefonieren kannst. Wenn Kollegen laut sprechen, ein Lieferant gerade geräuschvoll anliefert, ein Techniker ein Ersatzteil bestellt und offenbar eine schlechte Verbindung hat, wenn ständig ein anderes Telefon laut klingelt, ... kannst du nicht gut arbeiten und es wird den Gast auch spürbar irritieren, wenn er im Hintergrund viel Lärm hört. Es sollte eine Selbstverständlichkeit sein, dass man darauf Rücksicht nimmt, wenn du mit einem Gast telefonierst. Sollte das nicht der Fall sein, musst du es ansprechen und einfordern.

Kläre die Rahmenbedingungen für deine Preisgespräche. In den meisten Hotels gibt es Möglichkeiten für einen vergünstigten Preis. Treuerabatte, besondere Aktionswochen, Stammgästekoni, kostenlose Upgrades und vieles mehr. Noch bevor du den Hörer in die Hand nimmst, muss geklärt sein, welche Spielräume für deine Preisgestaltung verfügbar sind.

Entscheide dich, wie gut du deine Arbeit heute machen willst. Sorge dafür, dass du in guter Stimmung bist. Tipps dazu liest du im sechsten Tipp.

2. Tipp: Keine eingelernte Begrüßungsfloskel

Die oberste Aufgabe am Telefon besteht darin, zum Anrufer eine gute Beziehung herzustellen. Früher war Verkaufen in erster Linie eine Frage der Technik, heute ist es in erster Linie eine Frage der Beziehung. Deshalb sind gerade die ersten Sekunden entscheidend. Hier legt der Anrufer fest, ob ihm das Gegenüber am Telefon sympathisch ist oder nicht. Eine gute Beziehung am Telefon braucht deshalb einen sympathischen Start.

STRESS!
STRESS! STRESS!
STRESS!

Daher: Niemals im Stress abheben. Bevor du abhebst, atme einfach eine Sekunde aus und denke dir: „Auf dieses Telefonat freue ich mich jetzt ganz besonders!“ Dann hast du automatisch den richtigen Tonfall und das richtige Sprechtempo.

Hebe auch niemals beim ersten Läuten ab. Der Gast benutzt die ersten beiden Klingelzeichen, um sein Anliegen im Kopf zu formulieren. Wenn wir zu schnell sind, fühlt sich der Gast überrumpelt. Kein guter Einstieg ins Gespräch. Außerdem könnten wir den Eindruck erwecken, dass wir nichts zu tun haben, weil das Hotel leer ist. Das wollen wir doch nicht, oder?

„Herzlich willkommen im Genießer- und Wellnessresort Alpenblick, Ihrem Lifestyle- und Designhotel in den Tiroler Alpen. Mein Name ist Sabine Bauer. Schön, dass Sie bei uns anrufen. Was darf ich für Sie tun?“

Herzlich willkommen im Genießer-
und Wellnessresort Alpenblick,
Ihrem Lifestyle- und Designhotel in
den Tiroler Alpen, ...

Lache nicht, diese Begrüßung habe ich tatsächlich am Telefon gehört. Natürlich habe ich die Namen geändert, aber sonst ist es ein Original. Es erhebt sich dabei schon die Frage, wer sich so einen Schwachsinn einfallen hat lassen. Welcher Gast möchte so eine Litanei am Telefon hören? Natürlich keiner. Und dennoch sind derartige Begrüßungsfloskeln noch immer stark verbreitet.

Eine gute Begrüßung am Telefon ist kurz und knackig. Ein Beispiel: „Hotel Alpenblick. Sie sprechen mit Sabine. Guten Tag!“ Das reicht vollkommen.

Das Einzige, das den Gast in diesem Moment wirklich interessiert, ist, ob er richtig gewählt hat. Der Name des Hotels ist für den Gast wichtig. Die Begrüßung ist NICHT der richtige Zeitpunkt für Marketing- und Werbebotschaften.

Leider werden in vielen Hotels noch immer Vorgaben für die Telefonbegrüßung gegeben. Man will Konformität. Alle Mitarbeiter sollen sich gleich melden. Wozu? Heutzutage ist Individualität gefragt. Der Gast will nicht mit einer Roboterstimme reden, sondern mit einem Menschen. Hinter diesen unnützen Vorgaben steckt die Angst, dass der Mitarbeiter etwas Falsches sagen könnte. „Wer stört?“, wird wohl kaum jemand in den Hörer brüllen. Wir können alle getrost davon ausgehen, dass die Mitarbeiter an der Rezeption wissen, wie man sich angemessen am Telefon verhält. Sollte tatsächlich ein Mitarbeiter aus der Rolle fallen und sich unangemessen melden, dann ist das ein klares Zeichen, dass der falsche Mitarbeiter am falschen Ort ist. Einfacher und rascher können wir das gar nicht erkennen.

Wenn es dir als Mitarbeiter an der Rezeption vorgegeben wird, wie du dich zu melden hast, dann bemühe dich, die Begrüßungsfloskel nicht herunterzubeten, sondern gib den Worten durch deinen Tonfall Bedeutung. Meine, was du sagst.

PS: Neue Mitarbeiter sind froh, wenn ihnen in der ersten Zeit eine Vorgabe gegeben wird, das erhöht die Sicherheit. Aber nach zwei, drei Wochen sollte jeder seine eigenen Variationen der Telefonbegrüßung herausgearbeitet haben. Die können natürlich auch von der momentanen Stimmung geprägt sein.

Hast du einen sonnigen Tag, an dem du am liebsten alle Menschen umarmen möchtest, dann baue vielleicht ein glaubwürdiges „Herzlich willkommen ein.“. Ist deine Stimmung nicht ganz so rosig, dann würde es aufgesetzt und unglaubwürdig klingen. Das merkt der Gast. Mit Sicherheit.

3. Tipp: **Freundlichkeit ist zu wenig**

Du hast vermutlich auch gehört, dass man an der Rezeption immer freundlich sein muss. Egal ob am Telefon oder face-to-face. Aber Freundlichkeit ist nicht genug.

Vielleicht kennst du das: Du kommst in einen Lebensmittelmarkt und die Verkäuferin hinter der Wursttheke begrüßt dich mit einer hohen, zuckersüßen Stimme: „Guten Tag, bitte sehr, was kann ich für Sie tun?“ Niemand kann behaupten, dass die Wurstfachverkäuferin unfreundlich ist, aber jeder erkennt sofort, dass es nicht ehrlich gemeint ist.



Der Gast erwartet Herzlichkeit. Der Unterschied? Freundlichkeit kann man spielen, Herzlichkeit ist echt. Freundlichkeit lässt nur den Mund lächeln, während die Augen kalt bleiben. Freundlichkeit zeigt sich auch an der unnatürlichen Stimmlage. Manchmal auch in einem merkwürdigen Sing-Sang. Herzlichkeit wirkt immer natürlich und aufrichtig. Da spielen wir nichts vor, sondern sind aufrichtig daran interessiert, dem Gast etwas Gutes zu tun.

Service ist keine Haltung, sondern eine Entscheidung

In angeblich so schlaun Büchern ist immer zu lesen, dass Service eine Haltung sei. Man hat es oder man hat es eben nicht, wird damit suggeriert. Bullshit! Service ist keine Haltung, sondern eine simple Entscheidung. Jeder Einzelne von uns entscheidet, wie wir unsere Arbeit erledigen wollen. Gut, durchschnittlich, miesgelaunt oder top! Nur wer sich dafür entscheidet, einen guten Job zu erledigen, kann auch erfolgreich sein.

Der Gast erkennt den Unterschied zwischen gespielter Freundlichkeit und wahrhaftiger Herzlichkeit. Ganz bestimmt. Deshalb solltest du auch am Telefon lächeln. Auch wenn man es am Telefon nicht sieht. Man hört es aber an deiner Stimme, ob du gerne mit dem Anrufer zu tun hast, oder eben nicht. Ein Lächeln ist übrigens das merkwürdigste Geschenk, das es gibt. Je mehr wir davon herschenken, desto mehr bekommen wir zurück.

Herzlichkeit zeigt dem Gast auch, dass wir uns über seinen Anruf freuen. Da verwenden wir dann so Formulierungen wie: „*Da sind Sie bei mir richtig!*“ – „*Da schaue ich gleich nach. Da finde ich bestimmt etwas Schönes für Sie!*“ In einem Tonfall, bei dem Arbeitsfreude, Begeisterung und positive Emotionen deutlich zu erkennen sind.

Sondertipp: Wer Emotionen wie Freude, Begeisterung, Motivation und gute Laune zeigt, löst beim Gegenüber ein Gefühl der Sicherheit aus. Wer keine Emotionen zeigt, bewirkt das Gegenteil. Erinnerung dich an einen der ersten Sätze in diesem Dokument: Verkaufen ist eine Frage der Beziehung. Aufrichtige Herzlichkeit ist immer mit positiven Emotionen verbunden und die sind ein wunderbares Fundament für eine gute Beziehung.

4. Tipp: Den Gast reden lassen oder zum Reden bringen

Die Erfahrung zeigt, Rezeptionistinnen und Rezeptionisten reden zu viel. Sie wollen einen guten Job machen und erklären und beschreiben und zählen auf und ... dabei solltest du bedenken, solange wir reden, erfahren wir nichts von den Wünschen und Vorstellungen des Gastes. Deshalb sollten wir danach trachten, die Gedanken des Gastes zu erfahren. Erst wenn der Gast redet, gibt er etwas von sich preis und haben wir die Chance, seine Bedürfnisse zu erkennen und ihm ein passendes Angebot zu machen.

Psssst!

Zuhören
ist wirksamer als
reden!

Deshalb sollten wir selbst kurze Monologe vermeiden. Ein gutes Telefonat ist wie ein Ping-Pong-Spiel. Ich spiele den Ball hinüber und der andere spielt ihn wieder zurück. So soll es auch im Telefonat sein. So entstehen Dialoge.

Natürlich sollen wir den Gast niemals unterbrechen. Das wäre kontraproduktiv, weil wir dann ja nicht erfahren, was ihm wichtig ist. Außerdem ist es unhöflich. Wenn uns der Gast unterbrechen sollte, dann geben wir nach und hören wir zu.

Es gibt allerdings zwei Ausnahmen, bei denen wir doch unterbrechen sollten:

1. Wenn der Gast sich am Telefon vorstellt: „Guten Tag, mein Name ist Huber, ich ...“ begrüßen wir den Gast mit Namen. Nicht zu laut, nicht wirklich unterbrechend, sondern eher begrüßend.
2. Wenn wir erkennen, dass wir nicht der richtige Ansprechpartner für das Anliegen des Gastes sind und wir ihn weiterverbinden müssen, unterbrechen wir, damit der Gast sein Anliegen nicht zweimal vorbringen muss. „Darf ich kurz unterbrechen. Da verbinde ich Sie am besten mit ... er/sie kann Ihnen da bestimmt weiterhelfen.“ Es ist für den Gast sonst sehr unangenehm, wenn er die ganze Geschichte nochmals erzählen muss.

Wenn du weiterverbinden musst, denke immer an die Vorgabe: Die Bequemlichkeit des Gastes steht an erster Stelle. Verbinde deshalb so, dass es bequem für den Gast ist. Wenn die richtige Person abhebt, dann erklärst du kurz das Anliegen des Gastes und schaltest rasch den Anruf durch. Der neue Ansprechpartner begrüßt dann den Gast gleich mit „Guten Tag Herr Huber, mein Name ist ... Meine Kollegin hat mir gerade mitgeteilt, dass es um ... geht. ...“



Bitte warten!
Bitte warten!
Bitte warten!
Bitte warten!
Bitte warten!

Einen Gast in die Warteschleife zu klicken ist eine grobe Unhöflichkeit und sollte wirklich nur im äußersten Notfall vorkommen. Wenn es aber doch einmal sein muss, dann entschuldige dich bereits im Vorfeld dafür und teile mit, dass du nur kurz Informationen einholen willst und gleich wieder da sein wirst. Wenn du dich dann wieder ins Gespräch einklickst, entschuldige dich nochmals dafür und bedanke dich fürs Warten.

Um den Gast zum Reden zu bringen, sind offene Fragen nützlich. Offene Fragen kann man nicht mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten. Beispiele: *„Was haben Sie denn vor, wenn Sie zu uns kommen?“* – *„Was erwarten Sie von Ihrem Aufenthalt?“* – *„Welche Wünsche haben Sie an uns?“* – *„Was würde Ihnen gefallen?“* – *„Was braucht es, damit Sie einen schönen Urlaub bei uns verbringen?“* – *„Womit könnten wir Ihnen eine zusätzliche Freude machen?“* ...

Natürlich wirken diese Frage auf den ersten Blick ungewohnt und schräg. Wenn du sie aber ins Telefonat einbaust, wirst du merken, wie positiv die Gäste darauf reagieren. Ich weiß, wir haben es alle anders gelernt. Dazu ist zu sagen, dass sich die Zeiten geändert haben und der moderne Gast viel anspruchsvoller und kritischer ist, als es unsere Lehrer kennen, die vor zwanzig Jahren an der Rezeption gearbeitet haben. (Entschuldige, aber dieser Seitenhieb auf die Tourismusausbildung musste sein!)

Wir hatten noch nie so anspruchsvolle Gäste wie heute. Noch nie waren Gäste so kritisch und so informiert. Niemals zuvor waren Gäste so preissensibel wie in diesen Tagen. Noch nie waren Hotels so einfach zu vergleichen. Ein paar Klicks im Web und die Angebote lassen sich bequem gegenüberstellen. Vor allem aber, es gab noch nie so mächtige Gäste wie heute. Das Überangebot an Hotelbetten führt dazu, dass der Gast sich jederzeit für ein anderes Haus entscheiden kann. Der moderne Gast sucht Individualität, Flexibilität, Menschlichkeit, ehrliche Zuwendung und aufrichtige Gastfreundschaft. Er bucht am liebsten dort, wo diese Faktoren gut erspürbar sind und auch tatsächlich erfüllt werden.

Wenn du merkst, dass es angemessen ist, dann kannst du auch fragen: *„Haben Sie sich vielleicht schon etwas auf unserer Website umgesehen?“* oder *„Haben Sie sich vielleicht schon etwas auf unserer Website ausgesucht?“* Wenn der Gast bejaht, dann gehe ganz genau auf seine Ausführung ein und versuche seine Wünsche möglichst zu erfüllen. Vielleicht sitzt der Gast ja gerade vor seinem Computer. Dann surfst du mit ihm durch die Zimmer und führst ihn zu den Suiten und den Packages. Ein Bild sagt ja bekanntlich mehr als tausend Worte.

5. Tipp: Ehrlich währt am längsten

Werbung lügt. Marketing auch. Das klingt provokant, entspricht aber der Wahrheit. Vielleicht bist ja selbst schon einmal auf die verlockenden Bilder und Aussagen eines Hotels oder Restaurants hereingefallen? Leider wird viel zu viel übertrieben oder beschönigt. Da wird ein atemberaubender Ausblick versprochen, ein unvergesslicher Aufenthalt, eine prämierte Küche, ein fantastisches Ambiente und dergleichen mehr. Wenn der Gast dann kommt, merkt er, dass er diesen Ausführungen auf den Leim gegangen ist. Der Ausblick ist vielleicht ganz nett, aber ziemlich unspektakulär. Von atemberaubend ist keine Rede. Der Aufenthalt ist ganz normal und unvergesslich höchstens, weil die Mitarbeiter einen unmotivierten Eindruck machten. Die Küche ist mittelmäßig und die ausgestellten Prämierungen sind entweder erkaufte oder schon Jahre her. Das Ambiente ist abgewohnt und bereits sichtlich in die Jahre gekommen. Fazit: Enttäuschung auf der ganzen Linie.



Erzähle dem anrufenden Gast deshalb nur solche Dinge, hinter denen du vollinhaltlich stehst. Wenn das Zimmer schon etwas älter, aber sehr gemütlich ist, dann erwähne das auch. Wenn der Ausblick nur nett ist, dann vermeide Übertreibungen. Bedenke, dass du mit deinen Ausführungen automatisch Erwartungen weckst. Aus der Sicht des Gastes ist Qualität ganz einfach. Wenn seine Erwartungen erfüllt werden, spricht er von guter Qualität. Wenn wir am Telefon aber Erwartungen wecken, die in der Realität nicht erfüllt werden, spricht er von schlechter Qualität. Das hat zur Folge, dass er nicht wieder bei uns bucht und auch dafür sorgen wird, dass seine Freunde und Bekannte uns ebenfalls meiden.

Beschreibe die Angebote und die Zimmer deshalb immer wahrheitsgetreu und überlege, welche Erwartungen und Bilder du mit deinen Worten erzeugst. Mit den Wörtern erweckst du Erwartungen und die müssen zumindest erfüllt werden, wenn der Gast wiederkommen soll.

Hier sind ein paar Wörter, die du vielleicht besser vermeidest, weil sie keine positiven Bilder wecken:
Preis, kostet, Verfügbarkeit, hinten, unten, kein Problem, billig, klein, Kategorie, muss, ...

6. Tipp: Gute Laune ist Pflicht!

Ist dir auch schon einmal aufgefallen, dass du besonders leicht und gut verkaufst, wenn du in guter Laune bist? Warum das so ist? Weil es dir in guter Laune leicht gelingt eine mentale Brücke zu deinem Gegenüber zu bauen. Deine Fröhlichkeit wirkt außerdem ansteckend und der Anrufer wird im Telefonat auch in bessere Laune gelangen.

Ab hier
bitte lächeln!



Eine deiner persönlichen Hauptaufgaben ist es, dich in eine gute Stimmung zu bringen und diese zu halten. Unsere Stimmung ist unsere Entscheidung. Es sind nicht die anderen, nicht die Umstände, nicht das Schicksal, nicht die Herkunft, nicht der Partner, ... Es ist unsere Entscheidung, worüber wir uns freuen oder ärgern. Wir entscheiden, in welcher Stimmung wir den Tag verbringen. Hier zwei Anregungen, wie du zu einer besseren Laune kommen kannst:

In 60 Sekunden bessere Laune

Es geht um eine Erste-Hilfe-Maßnahme in Situationen, in denen einem eigentlich zum Heulen ist. Diese Methode hilft auch, wenn dein Tag so richtig schief liegt. Es geht um das Prinzip „Wie außen – so innen“, also um die positive Stimulierung deiner Gefühle durch bewusst gesetzte körperliche Maßnahmen.

- Gehe irgendwohin, wo du alleine bist – notfalls auf's WC.
- Zwing dich dort eine Minute lang zu lächeln. Ok., es wird anfangs eher eine Grimasse sein, aber tue es trotzdem. Massiere vielleicht sogar deine Mundwinkel nach oben. Halte durch, auch wenn dir nicht danach zumute ist.
- Nach etwa einer Minute wird dein Unbewusstes auf die Signale deines Körpers reagieren und den Ärger, den Stress oder die Trauer abbauen. Du wirst spüren, dass aus der anfänglichen Grimasse langsam ein echtes Lächeln wird.

Körperhaltung

Wenn du missgelaunt oder traurig bist, wird dein Körper dies auch deutlich ausstrahlen. Du wirst gebeugt stehen, die Schultern hängen herab, der Kopf ist gesenkt, die Mundwinkel sind nach unten orientiert und sogar die Knie fühlen sich weich und kraftlos an. Ändere jetzt ganz bewusst deine Körperhaltung (Kopf hoch, Brust heraus, Schultern zurück, Beine durchgestreckt, vielleicht sogar die Pobacken zusammenkneifen). Halte diese Haltung für einige Minuten und du wirst unweigerlich spüren, dass du in dieser Körperhaltung nicht schlecht gelaunt sein kannst.

Mache es dir bewusst, dass eine gute oder schlechte Laune immer deine eigene Entscheidung ist. Du bist der Meister deiner Stimmung. Wenn nicht, gibst du anderen Menschen die Macht, über deine Stimmung und damit über dein Leben zu bestimmen. Du entscheidest, ob du das willst.

7. Tipp: Den Preis NICHT argumentieren

Bereits weiter oben haben wir geklärt, dass heutige Gäste viel preissensibler sind als noch vor einigen Jahren. Schnäppchenjagd scheint ein Volkssport geworden zu sein. Selbst Menschen, die über ausreichend Geld verfügen, machen sich auf die Suche nach dem billigsten Angebot und sind dann erstaunt, dass das billige Urlaubsschnäppchen keine exklusive Luxussuite für sie bereithält.

**„Warum
ist das
so
teuer?“**

Noch vor wenigen Jahren hätten sich viele Gäste geschämt zu sagen, dass ihnen das Zimmer zu teuer ist und hätten sich eher in Ausflüchte gerettet. („Ich muss noch mit meinem Mann darüber sprechen!“). Heute sprechen es immer mehr Gäste offen an. Sie sagen, dass es zu teuer ist oder erkundigen sich, ob man nicht mit dem Preis noch etwas machen könnte oder sie fragen ganz direkt, warum denn das Angebot so teuer sei.

Im ersten Affekt sind wir versucht, den Preis für die Suite, das Zimmer oder das Paket zu argumentieren. Wir wollen dem Gast erklären, was alles inkludiert ist, beschreiben die einzelnen Positionen und versuchen auf diese Weise den Preis zu rechtfertigen. Das ist gefährlich.

Es kann sein, dass wir Argumente finden, die den Gast überzeugen. Es kann aber auch sein, dass wir ein Argument anführen, das zwar für uns Gewicht hat, den Gast aber nicht beeindruckt.

Ein Beispiel:

Die Juniorchefin selbst geht ans Telefon und der Gast aus Wien möchte eine Woche mit seiner Frau kommen, schnell ist man sich sympathisch. Es wird gelacht und das Gespräch nimmt einen angenehmen Verlauf. Schließlich kommt man auf den Preis des Hotelaufenthaltes zu sprechen und als die Summe genannt wird, entsteht eine peinliche, unangenehme Pause. Schließlich sagt der Gast: „Damit habe ich nicht gerechnet. Warum ist das so teuer?“ Die Chefin erklärt dem Gast, dass man über 1500 m² Wellnessfläche verfügt, darunter sind sechs verschiedene Saunen, dass man ... Plötzlich unterbricht der Gast: „Sagten Sie gerade Sauna?“ – „Ja. Wir haben ...“, will die Dame an der Rezeption antworten, als der Gast nochmals unterbricht: „Mein Arzt hat mir verboten in die Sauna zu gehen.“ – Pause. Die Mitarbeiterin weiß nicht so recht, wie sie darauf reagieren soll und der Gast fährt fort: „Ziehen Sie bitte den Saunapreis von der Summe ab! Ich verspreche Ihnen, dass ich kein einziges Mal die Sauna besuchen werde. Meine Frau natürlich auch nicht.“ Wieder Pause. Damit hat die Juniorchefin nicht gerechnet. Schließlich fängt sie sich: „Aber das geht doch nicht! Das kann ich nicht tun.“ Darauf der Gast: „Sie werden doch nicht glauben, dass ich für etwas bezahle, das ich nicht in Anspruch nehme!“ Um es kurz zu machen: Das Gespräch ist daran gescheitert, weil sich der Gast auf das

Argument versteift hat, das zwar für das Hotel wichtig ist, für ihn aber keine Bedeutung hat. Er hat nicht gebucht und ist auch später nie als Gast gekommen.

Einen kurzen Moment
Herr ... ich sehe nach,
was ich ...

Wie kannst du das besser machen? Wenn der Gast mitteilt, dass ihm die Suite/das Zimmer/das Paket zu teuer ist, dann biete ihm einfach etwas Günstigeres an. Ohne wirklich auf die Frage einzugehen. Aber Achtung: Du solltest dir dabei etwas Zeit lassen, damit der Gast nicht den Eindruck bekommt, du hättest ihm nur das teurere Angebot andrehen wollen. Ja, du kannst versuchen zu argumentieren, sei aber darauf vorbereitet, dass es schief gehen kann. Wenn du Pech hast, bringst du ein Argument,

das zwar für dich plausibel ist, für den Gast aber nicht. Deshalb besser nicht argumentieren, sondern einfach ein anderes Angebot machen. Auf dem Weg dorthin solltest du dem Gast aber spürbar machen, dass du dich wirklich bemühst.

„Einen Moment Herr Huber, lassen Sie mich kurz nachsehen, ob ich noch etwas anderes für Sie habe. – Pause – (wie wenn du jetzt zu dir selbst sagen würdest) Hmm, bei den Juniorsuiten finde ich jetzt nichts. – Pause – Vielleicht bei den Superior-Zimmern ... - Pause – (jetzt zum Gast gewandt) Ja, Herr Huber, ich habe da noch ein gemütliches Doppelzimmer Superior für Sie. Das ist zwar nicht ganz so geräumig wie die Kaisersuite, ist aber auch ein sehr gemütliches Zimmer im traditionellen Stil. Da haben Sie auch eine bequeme Couch und sogar einen kleinen Balkon dabei. Dieses Zimmer bekommen Sie für Ihren Zeitraum statt um 380 Euro für 260 Euro. Wäre Ihnen das lieber?“

Du solltest immer dein Bemühen um das Anliegen des Gastes zeigen. Auch wenn du weißt, dass du absolut kein anderes Angebot mehr übrig hast, solltest du dir Zeit lassen und dem Gast das Gefühl geben, dass du wirklich suchst. Hotellerie ist auch Showbusiness.

Deine Hauptaufgabe am Telefon ist es, dem Gast ein gutes Gefühl zu beschern. Wenn er aufgelegt hat, sollte er ein möglichst positives Gefühl haben, weil er das Gespräch mit dir als besonders angenehm empfunden hat. Sei deshalb immer charmant, hilfsbereit, lebendig, gästeorientiert und humorvoll.

Viel Erfolg

Kurt Steindl, Gastlichkeit & Co