

ОСНОВЫ ПРОДАЖ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ: что нужно знать и уметь, чтобы стать профессионалом



Курс обучения для начинающего менеджера по продажам, об основах продаж и маркетинга, особенностях продукта, сегментации и дистрибуции в индустрии гостеприимства

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО

Текучка кадров в отделе продаж и маркетинга обычно ниже, чем в среднем по отелю, но тем не менее она существует. С потерей даже одного члена команды возникает трудновосполнимая брешь, что непременно сказывается на объемах выручки. Даже если есть замена, результатов от нового сотрудника придется ждать достаточно долго. Проходит не менее полугода пока новичок постигнет все премудрости, набьет шишки, совершая ошибки, кстати часто трудноисправимые и, что гораздо хуже, приносящие финансовые потери), Именно столько нужно, чтобы в общих чертах разобраться в особенностях и нюансах индустрии гостеприимства и смежных с ней сфер. Не спасает даже опыт предыдущей работы в продажах. Ведь отельный бизнес в значительной степени отличается от других индустрий: особенности продукта, модель продаж и система дистрибуции и т.д. Все это требует от нового сотрудника глубоких знаний и понимания специфики гостиничного бизнеса, рынка, клиентской базы отеля, сегментации, ценообразования и так далее.

Есть несколько способов решить достаточно трудную задачу, **как сократить время адаптации нового сотрудника и получить результаты работы сейчас, а не через полгода или год.**

1. Руководитель сам может выделять время в своем и без того загруженном до отказа рабочем графике и ежедневно проводить занятия, освещая определенную тему. На практике это трудно выполнимо. Сказывается непредсказуемость отельного бизнеса. Обязательно произойдет что-то незапланированное, срочное и требующее немедленного внимания. Причем клиент всегда имеет приоритет.
2. Есть возможность организовать программу наставничества, попросить опытного сотрудника «взять шефство». Достаточно хороший способ, но требует затрат итак ограниченных ресурсов вашего отдела, отвлекая опытного сотрудника от генерирования выручки. Кроме того, не исключены нежелательные ошибки.
3. Можно пойти по пути наименьшего сопротивления и использовать правило брошенного в воду щенка: «захочет выжить – научится плавать». Этот путь обычно очень дорог – ошибки стоят денег.

Гораздо более эффективный способ – пройти наш курс «Основы продаж в гостиничной индустрии: что нужно знать и уметь, чтобы стать профессионалом».

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕТ ЭТА ПРОГРАММА

- частые ошибки в общении с клиентами и партнерами, приводящие к финансовым потерям
- репутационные риски бизнеса в результате некомпетентности сотрудников
- отсутствие или недостаток собственных ресурсов для обучения нового сотрудника

ЦЕЛЬ КУРСА

- Сократить время адаптации и способствовать быстрому вовлечению нового сотрудника в процесс продаж
- Повысить эффективность работы и увеличить приносимую новыми сотрудниками выручку
- Высвободить ресурсы отдела продаж для других неотложных задач

РЕЗУЛЬТАТ

Изучив основы индустрии гостеприимства и путешествий, участники смогут:

- Увеличить продажи за счет понимания ценности предлагаемого продукта для разных категорий клиентов
- Сократить финансовые потери отеля за счет сокращения количества грубых ошибок
- Снизить репутационные риски отеля за счет уверенного и профессионального общения с клиентами и партнерами
- Повысить свою эффективность за счет оптимального процесса продаж и умения расставлять приоритетов

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

- ⇒ Продажи в гостиничной индустрии. Основные понятия и определения
- ⇒ Задачи отдела продаж в отеле, функции менеджера по продажам, необходимые компетенции
- ⇒ Особенности гостиничного продукта. Клиент, его потребности. Элементы создания ценности
- ⇒ Сегментация бизнеса в отеле, проблемы и решения. Особенности работы с различными сегментами. Целевые сегменты
- ⇒ Каналы продаж в отеле. Посредники и их роль
- ⇒ Ценообразование в отеле. Динамическое ценообразование, плюсы и минусы
- ⇒ Процесс продаж: как выстроить эффективные продажи и управлять ими

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- ✓ новые менеджеры по продажам
- ✓ сотрудники отделов продаж и маркетинга без предыдущего опыта работы в продажах и/или индустрии гостеприимства
- ✓ все, кто планирует заниматься продажами в отеле

ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ

- 2х-дневный практический тренинг-семинар
 - длительность 16-18 часов (2 дня)
 - количество человек в группе – не более 15 человек
- Онлайн курс 16-18 занятий
 - длительность от 1,5 до 2 месяцев (каждое занятие по 60-90 минут + домашние задания от 40 до 90 минут, финальный тест около 60 минут)
 - количество человек в группе – от 2 до 10 человек

[Ознакомиться с программой на сайте](#)