



Foto: © berekin - iStockphoto.com

Ein glücklicher Unternehmer – mit gutem und strategisch orientiertem Vertrieb ist das kein Hexenwerk.

VERTRIEBSPLANUNG

„DER VERTRIEB IST UNVERZICHTBARER BESTANDTEIL IM UNTERNEHMENSALLTAG“

Im Gastgewerbe gibt es noch immer viele Unternehmer, die sich um den Vertrieb nicht genügend Gedanken machen und sich auch nicht wirklich auskennen. Das kann den Geschäftserfolg gefährden, denn ohne strukturiertes und individuell passendes Verkaufskonzept können sie ihre Zielgruppen nicht umfassend und dauerhaft erreichen. Doris Berendes von Berendes Vertrieboptimierung erklärt, worauf es ankommt.

Heute kommt kein Unternehmen mehr ohne professionellen Vertrieb aus. Das gilt auch für Hotellerie und Gastronomie. Die Zeiten, in denen die schlichte Existenz eines Betriebs (natürlich in Kombination mit ordentlicher Qualität und vernünftigem Service) mehr oder weniger ausreichend war, um Gäste zu gewinnen, sind vorbei. Schließlich ist heute zum einen die Auswahl durch den immer breiter werdenden Wettbewerb viel größer; und zum anderen müssen Hotels und Gaststätten darauf achten, ihre echten Zielgruppen zu erreichen, wollen sie dauerhaft erfolgreich am Markt agieren. Nicht jedes Angebot ist für jeden Gast geeignet, und es kommt darauf an, sich strategisch bei den Gruppen zu positionieren, die für das Konzept eines Betriebs besonders empfänglich sind beziehungsweise sein könnten. „Und diese

Kunden muss der Unternehmer dann durch gezielte und individuell passende Vertriebsmaßnahmen erreichen. Er muss sich sagen: „Kunde, ich bekomme dich“ und dann für dieses Ziel ein ganzheitliches Vertriebskonzept aufbauen“, sagt Doris Berendes. Die Inhaberin von Berendes Vertrieboptimierung kann auf viele Jahre Vertriebs- und Führungserfahrung in der internationalen Hotellerie zurückblicken und berät und begleitet seit einigen Jahren vor allem familiengeführte Häuser bei allen Fragestellungen rund um die Vertrieboptimierung.

Die gelernte Hotelkauffrau hat festgestellt: „Es gibt immer noch viele Unternehmer und Führungskräfte im Gastgewerbe, die sich um den Vertrieb nicht genügend Gedanken machen und sich auch nicht wirklich auskennen.“ Dabei sei der Vertrieb aber

heute eben ein unverzichtbarer Bestandteil im Unternehmensalltag. So könne sich der Vertrieb beispielsweise auf Betreuung und Ausbau der Bestandskunden konzentrieren und Neukundenakquise bei Unternehmen, Seminarveranstaltern, Agenturen und Privatreisenden betreiben. „Zu einem richtigen Vertriebskonzept gehört aber auch, neue Vertriebswege zu erschließen, um das Objekt immer wieder neuen Zielgruppen zu präsentieren. Das können beispielsweise Möglichkeiten zur preiswerten Anzeigenschaltung sein oder auch Internetportale, in deren Kunden-Newsletter das jeweilige Objekt dargestellt und beworben wird“, erläutert Doris Berendes, die in ganz Deutschland gastgewerbliche Unternehmer betreut.

Eines dieser Unternehmen ist das Landhotel Albers im Sauerland. Dort hat Doris



Foto: Berendes Vertrieboptimierung

Doris Berendes, Inhaberin von Berendes Vertrieboptimierung

Berendes ihre Vertrieboptimierung von Anfang bis Ende eingesetzt und begleitet das Haus auch weiterhin regelmäßig. Mit Erfolg, wie der Inhaber Hermann-Josef Albers zu berichten weiß. „Meine Frau und ich sind sehr stark in den Betrieb eingebunden, sowohl in Küche und Service als auch im Büro. Dadurch fehlt die Zeit, sich mit dem Vertrieb auseinanderzusetzen.

Wir als Hoteliers kümmern uns eben um die Gäste, die im Hotel sind – und haben nicht genügend Kenntnisse, neue Gäste in den Betrieb zu holen, schon gar nicht über die Online-Kanäle. Da sind wir und viele andere Häuser einfach nicht gut aufgestellt, unsere Leistung kommt bei den potenziellen Gästen nicht an“, sagt der Inhaber des Schmallenberger Hauses. Deshalb hatten sich Hermann-Josef und Kirsten Albers dazu entschlossen, Doris Berendes in ihr Landhotel zu holen. „Gemeinsam mit ihr haben wir vor Ort neue Strukturen eingeführt und vor allem unseren Auftritt auf den wichtigen Verkaufskanälen optimiert. Doris Berendes hat uns gezeigt, wo unsere Probleme liegen und diese mit uns zusammen angepackt. Auch heute noch ist sie regelmäßig bei uns im Haus.“ Das unterscheidet die Vertriebsexpertin von vielen anderen Beratern am Markt. Sie gebe nicht nur Ratschläge auf die Ferne, sondern setze die Maßnahmen gemeinsam mit dem Unternehmer um.

Heute stehe, nach einer schwierigen Zeit, der Betrieb wieder gut da, wie Hermann-Josef Albers betont. „Wir haben dank der Unterstützung wieder Fahrt aufgenommen, da wir ganz neu aufgestellt sind und gehen mit Doris Berendes immer wieder unsere Anforderungen und Themen im Vertrieb durch, um die größtmöglichen Erfolge zu erreichen. Es hat sich für uns wirklich gelohnt, sie zu beauftragen.“

Doch wie funktioniert die Arbeit von Doris Berendes genau? Am Anfang steht für die Vertriebsspezialistin immer die Analyse. „Dabei werden sowohl eigene als auch wettbewerbsbezogene Daten erfasst, und es ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Objekt notwendig. Der Zugang zu relevanten Daten ist dabei grundlegend, um eine umfangreiche Datensammlung erstellen zu können.“ Dazu gehören laut Doris Berendes die Erfassung von Unternehmenszahlen (Durchschnittsbelegung, Durchschnittszimmerpreis, Auslastung in der Woche, Auslastung am Wochenende), das Produkt-

IHR PROFESSIONELLER PARTNER

- RUND 700 FRISCHE PRODUKTE AUS DER OBST- UND GEMÜSEABTEILUNG
- VON KLASSIKERN, WIE ÄPFEL UND BIRNEN ÜBER SAISON- UND REGIONALWARE BIS HIN ZU EXOTEN
- HOHE QUALITÄT UND LECKERE FRISCHE DURCH ENTSPRECHENDE SIEGEL UND PRÜFVERFAHREN
- KOMPETENTE MITARBEITER STEHEN IHNEN BERATEND ZUR SEITE

YOU & SCHAPER
NUR PROFIS VERSTEHEN PROFIS

MORGEN!
Darf es außer dem Salat noch etwas sein, Frau Meier?

TAG!
Gern. Bei so frischen Produkten sage ich nicht Nein. Ich nehme bitte noch Bio-Zitronen und Karotten.

www.ccschaper.de

portfolio, die Preisgestaltung, Mitbewerber (relevante, regionale Mitbewerber), eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie die Kommunikation. Daraus erschafft die Beraterin dann das jeweilige Konzept, in dem sie die Zielgruppen festlegt, anhand dieser Strategie und Positionierung definiert und schließlich die konkreten vertrieblichen Aktivitäten plant. „Je nach bestehenden und gewünschten Zielgruppen müssen immer auch unterschiedliche Instrumente eingesetzt werden, um die Gruppen individuell zu erreichen. Neben der Telefonakquise können dies zum Beispiel Kunden- und Messebesuche sein. Generell gilt: Vertrieb, Marketing und auch PR müssen zusammenspielen.“

Um beim Beispiel des Landhotels Albers zu bleiben: Dieses hat Doris Berendes durch die Vertrieboptimierung online und offline auf relevanten Kanälen (auch im Ausland) sichtbar gemacht, durch gezielte Akquise und Kooperationen Tagungsgäste gewonnen und die Zimmer neu kategorisiert, um die Umsätze zu erhöhen. „Wen wollen wir haben?“ Diese Frage haben wir beantwortet und dann alle Aktivitäten darauf abgestimmt.“ Das habe zu großem Erfolg und einer dauerhaften Steigerung der Belegung geführt, und im Landhotel Albers gehöre Vertrieb jetzt zum festen Tagesgeschäft. „Vertrieb ist immer eine strategische Angelegenheit, die dauerhaft in den allgemeinen Unternehmenserfolg einfließt. Es geht mir nie darum, mit meiner Vertrieboptimierung nur kurzfristig die Auslastung zu erhöhen“, sagt Doris Berendes, die immer auch die weitere Begleitung aller Maßnahmen im Blick hat. „Ich setze immer mit um und bin bei den vertrieblichen Aktionen mit dabei.“ Ihr sei wichtig, den Unternehmer nicht alleine zu lassen, nachdem sie das Konzept entwickelt habe, betont Doris Berendes.

Sie will den Unternehmer und sein Team im Vertrieb fit machen, sodass er langfristig alle Aktionen alleine steuern und umsetzen kann. Dafür bietet Doris Berendes auch Schulungen etwa im Telefonverkauf an. „Der Vertrieb ist für viele Hoteliers ein schwieriger Punkt. Ich möchte ihnen Strategien und Konzepte an die Hand geben, damit sie am Markt erfolgreich agieren können. Vertiefte Kenntnisse und das ständige Dranbleiben sind entscheidend, um dauerhaft in allen Segmenten die richtigen Schritte zu unternehmen.“

> Patrick Peters



TripAdvisor hat mit TripConnect ein neues Tool aufgelegt, um den Direktvertrieb für Hotels noch einfacher zu machen.

Fotos: TripAdvisor

DIREKT BUCHEN – ÜBER DIE REISEPLATTFORM

Viele Reisende nutzen Bewertungsplattformen wie TripAdvisor, um sich über Hotels zu informieren. Bislang mussten sie dann aber Umwege gehen, um ein Zimmer tatsächlich auch buchen zu können. TripAdvisor hat dafür jetzt ein neues Tool aufgelegt, um den Direktvertrieb für Hotels noch einfacher zu machen.

Es ist eine Binsenweisheit: Wer seine Hotelzimmer erfolgreich verkaufen will, muss auch im Internet in den verschiedenen Kanälen immer präsent sein. Eine gute Website ist ein Anfang, aber nicht das Alleinseligmachende – denn es gibt eine Vielzahl anderer Tools, die Hoteliers beim Online-Vertrieb unterstützen. Ganz neu auf dem Markt ist das Programm „TripAdvisor Instant Booking“ des gleichnamigen Hotelbewertungsportals.

In aller Kürze beschrieben ist TripAdvisor Instant Booking ein Feature, das Nutzern der Reiseplattform für den Zugriff aus der

mobilen TripAdvisor-App oder über die Website zur Verfügung steht und es ihnen erlaubt, schnell und unkompliziert eine Hotelreservierung über das Hotel oder einen OTA-Partner (Online Travel Agency – Online-Buchungsplattform) abzuschließen – und zwar ohne die TripAdvisor-Webseite zu verlassen. Wie gewohnt wird der Kunde weiterhin die Buchung direkt beim Hotel oder OTA abschließen, das Tool verbindet den potenziellen Gast mit dem Anbieter.

„Ziel ist es, das Buchungserlebnis für den Kunden zu verbessern und Brüche und Weiterleitungen im Buchungsprozess zu verhindern, indem Reisende eine Buchung tätigen können, ohne TripAdvisor zu verlassen“, sagt Territory Manager Tom Breckwoldt. „In unseren Augen ist der derzeitige Ablauf mit den Partner-Seiten vor allem im mobilen Zugriff nicht komfortabel genug, wenn Nutzer sich durch unterschiedliche Buchungsoptionen klicken möchten. Daher denken wir, ist es unumgänglich, Reisenden besonders auf dem Mobiltelefon eine bessere und komfortablere Lösung anzubieten.“

Wichtig für TripAdvisor: Die Plattform selbst wird durch Instant Booking nicht



Tom Breckwoldt, Territory Manager T4B DACH-Region bei TripAdvisor