

Beratungs- und Angebotshonorar

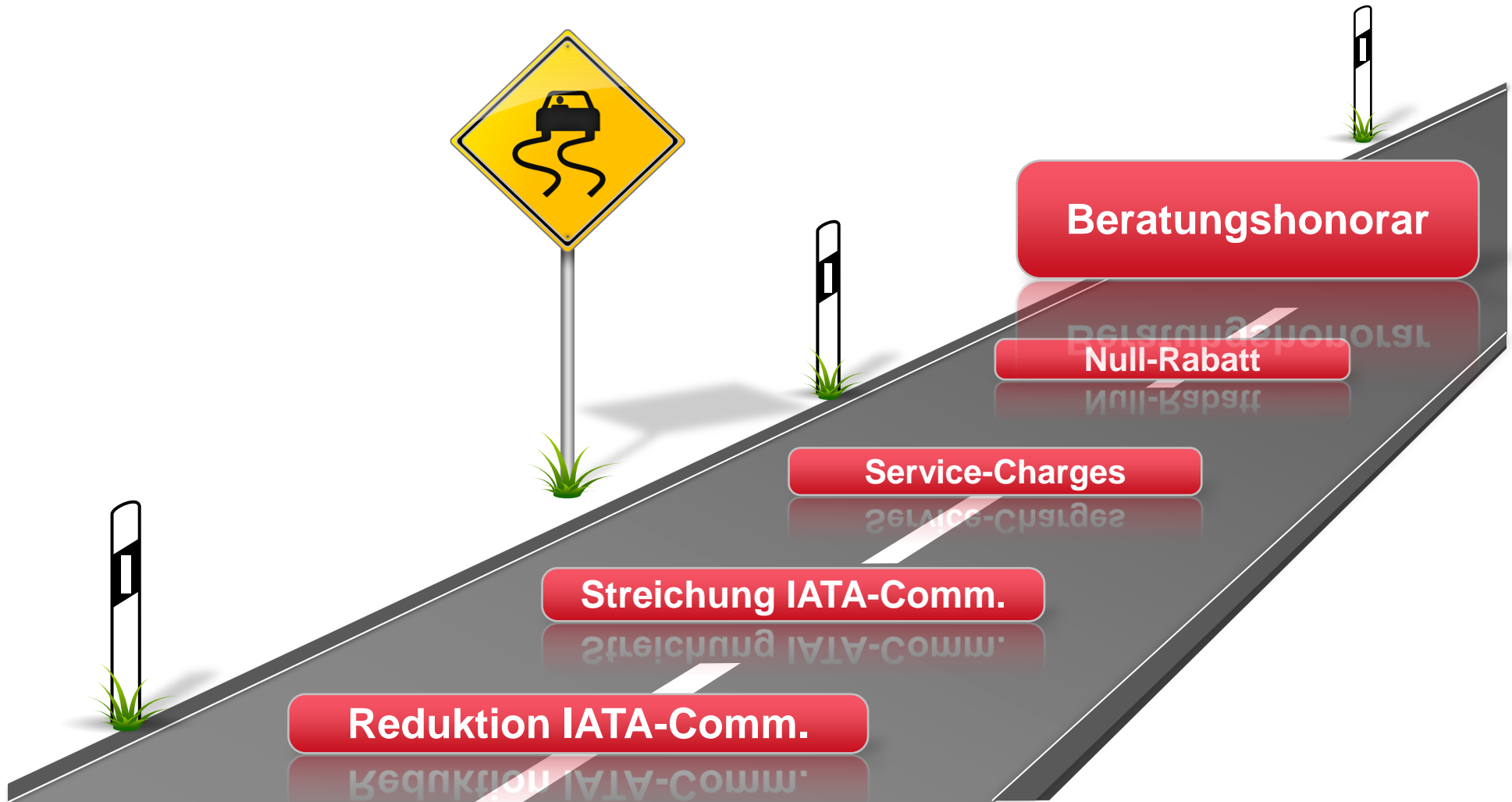
... höchste Zeit für die Weiterentwicklung
unserer Businessmodelle



Das Beratungshonorar will pfiffig argumentiert sein.
Und ist nur mit qualifizierten Mitarbeitern gerechtfertigt,
die den Mehrwert des Reisebüros darstellen können.

Elo Resch-Pilcik

wir bleiben auf Linie



verschwendete Beratung = verschwendete Ressource



Follow-up von Face-to-Face-Beratungen:

„Wir bedanken uns für Ihre gute Beratung, haben aber der Einfachheit halber am Wochenende übers Internet gebucht!“

„Wir haben diesmal woanders gebucht, das nächste Mal kommen wir aber sicher zu Ihnen!“

„Ich habe zwar bei Ihnen die beste Beratung bekommen, nachdem aber preislich kein Unterschied war, habe ich wieder in meinem alten Büro gebucht“.

53 % lassen sich nur beraten, kaufen aber nie!

Was wollen wir in Zukunft reduzieren, um mehr Zeit für potentielle Kunden zu gewinnen?



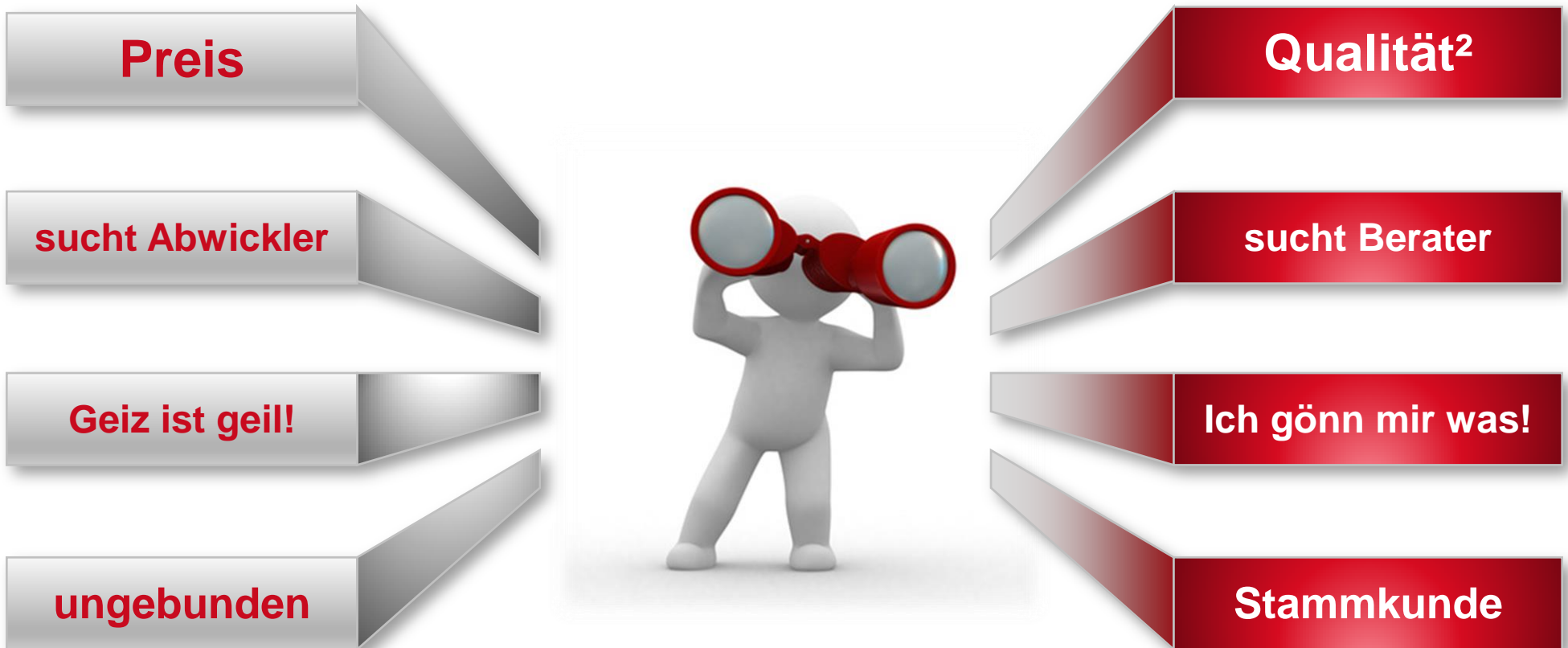
- Mrs. & Mr. Shopper
- Mrs. & Mr. Kost fast nix
- Mrs. & Mr. Wishful Thinking
- Mrs. & Mr. Planning Forever
- Mrs. & Mr. Just Look – No Book

53 % lassen sich nur beraten, kaufen aber nie!

Beratungsaufwand steigt



Welche Kunden fokussieren wir? Wo liegen die Überlebenschancen des Reisebüros?



Verlust der Mitte

Fakten und Ausgangssituation

- Stammkunde zahlt **nicht** mehr wie bisher.
- Wir werden effizienter durch die Reduktion der Zeitfresser.



Nicht die Mehreinnahme ist das vorrangige Ziel, sondern

- die Steigerung unserer Effizienz (gleich viel Arbeit – mehr Umsatz)
- mehr Zeit für potentielle Kunden und Kundenbindung
- Reduktion der Marketingkosten durch Empfehlungsnetzwerke

**Mehr-Umsatz und -DB sind nicht das Ziel,
sondern das Ergebnis.**

Konzept: 1 Trainingstag Beratungshonorar

Ängste reduzieren

- Leistungsbewusstsein
- In welchen Branchen ist es Kunde gewohnt?
- chronische Besorgnis von Reisebüroberatern (Eintrittswahrscheinlichkeit)

Gew. 10 %

Wichtigkeit erklären

- betriebswirtschaftlich
- Kundenbindung
- Stress-Reduktion

Gew. 10 %

konkrete Umsetzung



- Beispiele > Üben
- Vorteile des Reisebüros klar herausstreichen
- Transport der Beratungsleistung
- Transport der Komplexität von Reisen
- Killerphrasen

Gew. 80 %

Auf los geht's los ...

durch Beratungshonorar ...

- ... Zeitkiller reduzieren
- ... Abschlussquoten steigern
- ... mehr Zeit und Qualität für Stammkunden
- ... Beratungsdiebstahl reduzieren
- ... Deckungsbeiträge erhöhen



Wir sind bereit und warten auf Ihr Startsignal!