

CROSS SELLING I UP SELLING USŁUG GASTRONOMICZNYCH

Szkolenie ma przybliżyć uczestnikom zagadnienie psychologii sprzedaży ze szczególnym naciskiem na up-selling i cross-selling w restauracji.

CELE SZKOLENIA:

- wykształcenie lub przebudowa wzorców myślenia o sobie, swoim hotelu i jego usługach;
- określenie dotychczasowych wzorców relacji z gośćmi i identyfikacja obszarów wymagających zmiany;
- opanowanie techniki prezentowania korzyści;

KORZYŚCI ZE SZKOLENIA :

Uczestnicy nauczą się:

- na ile można, należy kontrolować przebieg rozmowy, ile inicjatywy pozostawić gościom;
- w jaki sposób pozytywnie i z korzyścią dla siebie wykorzystywać obiekcje rozmówcy;
- jak odmawiać potencjalnym klientom (kiedy jest to zasadne) nie tracąc szansy na przyszły rozwój relacji;

EFEKT:

- Zwiększenie wysokości rachunków.
- Wyższe marże restauracji.

Program:

1. Podstawowy cel każdej firmy.
2. Rola kelnera.
3. Kelner w Hotelu Ritz (studium przypadku)
 - procedury
 - dbałość o komfort klienta
 - właściwy język w rozmowach z klientami
 - spełnianie potrzeb klientów
 - godność kelnera
 - sytuacje trudne.
4. Co wpływa na skuteczną sprzedaż.
5. Bariery w procesie sprzedaży.
6. Przenoszenie emocji.
7. Omówienie potrzeb klienta.
8. Pytania otwarte, sposób na poznanie potrzeb (ćwiczenie).
9. Dobór odpowiedzi na poszczególne potrzeby (ćwiczenie).
10. Przygotowania do pracy z gościem.
11. Różnice pomiędzy klientami (ćwiczenie).
12. Sprzedaż w restauracji to praca zespołowa.
13. Red Hot Chilli Diament w Hotelach Diament – sugestywna sprzedaż, to naprawdę działa (studium przypadku).
14. Sprzedaż krzyżowa – cross selling.
15. Wprowadzenie do procesu up-selling.
16. Trzy podstawowe błędy.
17. Obrazowe opisy – korzyść dla klienta (ćwiczenie).
18. Elementy sprzedaży w restauracji. Up-selling (ćwiczenie):
 - napoje
 - przystawki
 - uzupełnienia
 - desery
 - zyskowe pozycje
 - wino
 - zestawy.
19. Samodoskonalenie w procesie up-selling