

SPRZEDAJ 100 BUTELEK WINA PODCZAS ROZMÓW PRZEDPRZYJAZDOWYCH!

5 prostych kroków, aby sprzedawać więcej
wina i zwiększyć przychody w hotelu



HISHOO



Ferie to doskonała okazja dla hoteli, aby zwiększyć przychody dzięki upsellingowi.

Sprzedaż 100 butelek wina **w trakcie rozmów przedprzyjazdowych** jest nie tylko możliwa, ale również może podnieść jakość pobytu gości.





KROK 1:

WYBIERZ GRUPĘ GOSCI



Przed wykonaniem rozmów upewnij się, że skupiasz się na gościach, którzy najchętniej zakupią wino. Wykorzystaj dostępne dane, aby:

- **Sprawdzić pakiet pobytowy:** Zidentyfikuj gości, których pakiety nie obejmują już wina.
- **Profile gości:** Skup się na parach bez dzieci, które częściej kupują wino i przekąski.
- **Typ pokoju:** Goście, którzy zarezerwowali pokoje o wyższym standardzie, są idealnymi kandydatami na oferty typu premium, takie jak wino.
- **Specjalne okazje:** Wykorzystaj dane z CRM, aby znaleźć gości świętujących rocznice, święta lub inne wydarzenia specjalne.
- **Historia zakupów:** Wyróżnij powracających gości, którzy wcześniej kupili wino lub korzystali z restauracji.

Dzięki tym informacjom możesz spersonalizować każdą rozmowę i zaprezentować wino jako dodatek podnoszący jakość ich pobytu.



KROK 2:

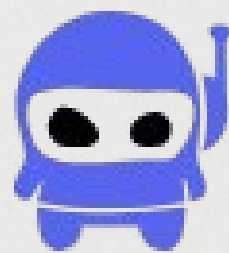
STWÓRZ SPECJALNĄ OFERTĘ



Przygotuj ofertę wina, która wydaje się ekskluzywna i dodaje wartość.

- **Wybierz wina:** Wybierz 2-3 pozycje wcześniej wycenione na około 120 PLN za butelkę.
- **Cena promocyjna:** Zaproponuj rabat 20%, np. 96 PLN za butelkę.
- **Limitowana oferta:** Podkreśl, że ta cena jest dostępna tylko podczas rozmowy telefonicznej.
- **Wybór dla gościa:** Zaprezentuj dwie opcje, np. czerwone i białe wino, uwzględniając cenę standardową i promocyjną.
- **Rozszerz ofertę:** Jeśli goście zdecydują się na butelkę, zasugeruj dodatkowe pozycje, takie jak deski serów, wędliny lub desery w specjalnych cenach.

Przedstaw tę ofertę jako ekskluzywną i limitowaną, co zwiększa poczucie wyjątkowości i pilności.



KROK 3:

ZAPEWNIJ ZESPOŁOWI NARZĘDZIA

Twój zespół sprzedaży musi być pewny siebie i posiadać odpowiednie umiejętności upsellingu. Zapewnij im:

- **Skrypty i kluczowe punkty:** Skoncentruj się na rozmowach prowadzonych przyjaznym i naturalnym językiem.
- **Wiedzę produktową:** Upewnij się, że znają szczegóły win, ich nuty smakowe i dlaczego są wyjątkowe.
- **Techniki radzenia sobie z obiekcjami:** Przeszkol personel, jak reagować na odpowiedzi typu „Nie jesteśmy wielbicielami wina”, sugerując alternatywy bezalkoholowe lub podkreślając wino jako opcję prezentową.

Z tymi wyzwaniem **poradzi** **tobie Hishoo**, dzięki czemu nawet najmniej doświadczeni pracownicy osiągną świetne wyniki.

Hishoo AI zapewnia podpowiedzi w czasie rzeczywistym podczas rozmowy, pomagając zespołowi zachować spójność i dostosować podejście w celu zwiększenia skuteczności.



KROK 4:

WYKONAJ ROZMOWY



Zaplanuj rozmowy strategicznie:

- **Czas:** Dzwon 7-14 dni przed pobytem, gdy goście finalizują plany świąteczne.
- **Personalizacja:** Używaj imion gości, odnoś się do ich poprzednich pobytów i dostosowuj ofertę do ich preferencji.
- **Zachęty:** Wspomnij o dodatkowych korzyściach, takich jak bezpłatne dostarczenie wina do pokoju lub dołączenie bilecika świątecznego.

Hishoo AI wspiera Twój zespół:

- śledzi wszystkie **etapy rozmowy**, dzięki czemu nic ważnego nie zostanie pominięte podczas połączenia,
- **udziela wskazówki**, jak odpowiadać na trudne pytania klientów
- **generuje podsumowania** rozmów i analizy, które pomagają ulepszyć strategię i wyniki sprzedaży.



KROK 5:

MONITORUJ I OPTIMALIZUJ

Śledź postępy i dostosowuj strategię w razie potrzeby:

- **Wyznacz cele:** Podziel cel na mniejsze, codzienne lub zespołowe (np. 20 butelek tygodniowo).
- **Pętle informacyjne:** Zbieraj opinie od zespołu sprzedaży na temat reakcji gości i dopracowuj swoje podejście.
- **Motywuj zespół:** Oferuj bonusy lub nagrody dla najlepszych sprzedawców, aby utrzymać ich zaangażowanie.

Hishoo AI wspiera Cię w podejmowaniu decyzji:

Dodatkowo, narzędzia analityczne Hishoo dostarczą szczegółowych raportów na temat trendów sprzedaży, pomagając zidentyfikować, co działa, a co należy poprawić.



BONUSOWE WSKAZÓWKI



- **Wykorzystaj atmosferę świąt:** Przedstaw wino jako sposób na uczynienie pobytu jeszcze bardziej niezapomnianym.
- **Opcje prezentowe:** Promuj wino jako prezent dla bliskich, których goście odwiedzą podczas podróży.
- **Możliwości po sprzedaży:** Zachęcaj gości do zakupu dodatkowych butelek podczas pobytu, organizując degustacje lub kolacje degustacyjne.

Dzięki odpowiedniemu przygotowaniu, realizacji i mocy **analiz AI od Hishoo**, sprzedaż 100 butelek wina w trakcie rozmów przedprzejazdowych to łatwy sposób na zwiększenie przychodów i zadowolenie gości.

Na zdrowie i powodzenia w sprzedaży!

Rozpoczniemy rok 2025 z wysokimi dochodami!

BONUS



Zwroty do skryptów rozmów telefonicznych przed przyjazdem gości

- „Panie/Pani [Nazwisko], zauważyliśmy, że zarezerwował/a Pan/i pobyt w naszym hotelu. Czy chciał(a)by Pan/Pani uświetnić swój pobyt butelką naszego wyśmienitego wina?”
- „Przygotowaliśmy specjalną ofertę dla naszych gości w okresie świątecznym. Możemy dodać do Pana/Pani pokoju butelkę wina [Nazwa Wina] w cenie promocyjnej.”
- „Czy planuje Pan/Pani świętować specjalną okazję podczas pobytu? Mamy wspaniałe wina, które mogą uczynić ten czas jeszcze bardziej wyjątkowym.”
- „Nasze wina doskonale komponują się z posiłkami w restauracji hotelowej. Czy chciał(a)by Pan/Pani skorzystać z naszej oferty specjalnej na butelkę wina podczas pobytu?”
- „Podczas pobytu w naszym hotelu można skorzystać z wyjątkowej oferty – butelka wina [Nazwa Wina] z dostawą do pokoju. Czy możemy dodać ją do Pana/Pani rezerwacji?”
- „W ramach naszego pakietu premium oferujemy wino w promocyjnej cenie. Czy chciał(a)by Pan/Pani spróbować [Nazwa Wina] z rabatem 20%?”
- „Wiemy, że święta to wyjątkowy czas. Czy rozważa Pan/Pani zakup butelki naszego wina, która doskonale pasuje do świątecznej atmosfery?”
- „Oferujemy limitowaną ilość butelek naszego najlepszego wina w specjalnej cenie dla naszych gości. Czy chciał(a)by Pan/Pani zarezerwować jedną z nich?”
- „Dla naszych gości przygotowaliśmy niespodziankę – możliwość zakupu wina [Nazwa Wina] w cenie dostępnej tylko podczas tej rozmowy. Czy możemy to zarezerwować dla Pana/Pani?”
- „W ramach przygotowania do Pana/Pani pobytu chcemy zaproponować możliwość wzbogacenia doświadczenia o naszą ofertę win. Czy chciał(a)by Pan/Pani skorzystać?”

Każdy z tych zwrotów podkreśla wyjątkowość oferty i personalizuje podejście, co zwiększa szansę na sprzedaż. Powodzenia!