

«Секреты увеличения продаж дополнительных услуг»

Артем Мачульский, U-PRO Альянс отельеров, 20 Мая 2014



GOLDEN GARDEN
BOUTIQUE HOTEL



***«Любой святой мог творить чудеса,
но лишь немногие из них смогли бы
содержать гостиницу»***

Марк Твен

Extras!



Основные виды дополнительных услуг?

- Питание / Напитки
- Химчистка / Прачечная
- Консьерж (блок услуг)
- Аренда помещений и оборудования
- Телефонные переговоры
- Прочее



"Ф.М. ДОСТОЕВСКИЙ"
РЕСТОРАН



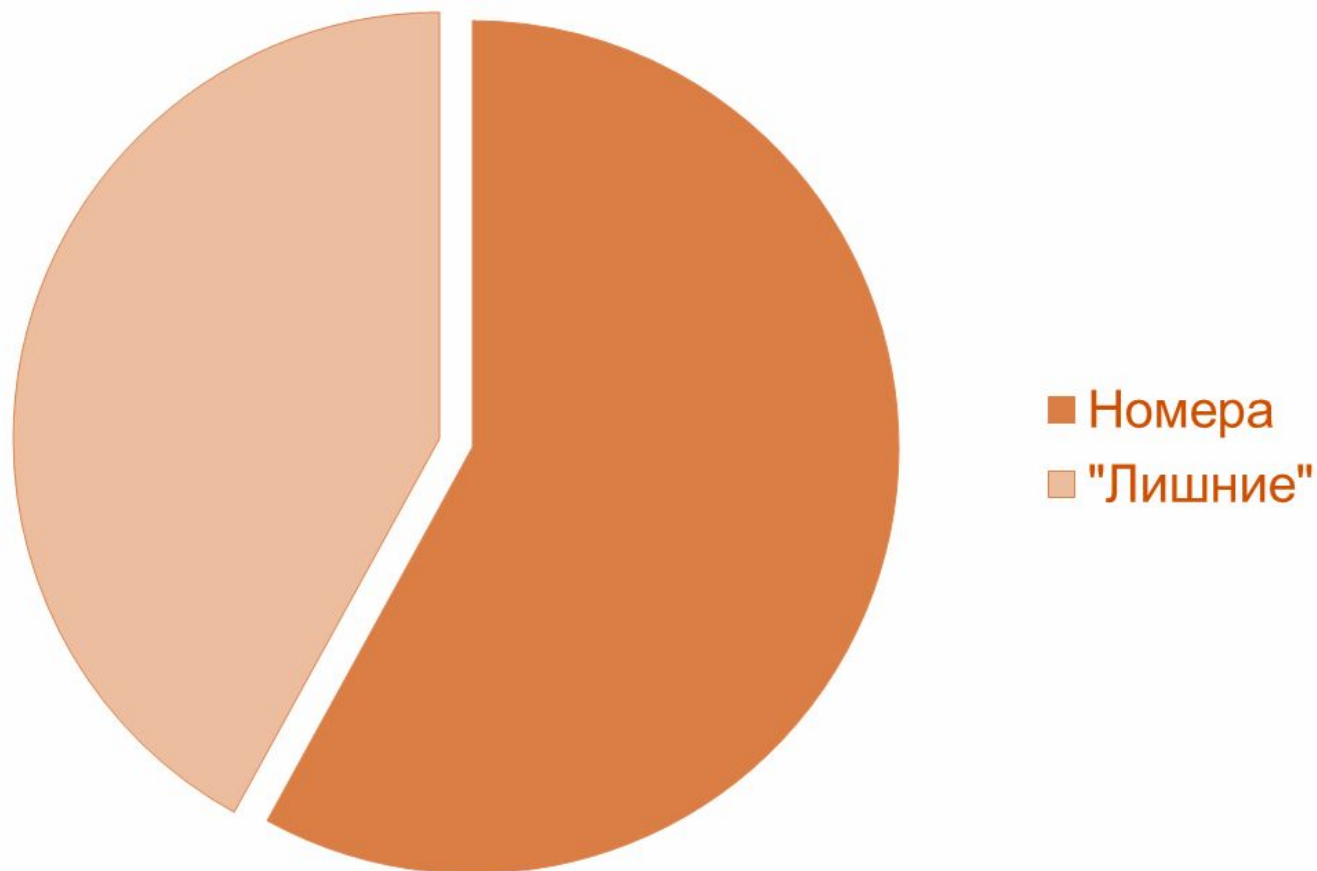
RESOLUTE

CONCIERGE SERVICE

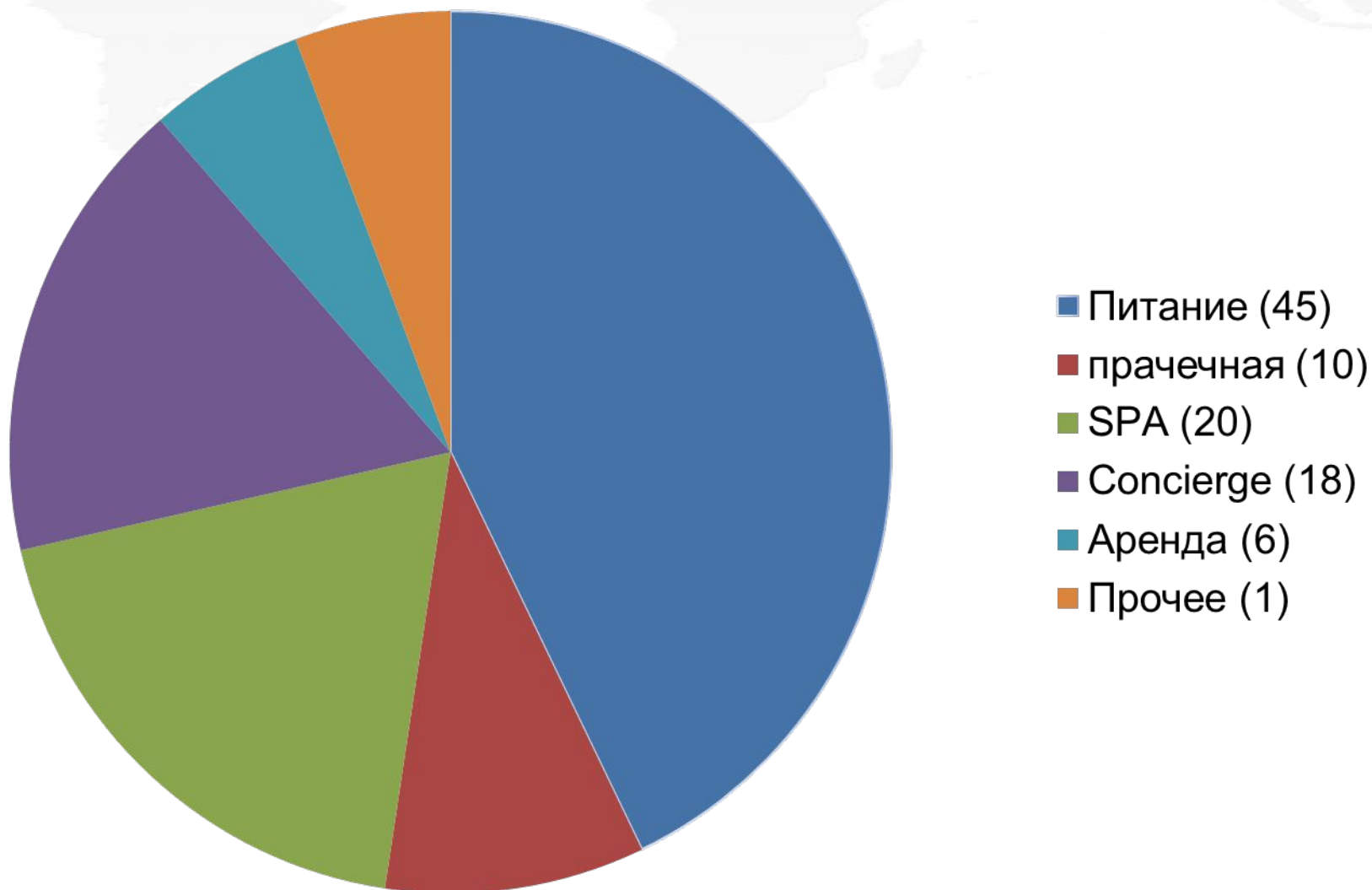


Extra переводится на русский как «Лишний»?

Дополнительные услуги, в зависимости от типа отеля и спектра предлагаемых Extras, могут приносить отелю до 42 % от общего объема доходов!



Внутреннее соотношение



**TOP
SECRET!**

7

**Секретных правил
продаж дополнительных услуг**

**TOP
SECRET!**



Д

О

носите информацию до

ГОСТЯ



Не все гости приезжают к
Вам отель со списком
желаемых
дополнительных услуг



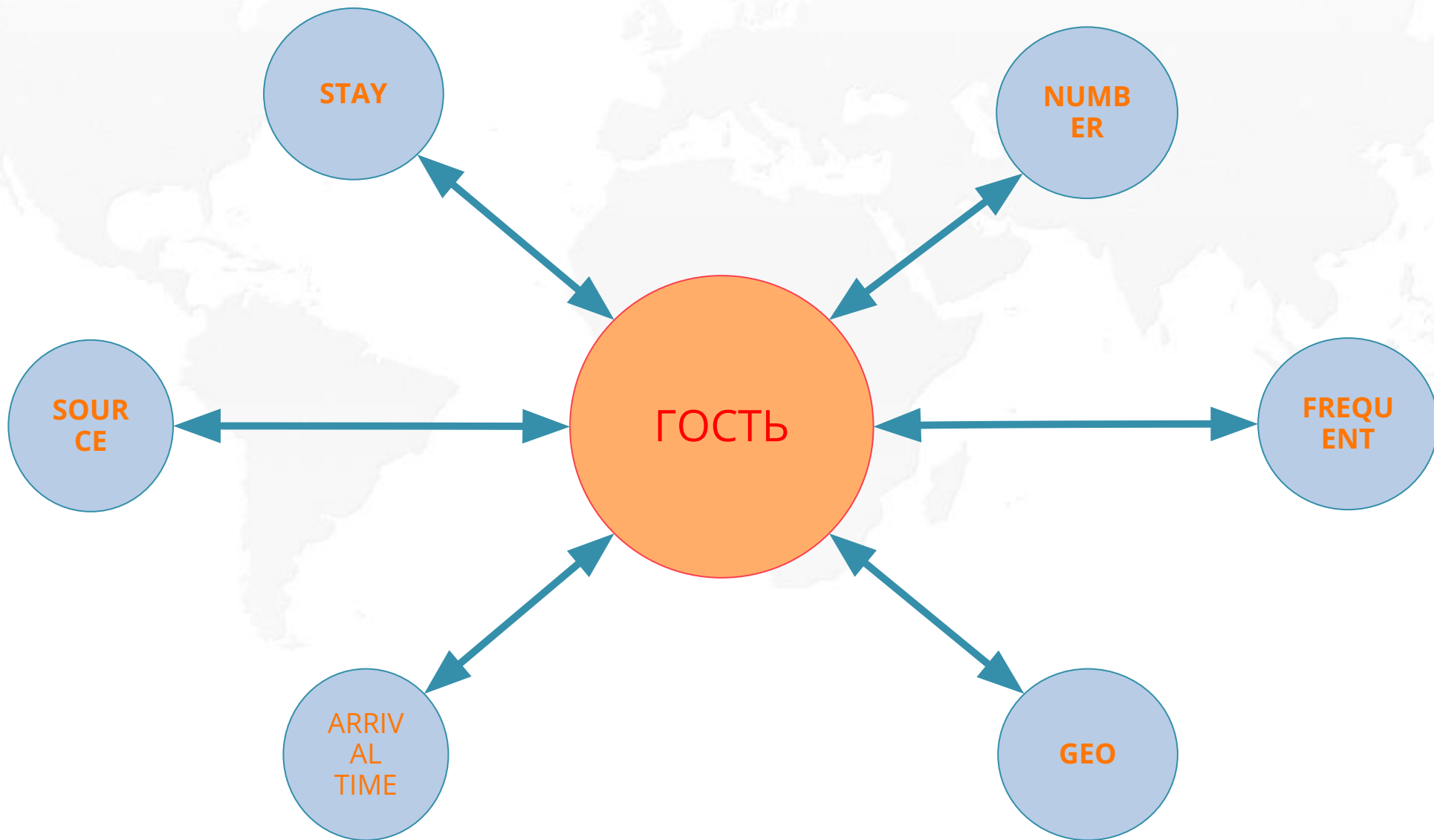


Реагируйте на тип гостя и сезонность



Только определив , какой именно гость перед Вами и что ему нужно, вы выберете правильный путь

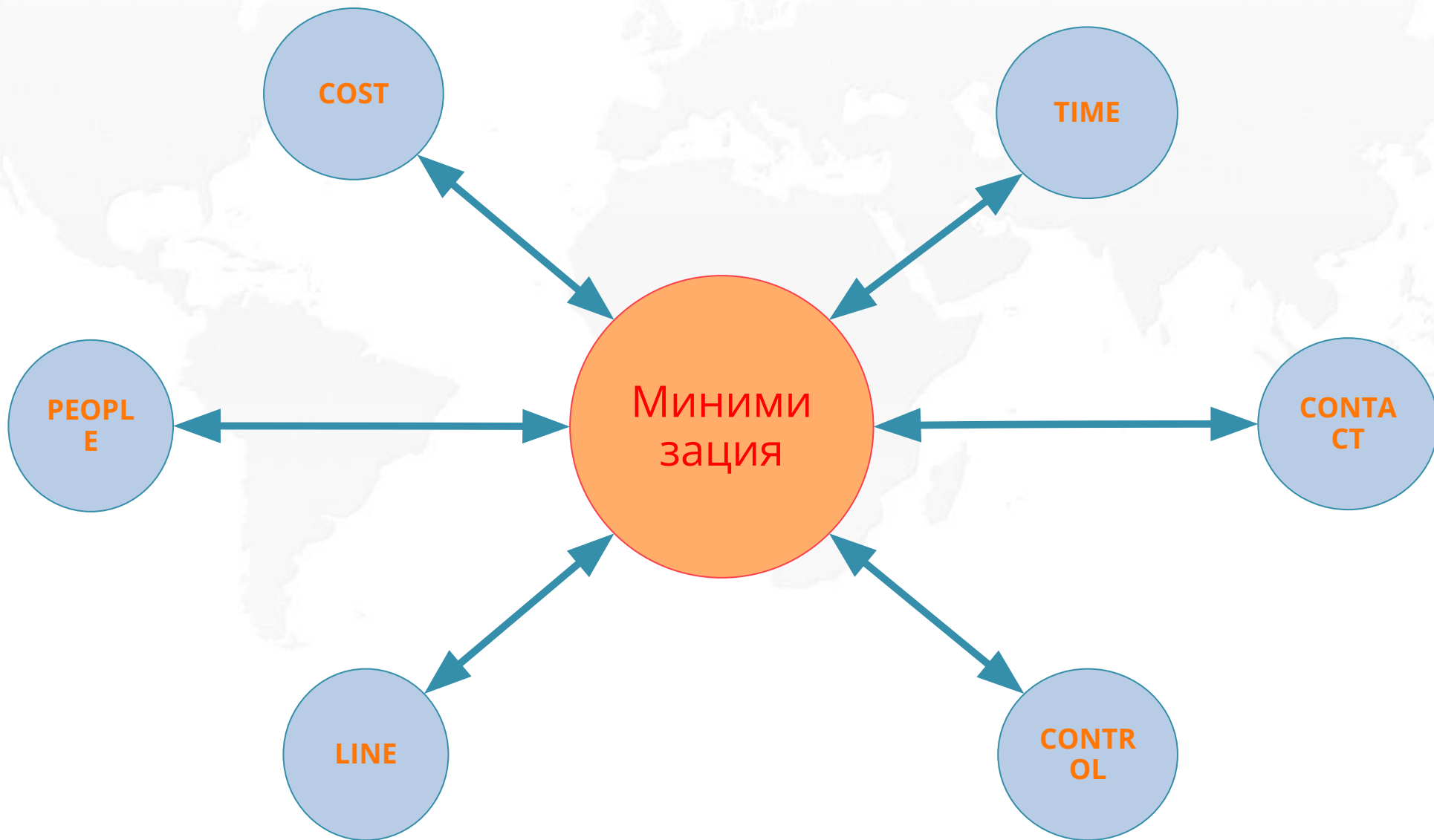




МИнимизируйте

МИнимизируйте и
зарабатывайте больше



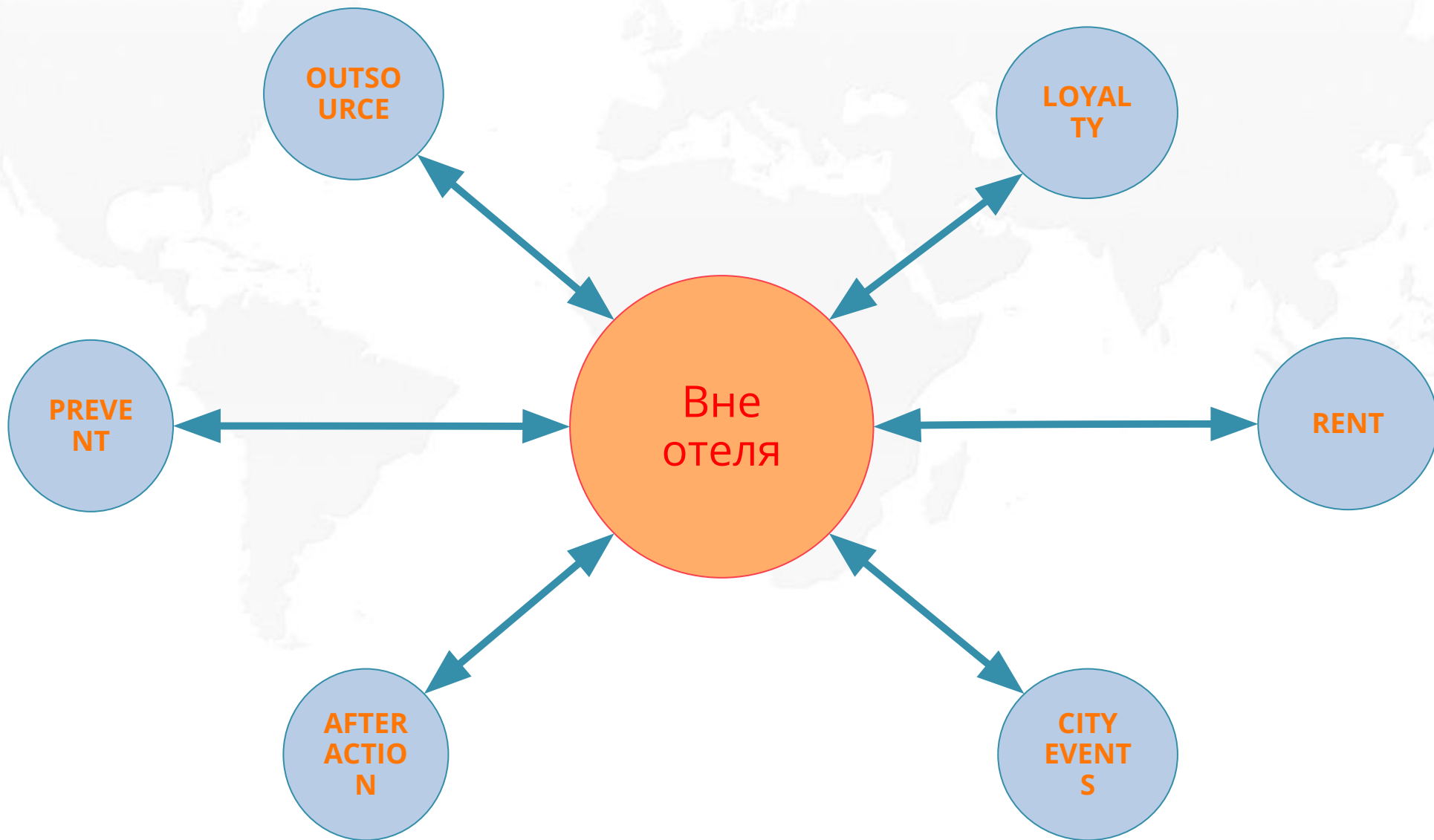


FAR beyond



Ваши возможности продаж лежат далеко за пределами отеля.



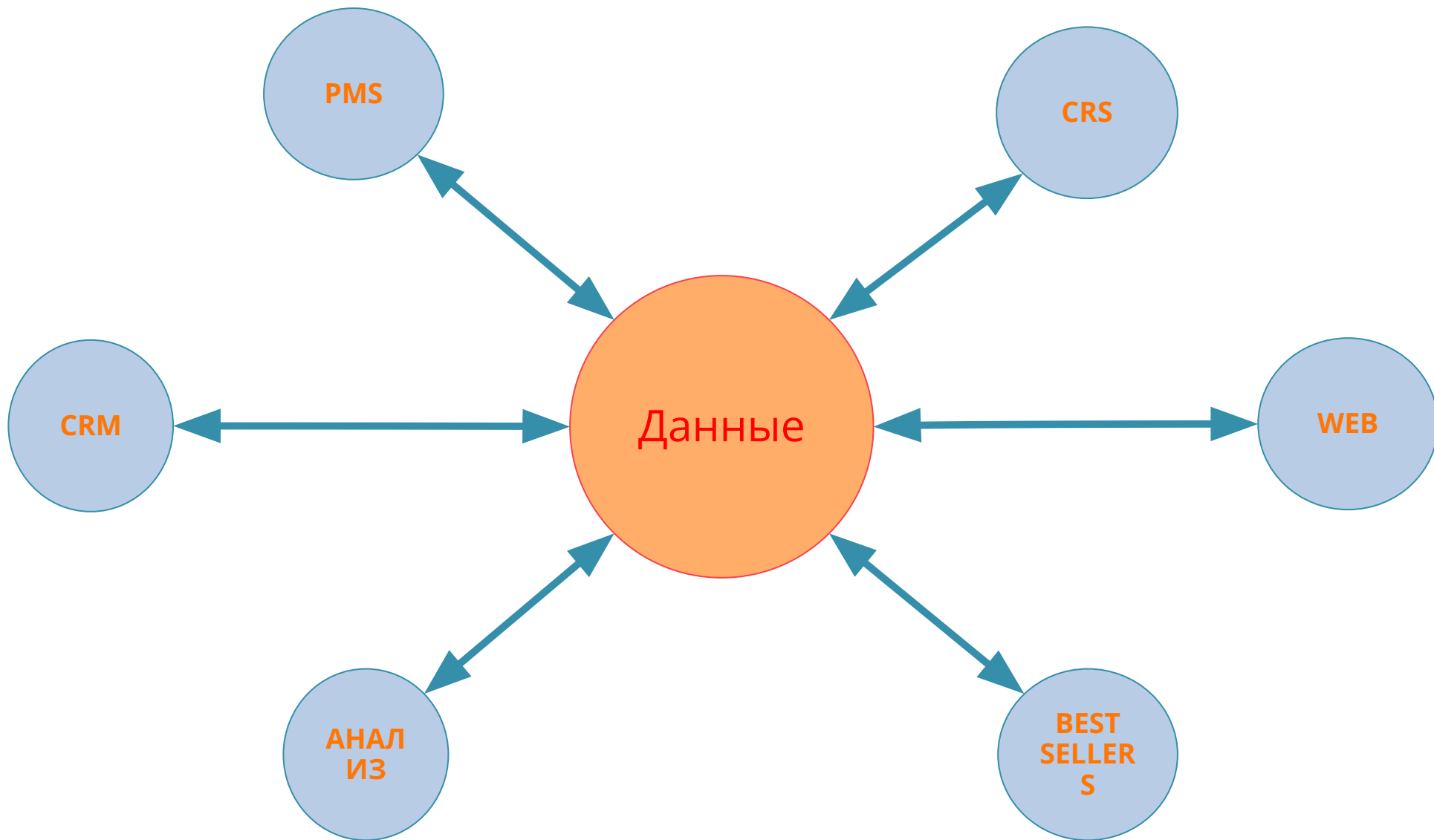


конСОЛидируйте



Накопление и
обработка
информации – залог
успеха!

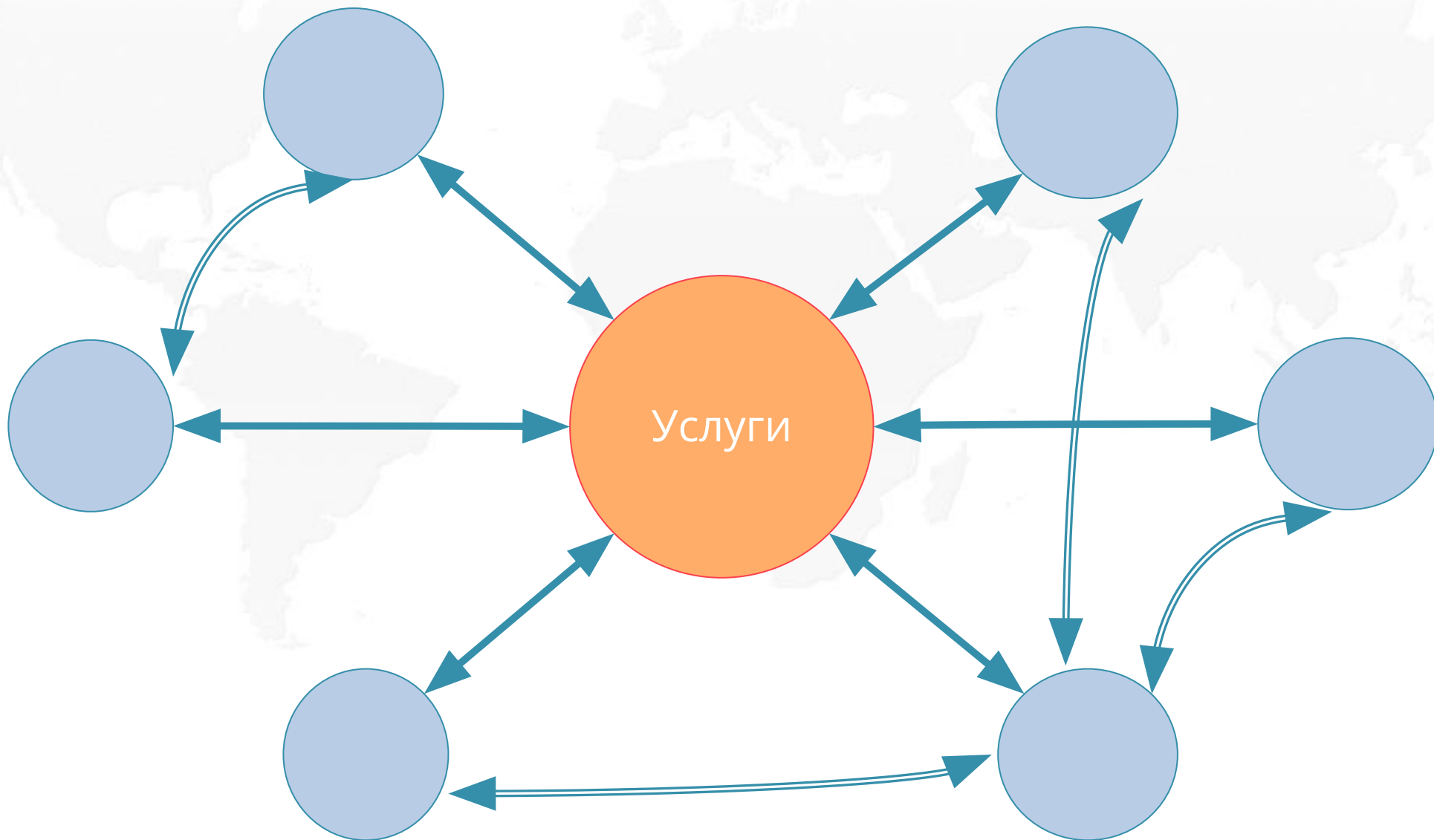




ЛЯМОЧНЫЙ ПРИНЦИП

Лебедь, Рак и Щука
ничего не сдвинули,
потому что тянули
лямки в разные
стороны.





Система мотивации



Мотивируйте и
побеждайте



Продажи как по нотам

ДОносите информацию

РЕагируйте

МИнимизируйте

FAR beyond

кон**СОЛ**идируйте

ЛЯмки

СИстемы

МОТИВАЦИИ



**Спасибо за
внимание.**

Ваши вопросы.

