

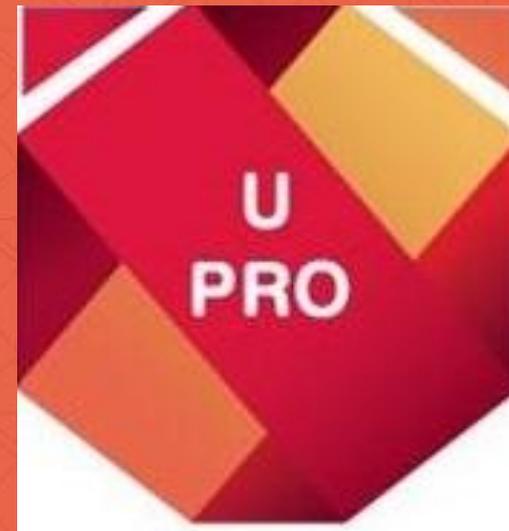
# «Секреты увеличения продаж дополнительных услуг»

---

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



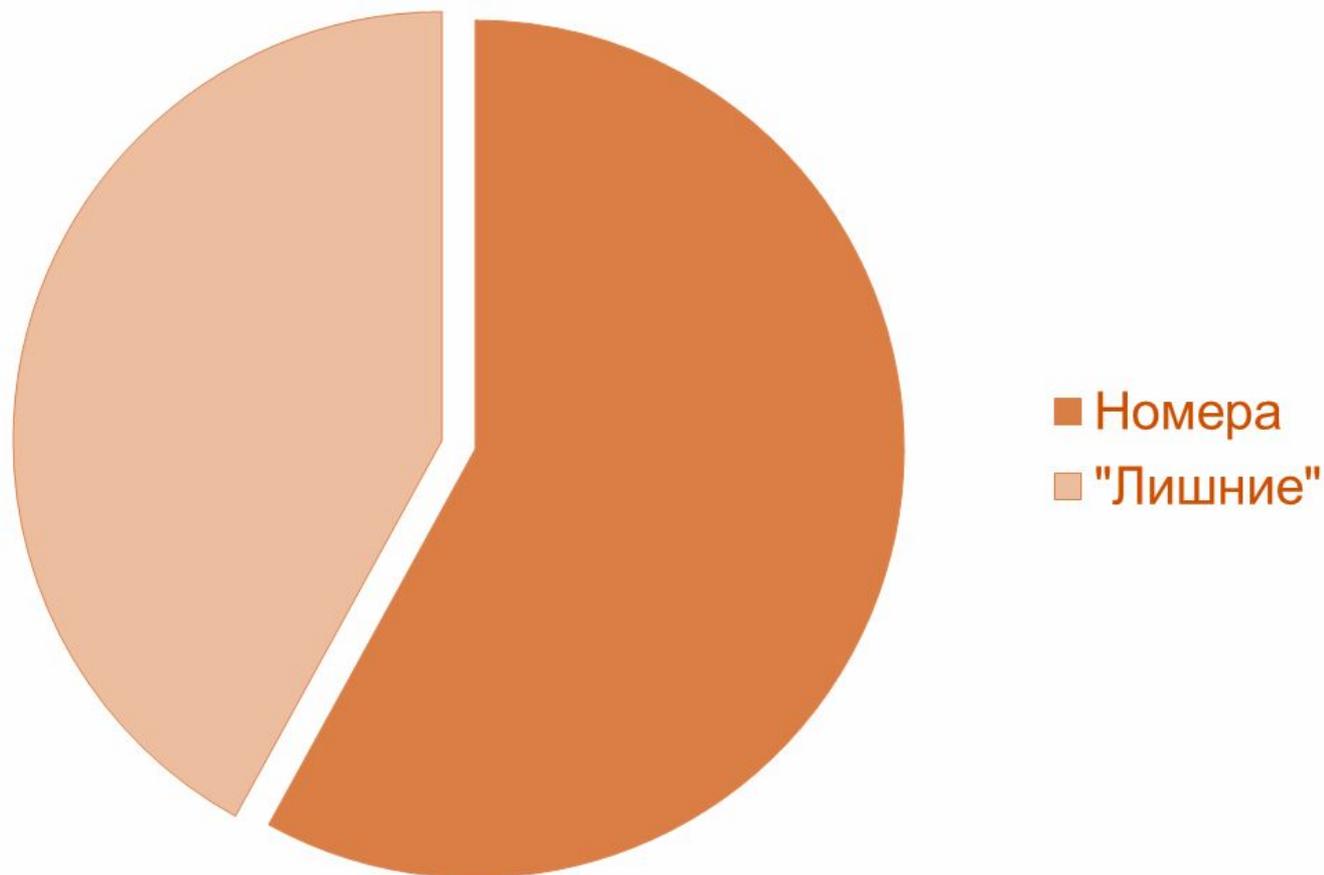
RESOLUTE

CONCIERGE SERVICE

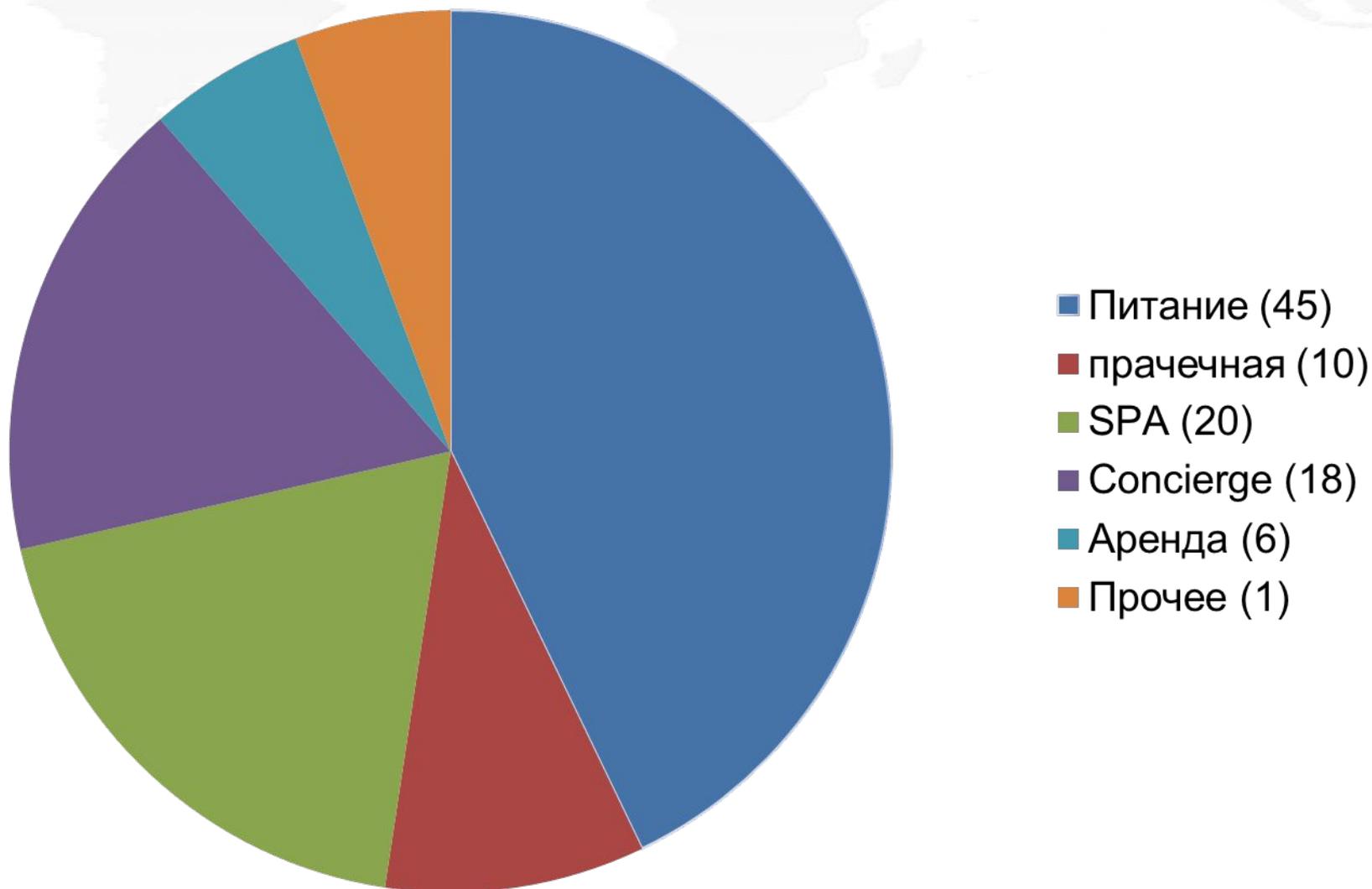


## Extra переводится на русский как «Лишний»?

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



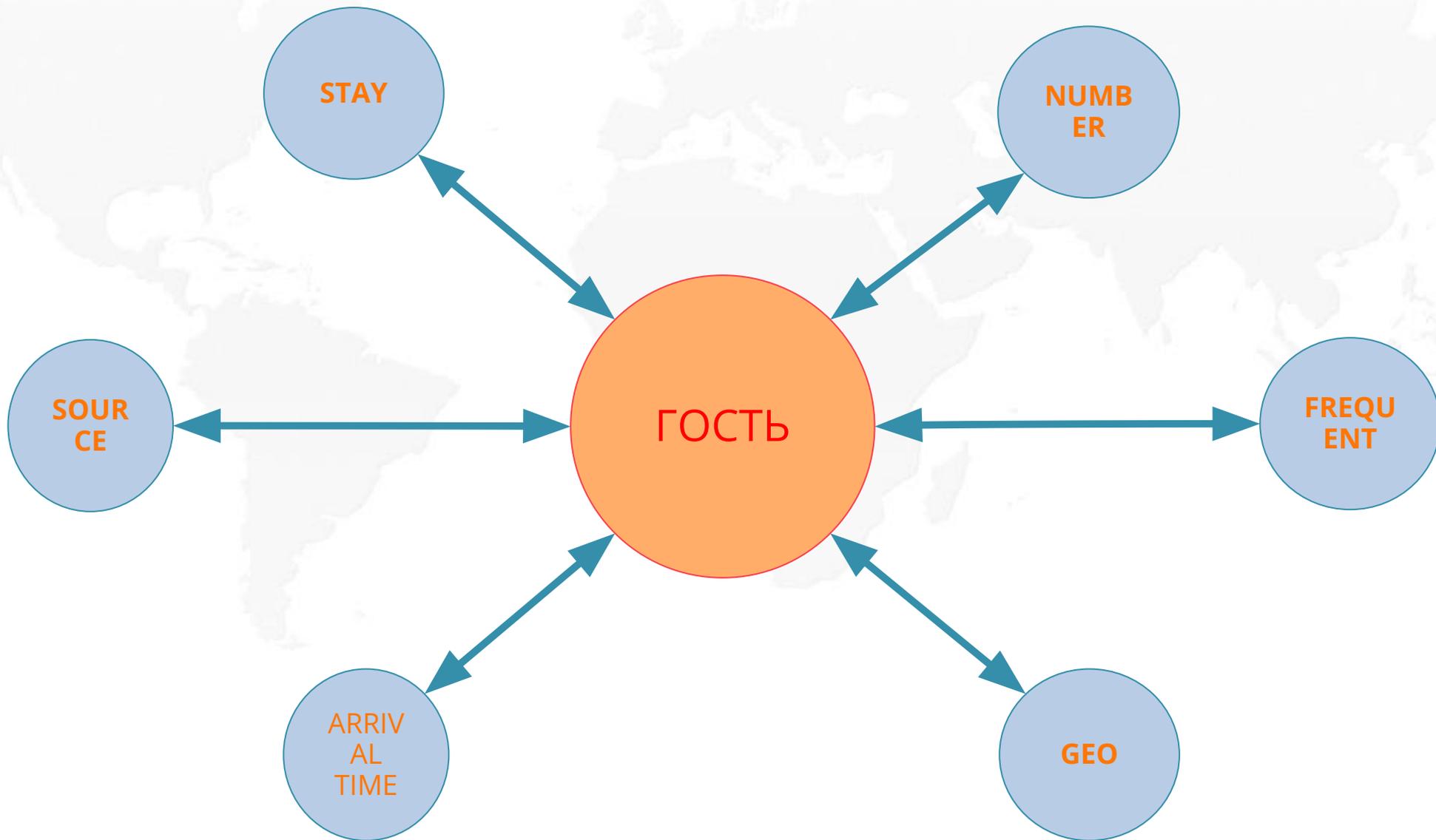


# Реагируйте на тип гостя и сезонность



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

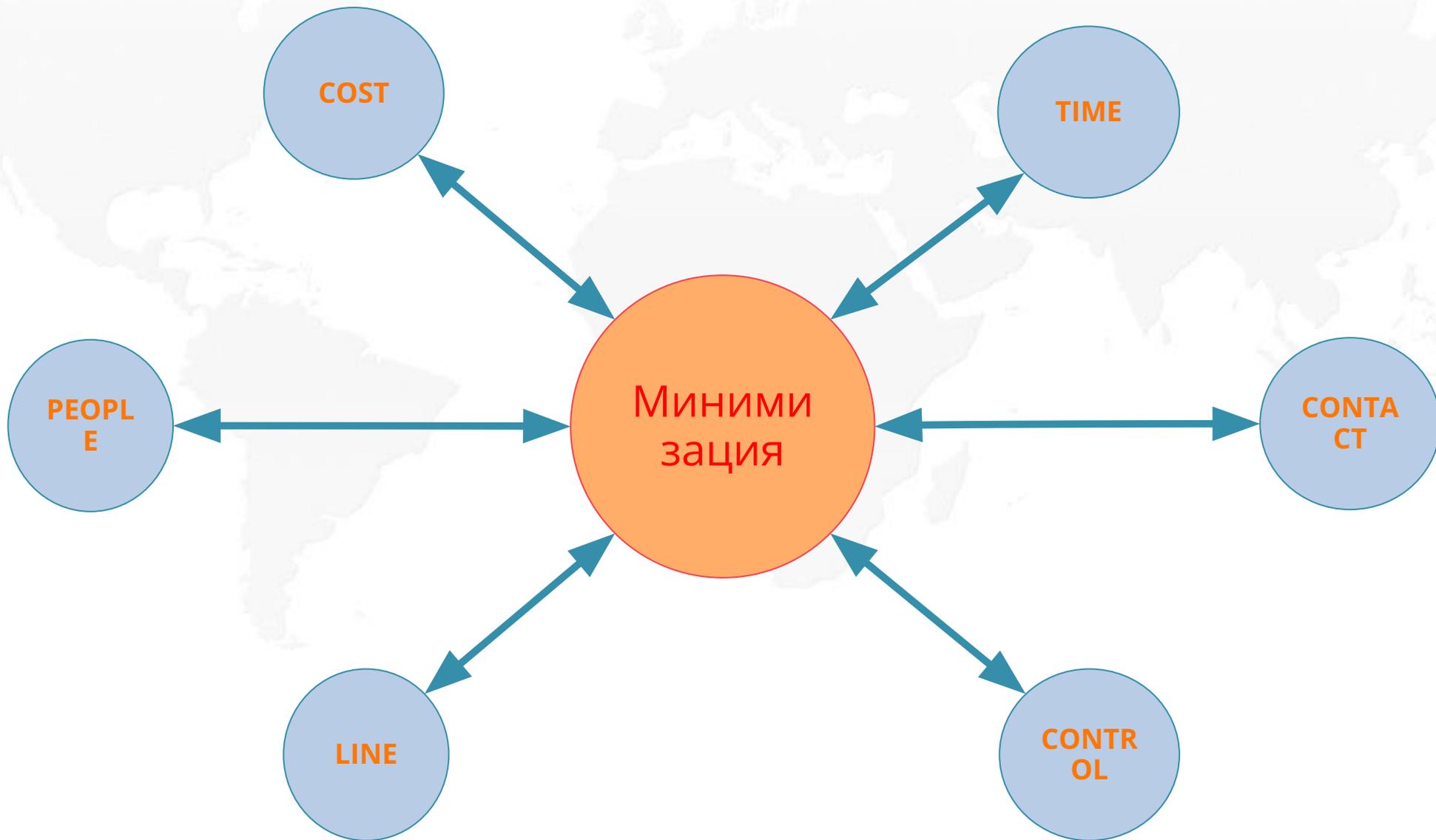




# МИнимизируйте

МИнимизируйте и  
зарабатывайте больше



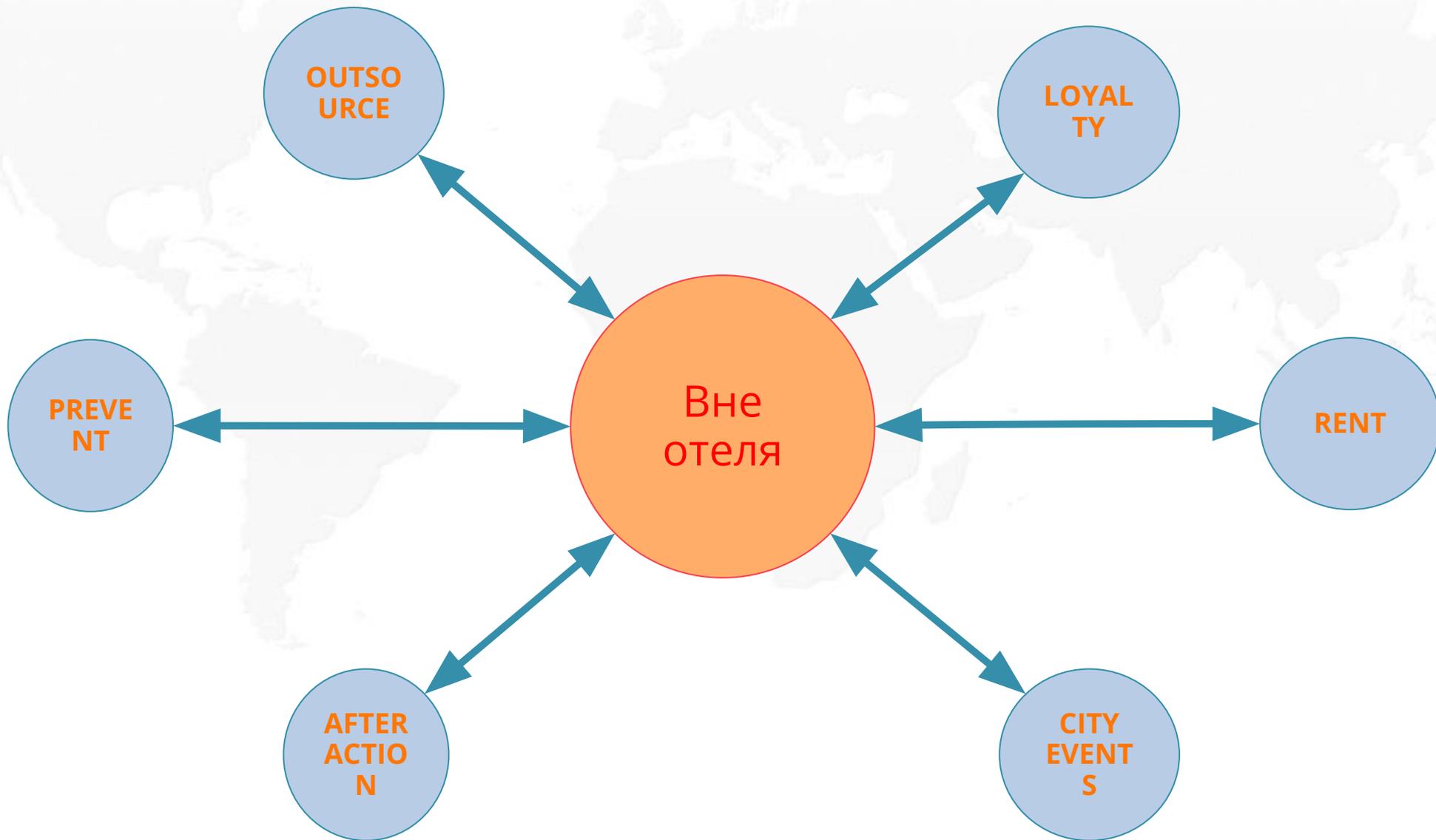


# FAR beyond



**Ваши возможности продаж лежат далеко за пределами отеля.**



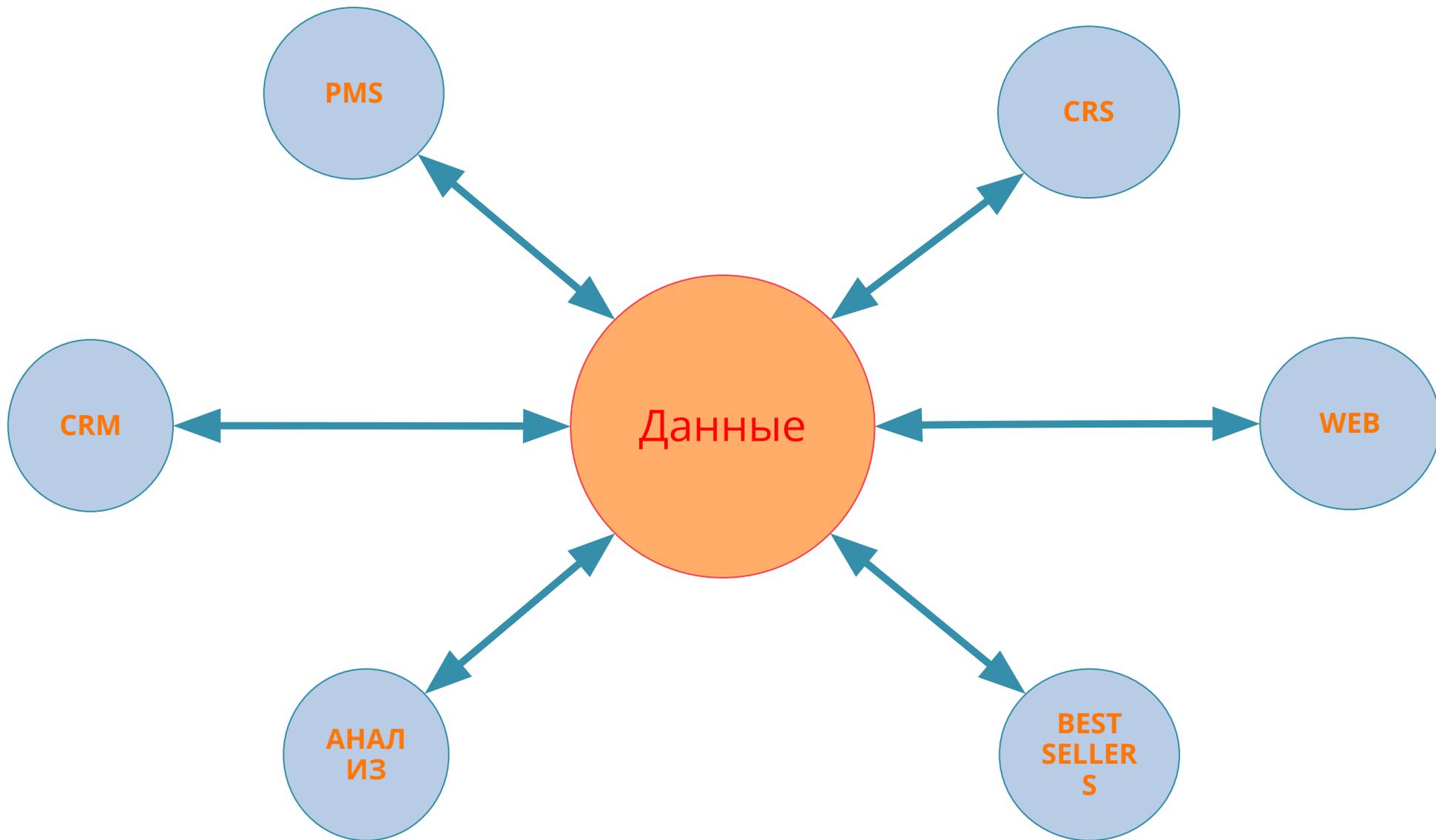


# конСОЛидируйте



Накопление и  
обработка  
информации – залог  
успеха!

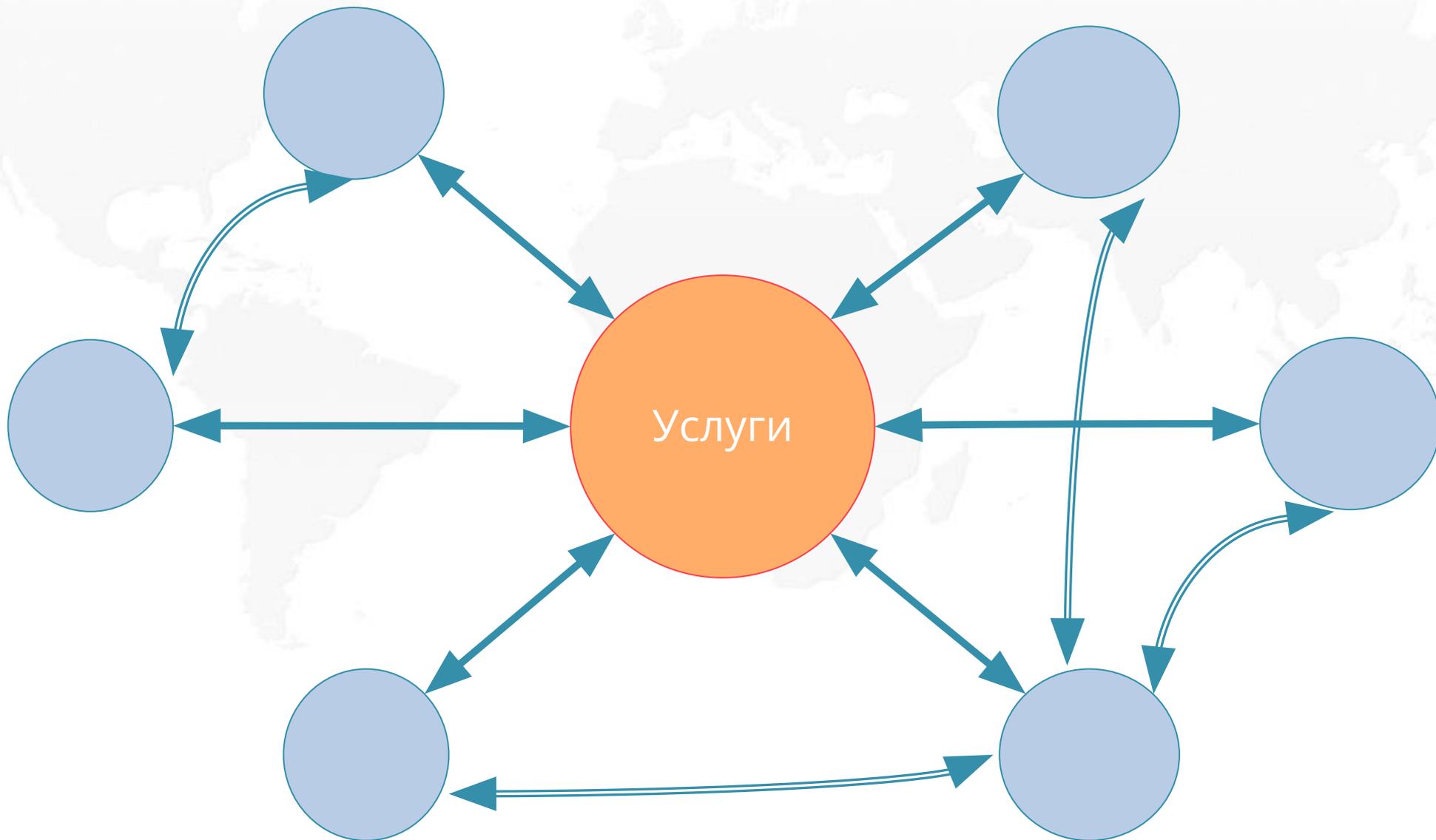




# ЛЯМОЧНЫЙ ПРИНЦИП

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





# Система мотивации



Мотивируйте и  
побеждайте



# Продажи как по нотам

**ДО**носите информацию

**РЕ**агируйте

**МИ**нимизируйте

**FAR** beyond

кон**СОЛ**идируйте

**ЛЯ**мки

**СИ**стемы

МОТИВАЦИИ



**Спасибо за  
внимание.**

**Ваши вопросы.**

