

# I primi contatti

La comunicazione al telefono





# La telefonata: qualche regola.

- Al telefono è fondamentale scandire nel miglior modo possibile le parole
- Tenete la cornetta vicino alla bocca
- Parlate lentamente, in modo semplice e chiaro, usando un tono di voce moderato
- Se possibile gestite le telefonate in un luogo silenzioso
- Tenete a portata di mano tutte le informazioni utili
- Tenete sul tavolo un blocco note su cui scrivere appunti
- Appena alzate la cornetta sorridete



# Le fasi di una telefonata

- Apertura
- Identificazione delle esigenze
- Risposta ai bisogni dell'interlocutore
- Chiusura / Vendita



# Apertura

- Rispondete prontamente entro il terzo squillo, ma mai prima del secondo
- Presentatevi utilizzando un'apposita frase di saluto (buongiorno hotel .. Sono ..)
- Aspettate sempre che la persona abbia finito di parlare
- Se dovete mettere in attesa la persona o trasferire la chiamata chiedetegli prima il permesso. Ricordati, che per chi è dall'altra parte della cornetta, 30 secondi di attesa sono un'eternità
- Personalizzate la telefonata utilizzando il cognome del cliente



# Identificazione delle esigenze

I clienti telefonano con ñ .

“Bisogni

“Motivazioni

“Aspettative

**DIVERSE**

VANNO CAPITE E  
SODDISFATTE GIA qAL  
TELEFONO!



# Chi risponde al telefono:

- Deve essere in grado di convincere ad acquistare qualcosa che soddisfi i suoi bisogni e i suoi desideri
- Diventa allora fondamentale capire chi c'è dall'altra parte della cornetta: fate domande tipo: %abbiamo diverse tipologie di stanze, posso chiederle gentilmente il motivo della sua visita?+
- Si deve passare da una comunicazione passiva ad una comunicazione attiva



# I due tipi di vendita a confronto

## La vendita PASSIVA

- Dare risposte automatiche e standard
- Vendere sulla base delle sole richieste iniziali
- Soddisfare solo i bisogni espressi
- Vendere il prezzo e non i vantaggi

## La vendita ATTIVA

- Creare un rapporto personalizzato con l'interlocutore
- Cercare di capire il cliente, i suoi desideri e bisogni
- Sollecitare i bisogni, guidare il cliente a scoprire le sue necessità
- Vendere soprattutto ciò che non è richiesto
- Vendere per soddisfare i bisogni e i desideri del cliente (anche quelli latenti)
- Vendere i vantaggi, non il prezzo



# Esempio di conversazione ò .

- Buongiorno Hotel Nettuno, sono Cristina, in cosa posso esserle utile?
- Buongiorno, vorrei prenotare una matrimoni ale dal 5 al 7 maggio
- Un attimo solo che controllo la disponibilità ò le confermo che abbiamo disponibilità. Il prezzo della camera è di 80 euro compresa la prima colazione
- Va bene, confermo la camera
- Perfetto, mi può dire il suo nome per cortes ia?
- Certo, Guerra
- Mi può lasciare un suo recapito telefonico?
- Le lascio il cellulare ò . 366/4148958
- Lo aspettiamo con piacere e per qualsiasi informazione, non esiti a contattarci.
- Grazie e arrivederci
- Arrivederci e a presto.





- Ora prova a chiudere gli occhi .
- Pensa alla camera doppia che hai appena prenotato, cosa vedi ? Come la immagini?
- Che differenza c'è fra questa matrimoniale che costa 80 euro da una camera che ne costa, per esempio, 100 o 50?
- Secondo te questo albergo è riuscito a differenziarsi dalla concorrenza?

# Come si può passare da una telefonata passiva ad una attiva?

- Bisogna fare in modo che il cliente desideri ciò che gli stiamo vendendo
- Deve arrivare a dire **È proprio quello che cercavo** .î
- **Come fare??**



# Purtroppo ã



- Non avete a disposizione diverse collezioniã
- Le camere e l'albergo sono sempre gli stessi e quello che vendete per telefono non è nemmeno tangibileã

QUINDI...

**DOVETE RENDERE TANGIBILE L'INTANGIBILE.  
DOVETE VENDERE LA STESSA COSA IN MODO DIVERSO A  
SECONDO DEL TARGET.**

# Risposta ai bisogni



Ora tocca a Voiõ .

Provate a pensare alle esigenze che possono avere:

- Le persone anziane
- Le famiglie con bambini piccoli

Dividetevi in gruppi e pensate ai bisogni specifici di questi due target e a come poterli soddisfare



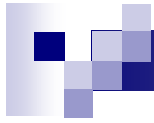
# Persone anziane



- Individuazione dei bisogni

- Come soddisfare questi bisogni





# Famiglie con bambini piccoli



- Individuazione dei bisogni

- Come soddisfare questi bisogni



# Chiusura/Vendita

- Cercate di capire la propensione di spesa del cliente
- Comunicate sempre in prezzo di una notte e mai il totale
- Inserire il prezzo in mezzo ai vantaggi
- Evitate di vendere la tipologia di camera più bassa
- Cercate di vendere una tipologia di camera superiore utilizzando frasi come: %con solo 20 euro in più le possiamo offrire .+
- Se vi rendete conto che il cliente è titubante sul prezzo, non svendete le camere, ma provate a proporre un'offerta: %in un attimo solo che controllo se ho ancora delle stanze in promozione .+
- Cercate di chiudere la vendita . %le prenota la stanza?+
- Se la vendita si conclude assicurarsi di avere tutti i dati necessari del cliente, in particolare il suo recapito telefonico, riepilogate gli estremi della prenotazione.
- Ringraziate per la telefonata e augurate una buona giornata
- Aspettate che sia il cliente ad agganciare per primo.





Proviamo ora a fare una telefonata  
attiva

