

# Besser verkaufen

Mit Kundentypologie und geschärftem Teamgeist geht vieles leichter

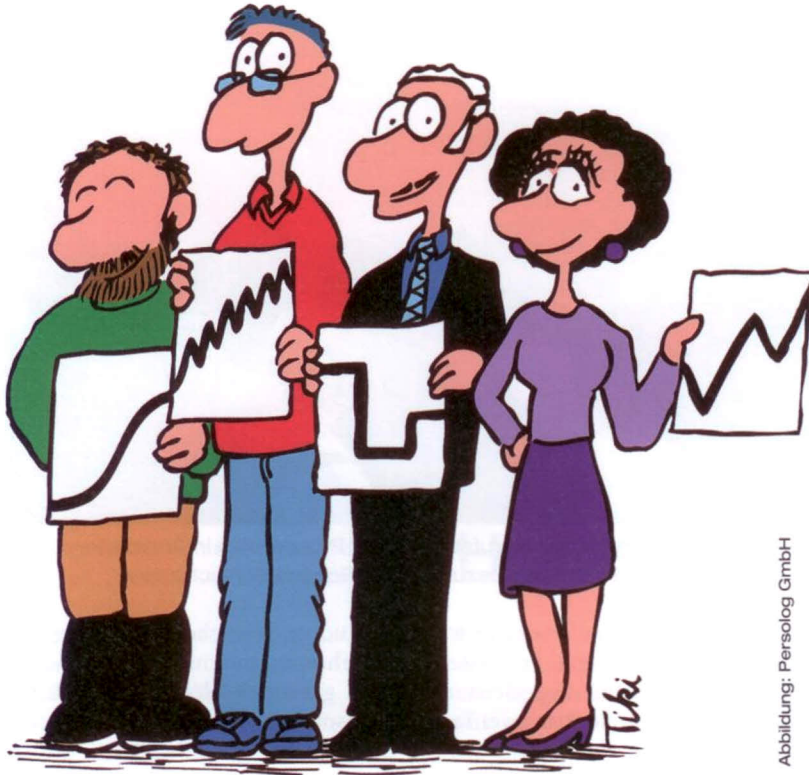


Abbildung: Persolog GmbH

Unterschiedliche Kunden fordern eine unterschiedliche Beratung. Experten können erklären, wie man mit wem richtig umgeht

Von Andrea Tapper

Jeder Topf findet sein Deckelchen. So wissen's Paarpsychologen. Doch seit die Reisebranche als eine Art Gegen-trend zum Internet wieder mehr maß-schneidert, und „romantische Paar-Resorts für Best Ager“ gegen „grüne Hotels mit Erlebnisfaktor“ konkurrieren, gilt das Topf-und-Deckel-Prinzip auch für Reisende.

Wenn Reisebüros ihre Kundschaft richtig erkennen, können sie nicht nur ihre Umsätze „problemlos um mindes-tens 20 Prozent steigern“, sondern auch den Kunden glücklicher machen. So jedenfalls sieht es die Hamburger Tourismusexpertin Bettina Siesté. In

neuen Kursen coacht die erfahrene Unternehmensberaterin Reisebüro-Teams, Reiseveranstalter und Hotelan-bieter in Richtung mehr Persönlich-keit.

Siesté kennt die Fallen: „Wird ein Kunde falsch oder einfach nicht typ-gerecht beraten, fühlt er sich unverstanden – und bucht gar nicht oder wo-anders.“ Reiterferien in Ungarn? Mit Puszta-Cui-sine verbunden, womög-lich ein Hammer für den jungen Un-ternehmenssohn und Freundin. Die Malediven? Nicht langweilig, sondern für den Taucher samt erholungsbe-

dürftiger Wellness-Gattin ein Garant fürs Parallel-Relaxen. Vorausgesetzt, das richtige Hotel wird angeboten.

„Teams schärfen“ und „Kunden besser erkennen“: Auf diesen zwei Säulen basieren die Tageskurse nach dem so ge-nannten „DISG“-Prinzip. Das Kürzel steht für vier Persönlichkeitstypen, die sich in Firmen wie bei Kunden fin-den: Dominant, Initiativ, Stetig, Ge-wissenhaft.

„Wir sind alle entweder mehr das eine oder das andere“, weiß Siesté. Und am besten kämen Menschen mitei-nander zurecht, „die im Verhaltensstil ähnlich sind“. Das Problem jedoch: „Wir verzichten auf viele potenzielle Abschlüsse und Erfolge“, so die Trai-nerin, „wenn wir anders gestrickte Geschäftspartner jedes Mal vergra-ulen.“ Typische Fehler: Ein stetiger Kunde braucht immer den gleichen Ansprechpartner; ihn im Stress zur Kollegin weiterzureichen, bringt we-nig. Ein gewissenhafter Kunde kommt bereits bestens vorbereitet ins Reise-büro; wer dann keine alternativen Air-lines für den Abflug aus dem Ärmel zaubern kann, hat schlechte Karten. Reisende mit viel Eigeninitiative dage-gen brauchen eine kreative Anspra-che: „Frühstückszeiten interessieren sie nicht, angesagte Galerien in Hotel-nähe umso mehr“, so Expertin Siesté.

Die 47-jährige Hotelfach-frau und Touristikfach-wirtin hat bis heute mehr als 400 Qualitätsanaly-sen, Mystery Checks und Team-Trainings durchge-führt. In ihren Persön-lichkeits-Workshops gibt sie Verhaltenstipps – und hält dem Team den Spie-gel vor: „Keiner wird an den Pranger gestellt, aber die Zusammenarbeit harmonischer“, erklärt die Trainerin das Ziel.

## Kontaktdaten

Informationen gibt es unter der Rufnummer 0 40 / 41 26 46 98 und unter [www.bettina-sieste.com](http://www.bettina-sieste.com).