

Hogyan lesz az érdeklődésből foglalás?

SEGÉDLET 6

Mi történik valójában egy ajánlat után?

Sok szolgáltató azt feltételezi, hogy ha elküld egy korrekt ajánlatot, akkor a vendég majd összehasonlítja és dönt.

A valóság ennél sokkal egyszerűbb - és sokkal gyorsabb.

A vendég nem elemez hosszasan, nem akar „dolgozni” az ajánlat értelmezésével, nem akar több különböző ajánlatot fejben összevetni, hanem azt keresi:

hol tudja legkönnyebben elképzelni, hogy jól fogja érezni magát.

A vendég azt választja, ahol:

- ✓ gyorsan megérti, mit kap,
- ✓ érzi az élményt,
- ✓ és egyszerű a következő lépés.

Az ajánlat tehát nem információs dokumentum.

Az ajánlat döntést segítő eszköz.

Miért nem lesz foglalás az érdeklődésből?

Összegyűjtöttük a leggyakoribb hibákat, amelyek miatt az ajánlatok nem elég erősek - és azt is, hogyan érdemes javítani rajtuk.

1. Az ajánlat túl „szolgáltatás-alapú”

Mi történik?

Az ajánlatban a felsorolás: szoba + reggeli + wellness + program.

Nem válaszol arra: „**milyen lesz ott lenni?**”

Mi a probléma?

A vendég nem szolgáltatást vesz, hanem élményt.

Ha ezt nem látja, nem tud kötődni az ajánlathoz.

Hogyan javítsd?

Egészítsd ki élmény-leírással:

- milyen hangulat várja
- hogyan telik egy nap
- mit fog érezni

Előbb élmény, utána lista.

1.

2. Nem derül ki, kinek szól

Mi történik?

Az ajánlat általános, bárkire ráhúzható.

Mi a probléma?

A vendég nem érzi személyesnek. Nem látja, hogy ez az ő helyzetére lett szabva.

Hogyan javítsd?

Ne félj célzottan fogalmazni „pároknak, akik elvonulnának” „családoknak, akik együtt töltenének időt”

Ha valaki magára ismer, sokkal gyorsabban dönt.

3. Nem emeli ki, mitől különleges

Mi történik?

Az ajánlat rendben van, de nem tűnik ki semmivel mások kínálatából.

Mi a probléma?

A vendég fejében az ajánlatok összeolvadnak. Ha nincs kapaszkodó, marad az ár mint döntési tényező.

Hogyan javítsd?

Emeld ki 2-3 konkrét, valós különbséget:

- egyedi elhelyezkedés
- különleges élmény
- személyesebb kiszolgálás

4. Az ár „magában áll”

Mi történik?

Az ajánlat tartalmaz egy árat - de nincs mellé értelmezés.

Mi a probléma?

A vendég nem tudja:

- sok vagy kevés
- mit kap érte pontosan

Automatikusan összehasonlított - gyakran csak ár alapján.

Hogyan javítsd?

Tedd kontextusba az árat:

- mit tartalmaz
- milyen élményt ad
- milyen időszakra szól

Az ár önmagában csak szám, kontextussal együtt érték.

5. Nincs egyértelmű következő lépés

Mi történik?

Az ajánlat véget ér, de nem ad iránymutatást.

Mi a probléma?

A vendég nem tudja:

- hogyan foglaljon
- mit tegyen most

És ha gondolkodni kell rajta, könnyen elhalasztja/ elfelejti.

Hogyan javítsd?

Adj egy konkrét, egyszerű lépést:

- „válaszoljon erre az emailre”
- „foglaljon itt: [link]”

Kevesebb a bizonytalanság, több a foglalás.

Ajánlatkészítősablon

SZÁLLÁSHELYEKNEK

FELÜTÉS - vendég azonnal érezze, hogy ez neki szól

Röviden nevezd meg, milyen élményt vagy helyzetet kínál az ajánlat. Ne általánosan fogalmazz, hanem adj neki egy egyértelmű fókusz: pihenés, feltöltődés, aktív kikapcsolódás, közös idő vagy egy konkrét alkalom.

Egy jól megnevezett ajánlat már önmagában felkelti az érdeklődést.

ÉLMÉNYAJÁNLAT - a vendég fejében megjelenjen az élmény

Segíts a vendégnek elképzelni az ott töltött időt. Írhatsz az érkezés hangulatáról, a környezetről, arról, hogyan telhet egy nap, és milyen hangulattal zárul az este. Érdemes rövid, könnyen elképzelhető képekben gondolkodni: megérkezés, napközbeni élmények, esti nyugalom. Használj egyszerű, konkrét megfogalmazásokat, amik segítenek „látni” az élményt.

Ha a vendég el tudja képzelni az élményt, sokkal könnyebben fog dönteni.

KINEK SZÓL? - a vendég magára ismerjen

Ebben a részben nevezd meg, hogy kiknek lehet igazán jó választás az ajánlat. Nem szükséges minden vendégtípust felsorolni, inkább azokat emeld ki, akik számára a leginkább releváns. A célcsoport mellé röviden azt is írd le, milyen igénnyel érkeznél, így könnyebb lesz azonosulni az ajánlattal.

Az ajánlat akkor működik jól, ha valaki egyértelműen magára ismer benne.

MIT TARTALMAZ? - a vendég pontosan értse, mit kap

Sorold fel világosan és átláthatóan, mit tartalmaz az ajánlat. Használj rövid pontokat vagy jól tagolt sorokat, és csak a legfontosabb elemeket emeld ki.

Írd le az éjszakák számát, az ellátást, a fő szolgáltatásokat és az esetleges extrákat. A cél az, hogy a vendég gyorsan átlássa a tartalmat.

A vendégnek egy pillantással értenie kell, mit kap.

EGYEDISÉG - a vendég lássa, miért jobb ez

Emeld ki azokat az előnyöket, amelyek miatt ez az ajánlat erős lehet a vendég szemében. Gondolj arra, mit tapasztal ténylegesen a vendég: környezet, hangulat, figyelem, elhelyezkedés vagy egyedi adottságok.

Nem általános jelzők, hanem konkrét különbségek segítenek dönteni.

ÁR - a vendég értse, hogy mit kap az árért

Tüntesd fel egyértelműen az árat, és írd le röviden, hogy az mit tartalmaz. Legyen világos, hogy az ár hány főre, hány éjszakára vagy milyen csomagra vonatkozik. Itt jelenjen meg az időszak is, amire az ajánlat érvényes.

Az ár csak akkor működik, ha a érti, mit kap érte.

FOGLALÁS MENETE - a vendég tudja, mit kell most tennie

Itt egyértelműen mondd el, mit kell tennie a vendégnek, ha szeretné elfogadni az ajánlatot. Ez a rész legyen nagyon világos és egyszerű. Ne többféle hosszú lehetőséget sorolj fel, hanem egy könnyen követhető következő lépést adj meg (válaszoljon az e-mailre, jelezze szándékát, vagy foglaljon az adott linken).

Minél egyszerűbb a következő lépés, annál nagyobb az esély a foglalásra.

Ajánlatkészítősablon

VENDÉGLÁTÓHELYEKNEK

FELÜTÉS - vendég azonnal érezze, hogy ez neki szól

Röviden nevezd meg, milyen alkalmat vagy élményt kínál az ajánlat. Ne általánosan fogalmazz, hanem adj neki egy egyértelmű fókuszot: randi, családi ebéd, baráti vacsora, ünnepelés vagy egy különleges gasztróélmény.

Egy jól megnevezett alkalom vagy élmény már önmagában felkelti az érdeklődést.

ÉLMÉNYAJÁNLAT - a vendég fejében megjelenjen az élmény

Mutasd meg, milyen élmény várja a vendéget, de ne az ételekkel kezd. Írj a tér hangulatáról, a környezetről, az ott töltött idő ritmusáról és az együttlét élményéről. Gondolkodj rövid jelenetekben: megérkezés, leülés, beszélgetés, étkezés, az este hangulata. A cél, hogy a vendég „lásson maga előtt” egy élményt.

A vendég nem ételt választ, hanem élményt és hangulatot.

KINEK SZÓL? - a vendég tudja mikor jó választás

Segíts a döntésben azzal, hogy megmutatod, milyen konkrét helyzetekben működik jól az ajánlat. Ne általánosan fogalmazz, hanem nevezd meg tipikus szituációkat. Ez lehet például: első randi, családi ebéd, baráti vacsora, születésnap vagy üzleti találkozó.

Minél konkrétabb a helyzet, annál könnyebb a döntés.

MENÜ - a vendég pontosan értse, mi vár rá

Itt jelenjen meg az ajánlat konkrét tartalma: menüsor, fogások száma, italok vagy választható elemek. Használj jól átlátható, rövid felsorolást.

A cél az, hogy a vendég gyorsan megértse az ajánlat szerkezetét, és ne kelljen értelmeznie.

A vendégnek egy pillantással értenie kell, mit kap.

EGYEDISÉG - a vendég lássa, miért jobb ez

Emeld ki, mi az, amitől ez az ajánlat több vagy más. Gondolj arra, mit tapasztal a vendég: hangulat, kiszolgálás, alapanyagok, egyedi koncepció vagy elhelyezkedés.

Nem általános jelzők, hanem konkrét különbségek segítenek dönteni.

ÁR - a vendég értse, hogy mit kap az árért

Ha van speciális csomag ár tüntesd fel, és írd le egyértelműen, mire vonatkozik: főre, menüre vagy csomagra. Jelezd, ha az ajánlat időszakhoz, naphoz vagy létszámhoz kötött.

Az ár akkor működik, ha a vendég pontosan érti, mire vonatkozik.

FOGLALÁS MENETE - a vendég tudja, mit kell most tennie

Mondd meg világosan, hogyan tud foglalni. Adj egy egyszerű, konkrét lépést: telefon, online foglalás vagy e-mail. Kerüld a túl sok lehetőséget, inkább adj irányt, amit könnyű követni.

Minél egyszerűbb a foglalás, annál nagyobb az esély, hogy megtörténik.

Ajánlatkészítő sablon

PROGRAMGAZDÁKNAK / ÉLMÉNYSZOLGÁLTATÓKNAK

FELÜTÉS - élményfókusz: miről szól ez a program

Röviden nevezd meg, milyen élményt kínál a program. Ne tevékenységgel kezd (pl. „túra”, „kóstoló”), hanem azzal, hogy mit él át a résztvevő: kikapcsolódás, felfedezés, közös élmény vagy tanulás.

Adj neki egy egyértelmű fókuszot, hogy azonnal érthető legyen, miről szól az élmény.

ÉLMÉNYAJÁNLAT - a vendég fejében megjelenjen az élmény

Írd le röviden, hogyan épül fel a program. Milyen lépésekből áll, hogyan indul, mi történik közben, és hogyan zárul. Segíts elképzelni a teljes folyamatot: találkozás, bevezetés, fő élmény, lezárás. Nem részletes menetrend kell, hanem egy érthető „útvonal”.

A résztvevőnek látnia kell, mi fog történni vele.

KINEK SZÓL? - ki fogja élvezni igazán

Nevezd meg, kiknek ajánlott a program: kezdőknek, haladóknak, baráti társaságoknak, pároknak vagy céges csoportoknak. Írd le azt is, milyen motivációval érkeznek: kikapcsolódni, tanulni, mozogni, közösen élményt szerezni.

A program akkor működik jól, ha a résztvevő magára ismer.

MIT TARTALMAZ? - a vendég pontosan értse, mit kap

Sorold fel világosan, mit tartalmaz a program: időtartam, eszközök, vezetés, kóstoló, anyagok vagy egyéb elemek. Írd le a legfontosabb kereteket: időtartam, helyszín, létszám, szükséges előkészület vagy felszerelés. Használj rövid, átlátható felsorolást, és csak a legfontosabbakat emeld ki.

A résztvevőnek gyorsan értenie kell, mit kap.

EGYEDISÉG - a vendég lássa, miért jobb ez

Mutasd meg, mit visz magával a résztvevő. Ez lehet érzés, tudás, élmény vagy konkrét tapasztalat.

Nem csak az számít, mi történik, hanem az is, mit visz haza belőle.

ÁR - a vendég értse, hogy mit kap az árért

Tüntesd fel egyértelműen az árat, és írd le, hogy az mire vonatkozik: főre, csoportra vagy teljes programra. Ha szükséges, jelezd az időpontokat vagy az elérhetőséget.

Az ár akkor működik, ha a vendég pontosan érti, mire vonatkozik.

FOGLALÁS MENETE - a vendég tudja, mit kell most tennie

Mondd meg világosan, hogyan tud foglalni. Adj egy egyszerű, konkrét lépést: telefon, online foglalás vagy e-mail. Kerüld a túl sok lehetőséget, inkább egy irányt adj, amit könnyű követni.

Minél egyszerűbb a foglalás, annál nagyobb az esély, hogy megtörténik.