

27. Fremdenführerkongress Graz 3. – 6. 11.2015

Methoden und Ideenbörse

Wie mache ich meine Führung einzigartig?

Was funktioniert gut?

- Verkaufsphase: Bedürfnisse der Gruppe erkennen – Upselling unterstützen
- Führungsphase: viel Zeit in Bonding (Kontaktaufnahme, Aufbau persönliche Beziehung) investieren
- Guter Führer kann auch Standardangebote trotzdem immer individuell präsentieren
- Wesentliche Stärke des austriaguides: Aura der Zeit, des Ortes und des Thema aufnehmen und einzigartig vernetzen
- Umgang mit Extras: oft schmaler Grat zwischen „das haben wir auch angeboten bekommen“ und „das einfach zu viel für uns“ -> Abhilfe: „variables Zuckerl“ anbieten: schafft Freiraum für Programmdetail und erhält Spannung
- Gedanken investieren: „Wie sage ich es meinem 5 Jährigen Neffen?“ – Überblick wiedergewinnen – intensiv Gästeperspektive einnehmen

Was funktioniert nicht so gut?

- Exklusivität kann man nicht beliebig steigern/“endlos“ wiederholen: Thema verwässert sich / Partner vor Ort überbelastet
- Unrealistische Wünsche meiner Gruppen immer wieder erfüllen: fünfsprachige Tour kann nicht Qualität bieten – Mut zur persönlichen Abgrenzung finden
- Zu detailreiches Programm: Rahmen schaffen Freiraum

Über dem Umgang mit Technik – alternative Präsentationsmethoden

- Auftrag an WK: Gutachten über rechtliche Situation – wann/wie darf ich im öffentlichen Raum Youtube Videos präsentieren? - Umgang mit Urheberrecht.

Was funktioniert gut?

- Urheberrecht in Sphäre Gast bringen: Kunden Link über OCR Code/bit.ly geben – Gast schaut Video auf eigenem Smartphone an – Einsatz von Musik: ich lasse meine Gäste selbst singen
- Nicht technikinteressierte Kollegen: ich verwende nur die Taschenlampenfunktion meines Handys.
- Schritt für Schritt Technik in Führungen bringen: Trial & Error Prinzip leben
- Umgang mit „Dauer Mitfilmern“: Mut haben Stopp zu sagen

Umgang mit bargeldlosen Zahlungsverfahren

- Auftrag: in Nachbereitung PayPal Details an Kollegen versenden

Was funktioniert nicht so gut?

- Kein Interesse der Teilnehmer an Kreditkartenlösung vor Ort

Was ist noch zu diesem Thema herausgekommen?

- Umgang mit Vorkasse: Differenzen in Gruppe zwischen „Vorkasse biete ich allen meinen Gästen als zwingende Vertragskondition an“ und selektiver Umgang: an Neukunden aus dem Ausland oder an Kunden mit kreativem Zahlungsverhalten

Einkehrschwung – Über den Genuss

- Best Practice Erfahrungsaustausch
 - Präsentation Kulinarische Führungen Graz: starke Partner – klare Spielregeln – sensibler Umgang Gewichtung Themen – Zielpublikum: 95% Locals
 - Präsentation Ursula Schwarz (Wien): 3 Routen seit knapp 20 Jahren im Programm
 - Präsentation Frau Dr. Frenzel (Innsbruck): Abendexklusivöffnung Hofburg – Doppelconference in Kostümen – Themenmenü Cafe Sacher – Ausklingen open end



Was funktioniert gut in der Umsetzung?

- Upselling in Verkaufsgespräch aufnehmen – höherwertiges Produkt verkaufen und gleichzeitig Kundenzufriedenheit stärken – Weiterempfehlung („das war aber gemütlich“) steigern – immer mehr Notwendigkeit bei den hohen Temperaturen in den Stadtzentren

Was funktioniert nicht so gut?

- Spontane Pause in der Führung: abhängig von Gruppe – kann Konflikt in Gruppe hervorrufen – gerade bei Führungen mit mehreren Guides („wir haben aber keine Pause gemacht“ – „die anderen haben viel mehr gesehen“)

„Brauche ich dazu wirklich zusätzlich einen Fremdenführer?“

Hier wurde die Gefahr aufgezeigt durch „Überladen“ einer Führung/eines Ausflugs mit vielen externen Partnern den Fokus von der eigenen Leistung zu verlieren. Beim nächsten Mal buchen die Gäste gleich die externen Partner.

Was funktioniert gut?

- Neue Gäste: Programme allgemeiner schriftlich präsentieren – nicht zu viele Details verraten – bei ausdrücklichem Kundenwunsch immer Anzahlung/Vorauszahlung verlangen – Risiko Programmgebühr: Kunde zahlt Gebühr und hat um wenig Geld ein selbständig durchzuführendes Programm
- Erst nach Bestellung & wenn möglich Anzahlung : Restaurantreservierungen für Gäste durchführen bzw. kommunizieren