

col·laboració

Amb els temps que corren... el culpable sóc jo?

Aquests dies, els mitjans de comunicació em pregunten les causes del descens del 12% de l'entrada de turistes estrangers, magnitud mesurada a les fronteres. És greu? Quines en són les causes? Seguiran baixant? Què hem de fer?

Amb la millor intenció d'aportar als meus lectors algunes reflexions positives, després d'haver estat treballant durant els sis primers mesos d'aquest duríssim 2009 en totes les destinacions turístiques d'Espanya, tant a les de vacances, de sol i platja, com a les principals ciutats, els proposo que, amb esperit autocrític i molt **humor, s'autoexaminin contestant aquestes disset accions imprescindibles per poder guanyar amb els temps que corren.**

1. Ha seleccionat entre els seus empleats els que tenen més passió i talent per vendre?

SÍ NO

2. Ha seleccionat entre els seus caps de departament els que tenen més passió per estimar i saber actuar com a líders de vendes i dels amfitrions venedors?

SÍ NO

3. Està disposat a situar com a directors del corporatiu i de cada hotel els líders en la gestió de les vendes i la rendibilitat, que se senten còmodes en la seva nova missió 'la felicitat rendible'?

SÍ NO

4. Està disposat a formar tots els membres del seu equip perquè sàpiguen exercir:

de líders de vendes?

SÍ NO

de líders dels amfitrions venedors?

SÍ NO

d'amfitrions venedors proactius polivalents?

SÍ NO

5. Està disposat amb radicalitat intel·ligent i amable a rebaixar les seves despeses i costos, qüestionant-se sense abaixar l'excel·lència:

- els que poden eliminar-se sense abaixar l'excel·lència?
- els que poden reduir-se sense abaixar l'excel·lència?
- els que poden substituir-se sense rebaixar l'excel·lència?

... per equilibrar el compte de resultats i tornar-lo més flexible, proporcionat i rendible?

SÍ NO

6. Està disposat a negociar amb tots els membres del seu equip de líders de vendes i d'amfitrions venedors, proactius i polivalents un ventall de retribucions fixes i variables en funció de les aportacions al marge?

SÍ NO

7. Està disposat a invertir en rendibilitat, tot negociant la seva sortida amb els que no vulguin exercir de líders de vendes tot sabent que "els sous només els paguen les vendes" i que "el client no paga la nostra feina, sinó que només premia la seva felicitat"?

SÍ NO

8. Està disposat a diversificar els seus canals de comercialització tot formant-se i formant el seu equip perquè sàpiguen

- potenciar la seva marca?
- gestionar les emocions dels interlocutors de cada canal?
- segmentar els canals de comercialització i les accions?
- buscar les claus que ens connectin amb els contactes desitjats?
- crear complicitats amb els mitjans de comunicació?
- ... per aconseguir no vendre mai a desconeguts?

SÍ NO

Com el lector haurà observat, he situat com la nova majoria d'edat en 17.

“Les accions del nou èxit del complex mercat d'oferta, assetjat amb les greus turbulències dels temps que corren”

He volgut, de forma molt breu, resumir en aquest document l'índex dels continguts de la trilogia **Com omplir un hotel en èpoques difícils.**

1r Com incrementar ocupacions en un hotel

2n Com doblar les vendes internes

3r De director d'hotel a líder de vendes i rendibilitat per fer més amb menys,

que acabo de publicar per ajudar els meus amics els empresaris i professionals de l'hostaleria, així com als joves que acaben d'arribar-hi, a dominar la innovació en la gestió de la felicitat rendible. Com sempre, em té a la seva disposició tant per coincidir-hi com per discrepar. ■

(Primera part.)

Domènec Biosca Vidal

Autor de 21 llibres de direcció d'hotels i gestió eficaç de destinacions turístiques