

DRV-Seminar: Stress im Job

„Stress-Management im Reiseverkauf“ nennt sich ein Seminar, zu dem der DRV am 13. Juli in Frankfurt am Main einlädt. Während der ganztägigen Schulung, die von touristik aktuell als Medienpartner begleitet wird, geht es unter anderem um die Auslöser von Stress am Counter sowie den Umgang mit solchen Situationen und Entwicklungen.



Foto: pixabay

Geleitet wird das Seminar von der Reisebüro-Trainerin Vivien Manazon, die auch schon in der Jury des Globus Awards von touristik aktuell saß. Die Teilnahme kostet 278 Euro, DRV-Mitglieder zahlen 167 Euro. Azubis und Studenten sind mit 133 Euro dabei. Für die Anreise per Bahn sowie für die Übernachtung bietet der DRV Sonderkonditionen. Die Schulung findet im Hotel Cult Frankfurt City statt. Anmeldung unter www.driv.de/service. (ta)

TSS mit neuer Schulungsreihe

Die Reisebüro-Kooperation TSS startet ihre neue Schulungsplattform „Counter Kompass“. Die erste Seminarreihe trägt den Titel „Zukunft im Reisebüro“. Im Fokus stehen Themen wie die Wertsteigerung des Reisebüros, Nachfolgeregelungen und das Optimieren von Arbeitsabläufen am Counter. Reiseverkäufer erfahren, wie man Kunden langfristig ans Reisebüro binden kann und wie nachhaltiges Marketing funktioniert. Zudem wird das Kundenbindungs-Tool Myhotelplus vorgestellt. Die kostenlosen Frühstücksseminare starten jeweils um 9.30 Uhr. Termine sind: 4. Juli Nürnberg, 5. Leipzig, 6. Dresden, 11. Berlin, 12. Hannover, 17. Juli Stuttgart, 5. September Frankfurt und 6. September Essen. Anmeldung: www.counter-kompass.de. (ta)



Foto: Solamento

Dieser VW Bulli kann von Solamento-Beratern ab sofort kostenlos genutzt werden

Solamento: Werbung per VW Bulli

Die Reisebüros von Sonnenklar haben einen Lkw-Trailer für regionale Marketing-Aktionen – die selbstständigen Reiseverkäufer von Solamento können ab sofort in einem Minibus auf Tour gehen. Neuester Markenbotschafter ist ein VW Bulli, den die Zentrale den Reiseverkäufern für Aktionen kostenlos zur Verfügung stellt. Seine Premiere feierte das Nostalgie-Gefährt auf einem Frühlingsfest in Essen, dem Stammsitz von Solamento. Dort

entsteht derzeit auch ein klassisches Reisebüro. Die so genannte Travel Boutique soll am 1. September erstmals ihre Türen öffnen.

Neben dem Einsatz auf regionalen Festen kann der Minibus auch sonst als mobiles Reisebüro genutzt werden. „Der Bulli ist ein absoluter Blickfang und passt hervorragend zu unserem Konzept des mobilen Reisevertriebs“, freut sich Geschäftsführer Sascha Nitsche. (ta)

Einen Euro für jede neue Adresse

E-Mail-Marketing: Wie der Deutsche Reising das neue DTPS-Tool vorantreibt

Von Matthias Gürtler

Zwei Jahre nach Beginn seiner Digitalisierungsoffensive hat der Reisebüro-Verband Deutscher Reising einen professionellen Newsletter-Service für die angeschlossenen Büros. Unterstützt wird das Projekt von der Reisebüro-Allianz DTPS.

Die zu DER Touristik gehörende Dachorganisation, zu der insgesamt 1.200 Reisebüros gehören, hat die entsprechende Technik entwickelt und liefert auch

der Reisebüros. Dafür tun wir alles“, betont Michael Walther, IT-Vorstand der Kooperation und Inhaber des Berliner Reisebüros Albatros.

Ziel der Kooperation sei eine „flächendeckende elektronische Angebotsgestaltung“, so Walther. Der erste Newsletter wurde an über 350.000 Kunden der Reising-Büros verschickt, ab sofort soll er monatlich versendet werden.

Parallel dazu will die Kooperation die Zahl der Empfänger deutlich erhöhen: Allein in den nächsten zwölf Monaten sollen 140.000 neue E-Mail-Adressen hinzukommen.

Die Voraussetzung dafür ist, dass die Mitgliedsbüros ihre Daten deutlich besser pflegen als bisher. Zu oft seien die Inhalte inkorrekt, überaltert und/oder stünden nicht am „richtigen Platz“, damit die Zentrale darauf zugreifen kann, bedauert der Geschäftsstellenleiter Andreas Quenstedt.

Um die Reisebüros zu besserer Datenpflege zu motivieren, greift der Reising deshalb in die Schatulle: Für jede neue E-Mail-Adresse, die valide ist und am Newsletter-System teilnimmt, zahlt die Kooperation einen Euro. „Wir zahlen praktisch das Porto“, sagt Quenstedt schmunzelnd.

Damit knüpft der Reising, der als Verein agiert und dessen Einnahmen ausschließlich den Mitgliedern zugutekommen, an seine Strategie beim Einführen der Pixel-Live-Beratung von Amadeus an. Sechs Monate lang wurde das Tool, mit dem Reisebüros Kunden ähnlich wie bei Paxconnect per Internet beraten und ihnen Angebote auf eine individuelle Website stellen können, in vollem Umfang von der Zentrale finanziert.

Das Ergebnis: Nach der kostenfreien Pilotzeit wurden nahezu alle Lizenzen in feste Verträge überführt. Seitdem habe sich der Anteil der Live-Beratung massiv erhöht, berichtet Quenstedt. Insgesamt seien rund 90 Prozent der Büros dabei.



Foto: Reising: PLAINVIEW/stockphoto



Vor einem Jahr setzte Reising-Vorstand Michael Walther den neuen Schriftzug ins Logo. Seither wird vor allem das Thema Digitalisierung vorangetrieben!

Inhalte für die Newsletter. Diese können dann individuell angepasst werden – sowohl von der Zentrale von Reising als auch von den Reisebüros selbst. Insgesamt wird das gerade freigeschaltete Tool derzeit von rund 250 Büros der DTPS-Allianz genutzt, Tendenz steigend. Die Mitglieder des Reising sind ganz vorne mit dabei. Das hat seinen Grund: „Für uns ist die Digitalisierung nicht nur ein Geschäftsmodell, sondern Teil der Zukunftsfähigkeit