



## Sprzedaż w hotelu czyli jak stworzyć ofertę hotelu, która sprzedaje? Tworzenie skutecznej strategii sprzedaży hotelu w sektorze klienta biznesowego.

Numer usługi 2025/03/20/26435/2636139

1 200,00 PLN brutto  
975,61 PLN netto  
171,43 PLN brutto/h  
139,37 PLN netto/h

SZOŁTYS ŁUKASZ  
REST CONSULTING



📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 7 h

📅 11.04.2025 do 11.04.2025

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Inne / Turystyka i hotelarstwo
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Do udziału w warsztatach zapraszamy: <ul style="list-style-type: none"><li>• Właścicieli hoteli lub obiektów hotelowych</li><li>• Dyrektorów lub menedżerów hotelu/obiektu hotelowego</li><li>• Menedżerów marketingu</li><li>• Szefów sprzedaży</li><li>• Revenue managerów</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	7
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	10
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	08-04-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	7
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Sprzedaż to sztuka, której można się nauczyć i którą można i trzeba doskonalić. Wielu sprzedawców ma naturalne predyspozycje i czują się w sprzedaży jak ryby w wodzie. Jednak i tacy potrzebują edukacji oraz wsparcia procesu sprzedażowego. Aktywna Sprzedaż to szkolenie dla działów sprzedaży / M.I.C.E. oraz osób odpowiedzialnych za ustalanie polityki cenowej oraz strategię sprzedażowo - marketingowe obiektu.

## **Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji**

<b>Efekty uczenia się</b>	<b>Kryteria weryfikacji</b>	<b>Metoda walidacji</b>
Zrozumienie pracy w hotelu, nabycie umiejętności skutecznej sprzedaży w hotelu, Umiejętności organizacyjne Komunikacja	Test	Test teoretyczny

### **Cel biznesowy**

- ✓ Realny wzrost sprzedaży dla klientów indywidualnych, korporacyjnych, pakietowych oraz B2B dzięki wzmocnieniu kompetencji w zakresie technik i organizacji procesu sprzedaży.
- ✓ Aktywizację procesu sprzedaży i stały napływ nowych klientów.
- ✓ Zbudowanie trwałych relacji biznesowych i lojalności klientów.
- ✓ Zadowolonych sprzedawców, którzy realizują plany sprzedażowe

### **Efekt usługi**

- ✓ Realny wzrost sprzedaży dla klientów indywidualnych, korporacyjnych, pakietowych oraz B2B dzięki wzmocnieniu kompetencji w zakresie technik i organizacji procesu sprzedaży.
- ✓ Aktywizację procesu sprzedaży i stały napływ nowych klientów.
- ✓ Zbudowanie trwałych relacji biznesowych i lojalności klientów.
- ✓ Zadowolonych sprzedawców, którzy realizują plany sprzedażowe

### **Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi**

Podczas szkolenia omawiane są najważniejsze zagadnienia dotyczące pracy działu sprzedaży w hotelu.

## **Kwalifikacje**

### **Kompetencje**

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### **Warunki uznania kompetencji**

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

Tak, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

### **PROGRAM ( MODUŁY ) :**

1. Kanały sprzedaży dla branży MICE – skuteczne techniki sprzedażowe.  
Case study
2. Jak skutecznie pozyskiwać nowe “leady” sprzedażowe – studium przypadku
3. Jak skutecznie podpisywać porozumienia o współpracy “Corpo”
4. Plan TO-DO sprzedaży dla departamentu MICE  
– lista 50 elementów podnoszące skuteczność sprzedaży
5. Narzędzia i techniki radzenia sobie z konkurencją
6. Potrzeby klienta – jak je dostrzec i jak przygotować propozycję realizacji.
7. Strategie zarządzania przychodami w hotelach (na przykładach hoteli sieciowych )
8. Skuteczny Revenue management – “How We Do”
9. Prognozowanie i kontrola dostępności oraz systemy do raportowania i analityki
10. Strategia cenowa vs kanały dystrybucji

### **Ponadto dowiesz się :**

- ✓ Co musisz wiedzieć o swoim hotelu, żeby maksymalnie wykorzystać potencjał jego lokalizacji, otoczenia i specyfiki obiektu, celem stworzenia oferty hotelowej
  - na jakie elementy warto postawić w stosunku do Gości (z rozróżnieniem na segment B2B/B2C)
- ✓ Jak właściwie wykorzystać wszystkie dane, którymi dysponuje hotel, by umiejętnie personalizować oferty i dostosowywać je do profilu Gości
  - co zrobić, by efektywniej prowadzić sprzedaż pokoi hotelowych i innych usług
- ✓ Jak napisać skuteczną ofertę hotelu – jak znaleźć swój „unique selling point” oraz jakich fraz i wyrażen używać, by osiągnąć jak największą sprzedaż
- ✓ Prezentacja graficzna walorów obiektu – jak musisz przygotować zdjęcia i/lub film o Twoim obiekcie, aby Gość kupił „oczami”
- ✓ Jakie metody marketingowe stosują większe hotele, których główna działalność opiera się na klientach biznesowych, a jaka forma marketingu sprawdza się w mniejszych obiektach, które koncentrują się na pozyskaniu klienta indywidualnego
- ✓ Jak poprawić reputację hotelu i umiejętnie zarządzać opiniami Gości w mediach społecznościowych i sieci internetowej, aby wzmocnić markę i zwiększyć przychody obiektu hotelowego
- ✓ Jak motywować Gości do pozostawiania pozytywnych komentarzy w serwisach zewnętrznych i na własnej stronie www? – monitoring mediów społecznościowych i sieci internetowej

- ✓ Marketing Automation – wykorzystanie nowoczesnych technologii w pozyskiwaniu Gości hotelowych
- ✓ Psychologia cen i sposoby prezentacji kosztów oferty – czy cena powinna być prezentowana jako suma czy w rozbiciu na osobę? Jaka cena jest uznawana za najtańszą przez Gościa?
- ✓ Sprzedaż własna a sprzedaż przez pośredników (booking.com, HRS, Expedia) – jak prezentować ofertę, by Goście chcieli dokonywać rezerwacji bezpośrednio w Twoim hotel
- ✓ Proces komunikacji interpersonalnej
- ✓ Zasady i modele sprzedaży w formule cross – sellingu i up – sellingu
- ✓ Dlaczego Gość chce rabat ?
- ✓ Jak obronić cenę Twojej oferty
- ✓ Od czego zacząć Up selling / Cross selling
- ✓ Prezentacja rozwiązania językiem korzyści
- ✓ Zastrzeżenia klienta/gościa i sposoby ich oddalania
- ✓ Jak krok po kroku zaprojektować kreatywne wydarzenie / Event

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	975,61 PLN
Koszt osobogodziny brutto	171,43 PLN
Koszt osobogodziny netto	139,37 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Łukasz Szoftys

Łukasz Szoftys jest przedsiębiorcą, trenerem i konsultantem.

Absolwent studiów z zakresu obsługi ruchu turystycznego, turystyki międzynarodowej, zarządzania hotelami oraz programu MBA na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach oraz Brno University of Technology w Brnie.

Specjalista – praktyk z zakresu zarządzania, restrukturyzacji oraz otwarć przedsiębiorstw z sektora HoReCa ( hotele, pensjonaty, restauracje, firmy cateringowe ).

Swoje bogate doświadczenie w branży hotelarskiej zdobył m. in. zarządzając takimi obiektami jak: Hotel Wilga \*\*\*\* w Ustroniu, Centrum Green Hill\*\*\* Business & SPA w Wiśle, Hotelu SPA & Wellness Hotel Diament\*\*\*\* w Ustroniu oraz Hotelu Mercure Patria\*\*\* w Wiśle; zarządzając działem sprzedaży woj. Śląskiego hotelu Arłamów \*\*\*\* czy będąc dyrektorem bazy noclegowej największego uzdrowiska w Polsce gdzie zarządzał zespołem ponad 300 pracowników ( Uzdrowisko Ustroń S.A. ); pełniąc funkcję V-ce Prezesa Wiślańskiej Organizacja Turystycznej w latach 2015-2017, czy pracując w hotelach za granicą m.in. w Stanach Zjednoczonych, Grecji czy Hiszpani.

Doradca zarządu oraz Dyrektor sprzedaży i marketingu nowo powstałych hoteli m.in.: Hotel Radisson Blu Sopot \*\*\*\* oraz Hotel Malbork by DeSilva \*\*\*\*.

Od 2010 roku właściciel firmy szkoleniowo – doradczej specjalizującej się w zarządzaniu nieruchomościami hotelowymi.

W latach 2010 – 2022 odpowiadał za wdrażanie i stały nadzór nad procesami dotyczącymi optymalizacji funkcjonowania kilkudziesięciu hoteli.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- książka w formie elektronicznej "Sprzedaż w hotelu by Łukasz Szoftys"
- materiały szkoleniowe
- skrypty szkoleniowe
- plansze i plakaty szkoleniowe
- rozpiski szkolenia
- certyfikaty i dyplomy uczestnictwa w szkoleniu

### Warunki uczestnictwa

Zgłoszenie udziału w szkoleniu oraz opłata udziału w szkoleniu.

Szczegóły dotyczące szkolenia na

[www.restconsulting.pl](http://www.restconsulting.pl)

### Informacje dodatkowe

Koszt szkolenia obejmuje :

- udział w szkoleniu dla 1 osoby w wyznaczonym czasie ( harmonogram szkolenia )
- materiały szkoleniowe w formie drukowanej oraz elektronicznej
- posiłek podczas szkolenia ( dwu daniowy obiad )
- kawa / herbata podczas szkolenia
- certyfikat / dyplom ukończenia szkolenia

## Adres

ul. ks. Leona Miszewskiego 13

80-239 Gdańsk

woj. pomorskie

Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa

Księża Leona Miszewskiego 13, 80-239 Gdańsk

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Łukasz Szoltys**

**E-mail** [biuro@restconsulting.pl](mailto:biuro@restconsulting.pl)

**Telefon** (+48) 696 020 324