



SZOŁTYS ŁUKASZ
REST CONSULTING



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

Numer usługi 2025/04/15/26435/2690541

📍 Gdańsk / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 7 h

📅 20.05.2025 do 20.05.2025

999,00 PLN brutto

812,20 PLN netto

142,71 PLN brutto/h

116,03 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Turystyka i hotelarstwo
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Do udziału w warsztatach zapraszamy: • Właścicieli hoteli lub obiektów hotelowych • Dyrektorów lub menedżerów hotelu/obiektu hotelowego • Menedżerów marketingu • Szefów sprzedaży • Revenue managerów
Minimalna liczba uczestników	7
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	17-05-2025
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	7
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	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 strategii sprzedażowo - marketingowe obiektu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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 wyrażań 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	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	999,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	812,20 PLN
Koszt osobogodziny brutto	142,71 PLN
Koszt osobogodziny netto	116,03 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Łukasz Szołtys

Łukasz Szołtys 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 Szołtys"
- materiały szkoleniowe
- skrypty szkoleniowe
- plansze i plakaty szkoleniowe
- rozpiski szkolenia
- certyfikaty i dyplomy uczestnictwa w szkoleniu

Warunki uczestnictwa

Zgłoszenie udziału w szkoleniu oraz opłacenie udziału w szkoleniu.

Szczegóły dotyczące szkolenia na

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

Warunki techniczne

Szkolenie zostanie przeprowadzanie na platformie TEAMS.

Adres

ul. ks. Leona Miszewskiego 13

80-239 Gdańsk

woj. pomorskie

Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa

Księdza Leona Miszewskiego 13, 80-239 Gdańsk

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Łukasz Szoltys

E-mail biuro@restconsulting.pl

Telefon (+48) 696 020 324