

PRESSEMITTEILUNG

Mehr Kundennähe durch neue Verkaufsstruktur

Leonardo Hotels bündelt seinen Vertrieb in eine Einheit



Zentrales Vertriebs-Trio v.l.: Maja Ziemann (Director Corporate & MICE Sales Central Europe), Sandra Dreher (VP Sales & Marketing Central Europe) und Björn Gollan (Director Account Sales Central Europe)
 ©Foto: Leonardo Hotels Central Europe ©Foto: Julia Nimke ©Foto: Leonardo Hotels Central Europe
 Foto-Download per Hyperlink auf den Fotos

Berlin, 16. März 2021. Der Vertrieb ist wichtiger denn je – dies hat **Leonardo Hotels Central Europe für sich verstanden und schärft die Vertriebsstruktur, um sich optimal für die neuen Gegebenheiten im New Normal aufzustellen. So bündelt die Hotelgruppe alle Verkaufsteams in eine zentrale Einheit und koordiniert damit jegliche Verkaufsaktivitäten strategisch aus einer Hand, die von Maja Ziemann, Director Corporate & MICE Sales Central Europe, sowie Björn Gollan, Director Account Sales Central Europe, geleitet wird – beide berichten an Sandra Dreher, VP Sales & Marketing bei Leonardo Hotels Central Europe. Das Trio arbeitet bereits seit einigen Jahren sehr vertrauensvoll und beständig zusammen und hat langjährige Sales Kompetenz inne. Alle drei sind sich einig – eine authentische, vertrauensvolle und ehrliche Partnerschaft mit Kunden steht im Vordergrund – individuelle Betreuung und intensivere Kundennähe muss ausgebaut werden.**

Besonders im Fokus stehen gleichbedeutend die Ausrichtung und Vertriebsverantwortung für Unternehmen aus dem Mittelstand, als auch die intensivere Betreuung von Branchen sowie Großkunden im In- und Ausland. Ziel der neuen Struktur ist stärkere Kundennähe und Nutzen aller Synergien der Hotelstandorte. Das Konzept antwortet auf die sich ändernden Marktbedingungen, nimmt aber auch die wichtige persönliche Ansprache der Kunden sehr ernst, bei der sich der Vertrieb mehr individuell auf die Bedürfnisse der einzelnen Unternehmen einstellen und Angebote gezielter formulieren kann. Ein neu geschaffenes InsideSales-Team steht kompetent zur Seite, um vor allem aktuellen Bedarf und Umsatzpotenziale zu ermitteln, als auch Up- und Cross-Selling-Strategien zu definieren und nachzuhalten. Eine intensive Nutzung aller Synergien und die Akquise neuer Businessfelder sind dadurch ebenso möglich.

„Mit unserer neuen Struktur wollen wir eine unkomplizierte Gliederung mit klaren Verantwortlichkeiten schaffen“, so Sandra Dreher, VP Sales & Marketing bei Leonardo Hotels Central Europe. Ziel sei es, im qualitativen und quantitativen Sales noch besser und individueller zu werden. „Ebenso im Fokus steht die Entwicklung unserer Sales-Kompetenz sowie auch



PRESSEMITTEILUNG

Aufstockung unseres Vertriebes. Hier setzen wir uns klar von anderen Hotelgruppen ab, die ihre Verkaufsabteilungen eher abbauen. Auch in den letzten schwierigen Monaten und aktuell war und ist für uns immer bedeutend, dass unser Vertrieb aktiv und ein verlässlicher Ansprechpartner für unsere Kunden und Partner ist.“

Ebenso wurde das neue „mobile Arbeiten“ für alle Vertriebsmitarbeiter eingeführt, das mit mehr eigenverantwortlicher Struktur und flexibler Planungsmöglichkeit einhergeht – ob digital zu Hause, im Co-Working-Bereich der Hotels oder Hotelbüro und hoffentlich bald auch wieder unterwegs.

„Ein konstanter persönlicher Kontakt ist sowohl in guten als auch in schlechten Zeiten ein Muss, egal ob vor Ort oder digital“, so Sandra Dreher, die seit 2007 dem Unternehmen treu ist. Vor allem in schwierigen Zeiten zeige sich, welche Bedeutung Vertrieb im jeweiligen Unternehmen einnimmt. „Erfolg im Vertrieb kommt nicht von ungefähr, sondern ist Ergebnis täglicher intensiver Arbeit“, davon ist das Vertriebs-Trio überzeugt. „Für jeden unserer Mitarbeiter schaffen wir Möglichkeiten, ihr Bestes zu geben, neue Ideen einzubringen und diese auch umzusetzen, sich weiterzuentwickeln und ihr Karriereziel zu erreichen – auch in Krisenzeiten“, so Dreher abschließend.

Über uns

LEONARDO HOTELS CENTRAL EUROPE mit Hauptsitz in Berlin ist verantwortlich für das Hotelportfolio in den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen, Tschechische Republik, Ungarn, Spanien sowie Italien. Präsent in diesen 8 Ländern sowie 37 Destinationen, inkludiert das Hotelportfolio 81 Häuser mit rund 14.500 Zimmern. Die Markenfamilie besteht aus: Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels und NYX Hotels by Leonardo Hotels. In zentralen Destinationen gelegen, stehen sie für hohe Qualitäts- und Servicestandards sowie stilvolles Interieur Design mit regionalem Flair.

In jedem Leonardo Hotel steht der Gast mit seinen individuellen Wünschen und Bedürfnissen im Mittelpunkt – zugewandt und aufmerksam für die vielen Dinge, die den Aufenthalt besonders machen. Das prägt seit jeher das Selbstverständnis des Unternehmens. Hier kann jeder entspannt ankommen, durchatmen und sich einfach wohlfühlen, egal ob die Reise geschäftlich oder privat geprägt ist.

Leonardo Hotels Central Europe ist Teil der Fattal Hotel Group, die 1998 von David Fattal gegründet wurde. Geprägt durch dynamisches Wachstum werden in Europa & Israel **217 Hotels mit 42.000 Zimmern in 106 Destinationen und 19 Ländern** betrieben. Zum Markenportfolio gehören: Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels, Jurys Inn, Apollo Hotels und Herods. Die israelische Hotelgruppe ist an der Tel Aviv Stock Exchange (TASE) gelistet. www.leonardo-hotels.de

Bildarchiv Leonardo Hotels Central Europe [hier](#).

Kontakt für Rückfragen:
Corporate Communications
E-Mail: presse@leonardo-hotels.com

Primo PR
Presseagentur der Leonardo Hotels Deutschland
Nuray Güler & Anne Heussner
E-Mail: leonardo-hotels@primo-pr.com