

Oprechte glimlach maakt het verschil



Wie aan gastvrijheid denkt, benoemt vaak de glimlach als één van de eigenschappen die daaraan bijdragen. Wanneer u de definitie van de 'glimlach' opzoekt zult u uitkomen op 'een fysiologische gelaatsexpressie van emotie'. Bij de chimpansee is het tonen van de boventanden een teken van angst. Gelukkig is bij mensen meestal blijdschap de aanleiding van een glimlach.

Een glimlach kan spontaan optreden of kunstmatig zijn en de ontvanger van de glimlach voelt dit aan. Hoe vaak wordt u immers niet begroet in een kledingwinkel, tankstation, entreebalie of in de supermarkt zonder dat er oogcontact wordt gemaakt? Neen, dat heeft niets met oprechtheid van doen. Het is een lastige opgave om bij de receptie van uw locatie oprechte gastvrijheid aan uw gasten over te brengen; een balans tussen behagen op eigen gevoel en uitgaan van de behoefte van de klant. Door de receptionist(en) te laten denken vanuit de individuele kant kan er een situatie worden gecreëerd waarin de gast zich welkom voelt.

Een ander codewoord anno 2014 is klantgerichtheid. Wanneer het woord wordt gesplitst komt het er kort op neer dat er gericht op de klant actie wordt ondernomen. Door deze benadering in het gastenontvangst wordt de balans gebaseerd op het eigen gevoel verdreven en wordt de bezoeker meer als een verplichte taak bij de receptie en een nummer gezien. Vaak met een echt nummer op de bezoekersbadge die u daarna wordt aangeboden! Klantgerichtheid kan worden omgebogen naar gastvrijheid door de receptionist zodat het bezoek geen nummer wordt.

Gastvrijheid biedt een toekomst in een wereld waarin trends en wensen net zo veranderlijk zijn als het klimaat. Binnen kaders van de receptiedienstverlening kan gastvrijheid breed worden toegepast, terwijl de invulling ervan meeverandert met

de dynamische wereld van nu. Vanuit mijn opleiding aan de Hotelschool Den Haag is het gastvrijheidsmodel mij altijd bijgebleven: een beleving van gastvrijheid ontstaat wanneer een ontvanger van gastvrijheid (de gast) een verwacht aanbod van gastvrijheid ondergaat. De verwachtingen van de gast zijn gebaseerd op behoeften en doelstellingen. Het gastvrijheidsaanbod bestaat uit de elementen product, gedrag en omgeving. Komen de verwachtingen en het aanbod overeen, dan is er sprake van positieve gastvrijheid. Zonder overeenkomst is er een negatieve gastvrijheid.

Dit is een bekend fenomeen in de psychologie. Zodra mensen verwachtingen hebben, kunnen die worden gerealiseerd of overtroffen. In beide gevallen is men tevreden. Als er onvoldoende aan de verwachtingen wordt voldaan, overheerst de teleurstelling. Een gouden driehoek van product, gedrag en omgeving is daarin leidend om de optimale beleving te creëren. De glimlach is waar het allemaal mee begint. Het is verbazingwekkend hoeveel verschil je kunt maken door het geven van een oprechte glimlach via face to face contact. Bovendien is een glimlach ook hoorbaar. De receptionisten zijn immers de sleutel tot de ervaring van uw gasten.

Veelal spelen er op de achtergrond verschillende behoeften bij een manager, afdeling inkoop en bij de operationeel verantwoordelijke. Het is verleidelijk om mee te gaan in bestaande flows, maar mijn doel is om de uitdaging aan te gaan en te kijken wat

medewerkers, klanten en gasten daadwerkelijk vragen en dit te bundelen aan het proces van receptiedienstverlening. Door middel van een open gesprek aan te gaan met mijn 'moodboard' met verschillende printen en sfeerimpressies luister ik naar wat er op locatie speelt. Wat gebeurt er elke dag en met welk advies kan ik waarde toevoegen? Hoe worden de zintuigen van een bezoek geprikkeld? Wat is de visie op entreemanagement? Door goed te luisteren kan maatwerk worden geadviseerd en daarmee maak ik graag het verschil.

Bij het binnentreden van een locatie gaan er verschillende gedachten door het hoofd van de bezoeker. Hoe word ik welkom geheten in het pand, hoe is de bereikbaarheid en zie ik daar een oprechte glimlach of word ik eigenlijk weggekeken net als in een kledingwinkel op zaterdagmiddag? Het draait uiteindelijk allemaal om het gevoel: zie ik een oprechte glimlach van blijdschap of, net als bij de chimpansee, van angst? ■



Ilona Vijn,
salesmanager receptiedienstverlening
bij Trigion Services.