

# Kleine gastvrije gebaren

Publicatie: juni 2014



Dit is een gratis publicatie van  
Van Spronsen & Partners horeca - advies

**VAN SPRONSEN  
& PARTNERS**  
horeca - advies

# Voorwoord

## Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Van Spronsen & Partners horeca-advies is onderdeel van de Van Spronsen & Partners groep. Naast horeca-advies verzorgen we ook horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen. Ruim 27 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

Ons adviesbureau is gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en het opstellen van horecavisies en -beleid.

Tevens publiceren wij regelmatig brancheonderzoeken met cijfers, trends en een toekomstvisie van de sector. Voorbeelden hiervan zijn 'De golfbaan in beeld', 'het Italiaanse restaurant in beeld' en 'De Ijssalon in beeld'. Kijk voor alle gepubliceerde brancheonderzoeken op onze website [www.spronsen.com](http://www.spronsen.com). Kijk ook eens de websites van onze collega's [www.salaris-spronsen.nl](http://www.salaris-spronsen.nl), [www.rollemapartners.nl](http://www.rollemapartners.nl) en [www.training-spronsen.nl](http://www.training-spronsen.nl).

**VAN SPRONSEN  
& PARTNERS**  
horeca - salarisadministratie

**VAN SPRONSEN  
& PARTNERS**  
horeca - advies

**VAN SPRONSEN  
& PARTNERS**  
gastvrije trainingen

**ROLLEMA  
& PARTNERS**  
horeca - administratie

## Perfekte gastvrijheid

Perfekte service door het gehele personeel is uiteindelijk het meest gastvrije gebaar wat je je gasten kunt bieden. Geen grootse of kleine gebaren maar een perfect op elkaar ingespeeld team. Gewoon een gesprek over de omgeving aangaan als bellboy; inspelen op de vragen van gasten; uitleg geven over de technische mogelijkheden in de kamer; regelmatig laten vragen of gasten het naar hun zin hebben maar niet te vaak en elke keer door een ander teamlid.

Afgelopen mei hebben wij deze gastvrijheid mogen ervaren bij het Lindos Blu hotel op Rhodos. Ook bieden ze leuke kleine gastvrije gebaren, variërend van bubbels bij aankomst tot een klein afscheidscadeautje met regionale lekkernijen. Die perfect geregelde gastvrijheid hebben wij zelden eerder ervaren, dus als je als hotelier nog geen vakantiebestemming hebt voor het najaar, ga de kunst daar eens afkijken en ervaren!

In deze editie van 'kleine gastvrije gebaren' dit keer de focus op gastvrije gebaren in hotels. Hierbij is door ons onderscheid gemaakt in gastvrije gebaren voor de zakelijke gast en de toerist.

Er verschijnen regelmatig publicaties over hetgeen reizigers verwachten van hotels. Wij hebben uit diverse publicaties een aantal punten op een rijtje gezet. Daarbij maken we een onderscheid tussen de zakelijke gast en de toeristische gast omdat de ervaring leert dat deze beiden andere behoeften hebben.

Marjolein van Spronsen



# De zakelijke gast

Een uitstekend bed, goede kussens, een goede douche en een snelle haardroger.

Een goede nachtrust! Dus maatregelen zoals geluiddemping vanuit zalen, gangen en buiten het hotel en een geluidsarme airconditioning.

Business faciliteiten, computeraansluitpunten, printmogelijkheden, toegang tot Wi-Fi.

Thee of koffie kunnen maken in de hotelkamer.

Genoeg ruimte in de lobby van het hotel om met klanten te kunnen afspreken.

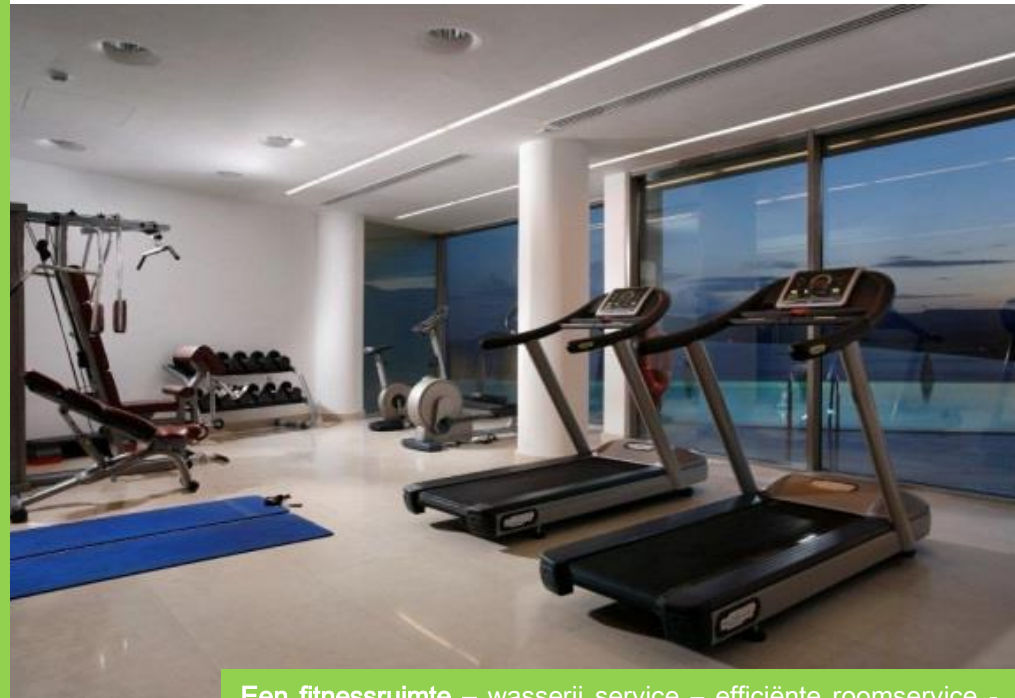
Techniek die makkelijk te gebruiken is.

De mogelijkheid om snel te kunnen ontbijten, eventueel afgeleverd in papieren zak (brown bag) op de hotelkamer.

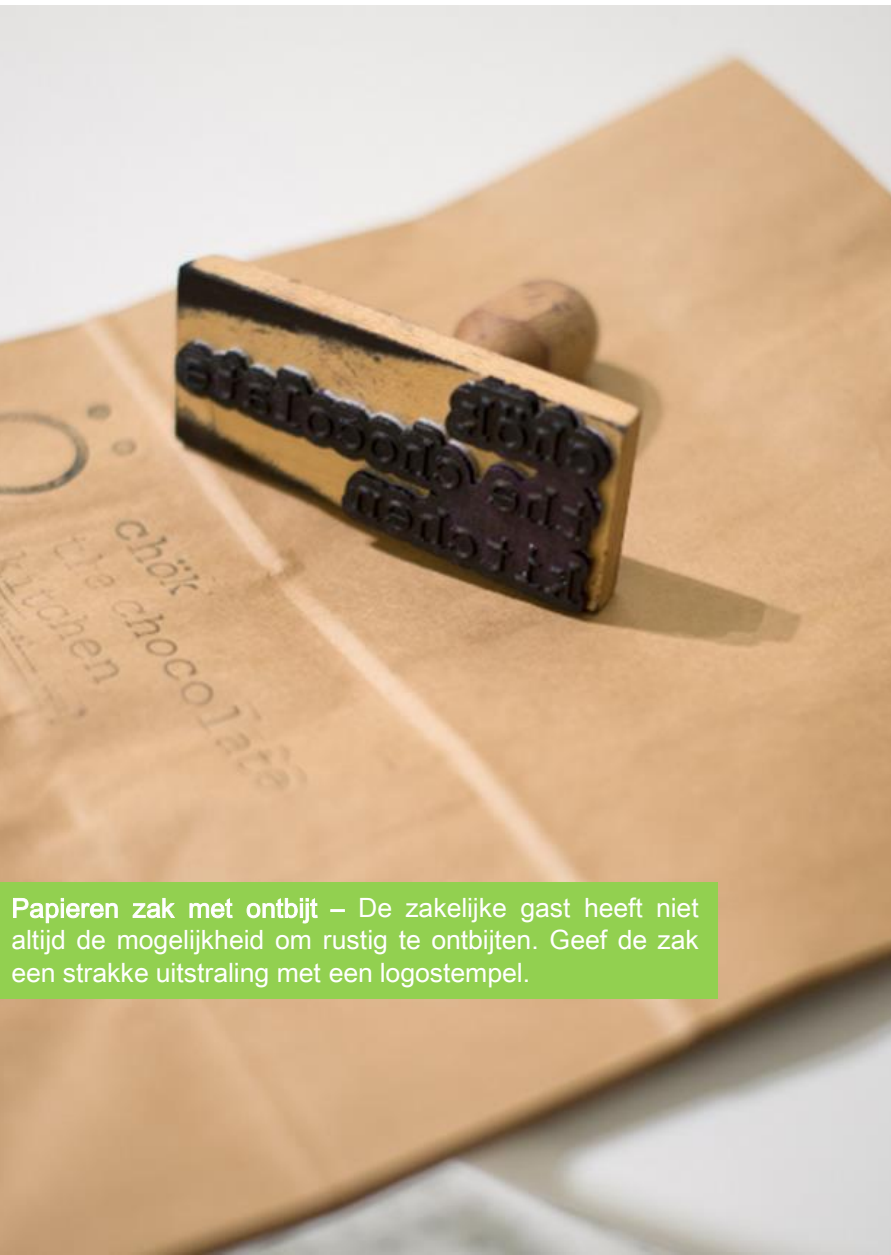
De mogelijkheid voor een early check-in en late check-out.

Verwachting hotelketen is helder en loyalty-programma's zijn aantrekkelijk.

De moderne zakelijke gast wil transparantie, eerlijkheid en waar voor zijn geld; mede door de economische omstandigheden wil hij geen onverwachte verrassingen betalen. De website moet deze reiziger dus duidelijk informeren wat wel en niet binnen de 'gratis' service past. Vooral de jongere zakelijke reiziger geeft aan zelf te willen kiezen voor de service die hij afrekent, in het Engels gebruiken ze hiervoor de mooie term 'itemized bills'. Op het moment dat je bijvoorbeeld een beperkte was-service gratis aanbiedt wil deze reiziger deze schrappen en een lagere prijs voor de kamer betalen. Wees transparant in je prijsbeleid en confronteer je gasten niet met onduidelijke extra kosten.



Een fitnessruimte – wasserij service – efficiënte roomservice - worden door de zakelijke gast belangrijk gevonden.



Papieren zak met ontbijt – De zakelijke gast heeft niet altijd de mogelijkheid om rustig te ontbijten. Geef de zak een strakke uitstraling met een logostempel.

De persoonlijke groet door het personeel en een keertje een onverwacht en gratis 'extraatje' wordt erg gewaardeerd. Opvallend dat ook hier de customized service als prettig wordt ervaren. Dat extraatje moet tegemoet komen aan de behoefte van de individuele gast. Dit uiteraard naast de extraatjes die de meeste gasten zullen appreciëren en die vaak op Tripadvisor en social media worden genoemd.

Lokale telefoontjes die gratis gepleegd kunnen worden. Er zijn zelfs hotels geweest waar je tegen een kleine vergoeding een lokaal mobielnummer kon regelen. Vooral voor internationale gasten een interessant gebaar.

Een gratis flesje water op de hotelkamer. Vooral als de bellboy, de flesjes koud mee naar je kamer neemt als hij meeloopt met je koffer, komt dat zeer gastvrij over.

Een espresso machine op de hotelkamer.

Een keertje gratis was-service.

Gadgets die door de zakelijke reiziger worden gewaardeerd zijn een iPod station en iPad met handige tips of een (digitale) krant in de eigen taal.

Conciërge-service, met name een conciërge die helpt met het regelen van moeilijk te krijgen tickets voor musea of theaters.

Train je personeel goed, leer ze elke gast vriendelijk te begroeten en eventueel een kort praatje aan te gaan. Geef ze vertrouwen en de ruimte om persoonlijk te reageren op wat zij zien gebeuren bij een gast. Natuurlijk moet je hier wel de grenzen van de mogelijkheden aangeven maar vaak wordt dit goed en enthousiast opgepakt. De verjaardag van een gast is een prachtig moment om iets extra's te doen bij het diner of een verrassing op de kamer te plaatsen. Zo hadden onze dochters een fles champagne laten bezorgen op onze trouwdag, het Lindos Blu hotel had er een klein taartje met een felicitatie bij geplaatst.....



**Willekeurige vriendelijkheid** - De KLM heeft de afgelopen jaren via de social media veel van hun passagiers verrast met kleine gastvrije gebaren. Via degenen die verantwoordelijk zijn voor het twitteren en facebooken kwamen zij achter voorkeuren van die passagiers die de KLM volgden. Met deze kennis konden zij perfecte kleine verrassingen geven voor vertrek. Via social media werden er video's verspreid van deze verrassende vriendelijke gebaren naar hun passagiers toe.

Als grote bedrijven deze vorm van 'willekeurige vriendelijkheid' inzetten als marketing actie dan moet dit binnen een kleiner team zeker mogelijk zijn. Samen met je personeel kun je verschillende triggers aanwijzen waar een actie bij hoort. Geef duidelijke richtlijnen; wat is het budget; hoe komen we aan onze informatie; wanneer kunnen we de informatie gebruiken; enzovoorts.



**Geef een korte rondleiding** - Geef niet alleen de sleutel af, maar regel dat je gasten naar hun kamer worden begeleid en geef ondertussen een korte rondleiding. Zeker als gasten bij je komen om vakantie te vieren is dit een mooi moment om kennis te maken en ze iets meer over het hotel te vertellen. Hebben gasten een lange reis achter de rug? Bied ze iets te drinken aan, eventueel met een kleine snack. Het geeft een gevoel van thuiskomen. Vooral de hotels in het Midden Oosten en Verre Oosten verwelkomen hun gasten met een drankje, een hot towel en een hapje. Ondertussen checkt een receptionist de reservering. Een perfecte manier om een verblijf te beginnen!

Die gast die bij je vakantie komt vieren, is vaak iets makkelijker te behagen met kleine gebaren dan de zakelijke reiziger. Ze hebben bijna dezelfde wensen als een zakelijke reiziger maar ze zijn een stuk relaxter. Geen werkdruk, weinig tijdsdruk en vaak in gezelschap van familie of vrienden. De kleine gastvrije gebaren die je naar deze gasten doet zullen eerder worden ervaren en doorverteld.

**De koffie bij het ontbijt** - Het is en blijft moeilijk voor de hotellerie. De bravilors staan vaak al vroeg aan en persoonlijk vind ik de koffie vaak niet te pruimen. Meestal vragen we dan ook om espresso, om soms te zien dat er hiervoor toestemming aan de maître gevraagd moet worden. Dit terwijl er best veel gasten thuis ook een espresso of cappuccino drinken bij hun ontbijt. Zeker als je een grote hotellobby hebt is het zeer gastvrij om 's ochtends gratis koffie te schenken. Vooral bij Amerikaanse ketens zie je dit, weliswaar met een echte Amerikaanse bak, maar toch...

**Remember me** - Vertrekken je gasten per auto? Geef ze een lokale lekkernij en een flesje water mee voor onderweg. Recent zagen we blanco verpakkingsmateriaal waarop een persoonlijke boodschap voor de gast was geschreven. Stuur een ansichtkaart zodat uw gasten bij thuiskomst weer even het vakantiegevoel herbeleven. Geef iets mee met een herinnering aan uw bedrijf, creëer uw eigen collectorsitem. U moest eens weten hoeveel KLM grachtenhuisjes ik ondertussen al ben tegengekomen wereldwijd.

**Transparant over de prijs** – Voor je gasten is het element prijs de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden. Veel items waar vroeger voor betaald moest worden, worden nu als service verwacht of het moet duidelijk aangegeven staan dat er apart voor betaald moet worden. De enige conclusie die je moet trekken; wees transparant in je prijsbeleid en confronteer je gasten niet met onduidelijke extra kosten.

**Jonge kinderen** - Blijf opletten wat er speelt en kijk waarmee je een gast tegemoet kunt komen. Zo ervaren gasten met kinderen het als erg prettig als jonge kinderen even worden afgeleid tijdens het inchecken. En het is zo eenvoudig, zorg voor speelruimte of geef ze iets kleins om mee te spelen.



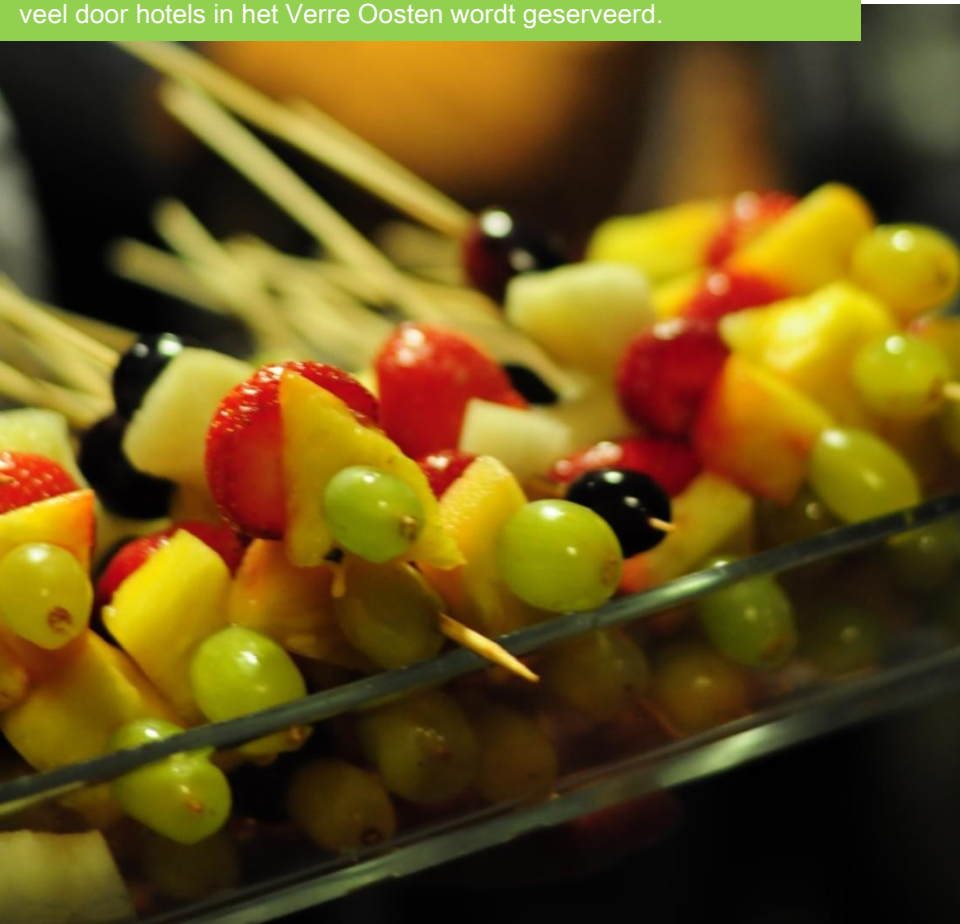
# Verkoelend, verfrissend, verrassend

## Ijsjes uitdelen in de hotellobby

Recent las ik een twitterbericht van restaurant Stravinsky in Hengelo dat ze gratis 'waterijsjes' uitdeelden op het terras. Dit kan natuurlijk ook perfect in een hotellobby en zal bij heet weer zeker voor een glimlach zorgen.

## Fruit op het strand of bij het zwembad

Onder andere bij het hotel Lindos Blu kregen we op het strand een bordje meloen geserveerd. Vooral als het lokale fruit bijna rijp van de bomen valt is het een verfrissende en attente versnapering die ook veel door hotels in het Verre Oosten wordt geserveerd.



## Eens iets anders bij de koffie tijdens vergaderingen

NH hotels Amsterdam Galaxy op de Distelkade heeft tijdens cursussen en vergaderingen een zelfbedieningsbuffet van snoepjes bij de koffie en verse muntthee. Toch weer net zo anders dat Armand Sol er een foto van maakte en de medecursisten vol overgave aan de rest van de ochtend begonnen.

## Geen overlast van mobieltjes voor de andere gasten

In plaats van gasten opvallend te verzoeken hun mobiel uit te zetten, is een kleine herinnering een stuk vriendelijker. Grand Hotel de Draak uit Bergen op Zoom schreef "Vergeet niet bij vertrek het geluid van uw mobiele telefoon weer aan te zetten" op hun lunchkaart. U kunt het natuurlijk ook op de achterkant van een sandwichbord bij de ingang schrijven, zoals op de foto van de voorpagina. Zo geef je aan dat je er vanuit gaat dat de gasten het ook als vanzelfsprekend ervaren.

# Volgen en delen van feedback



**Deel complimenten** - Vergeet niet je 'social media' volgers te informeren over complimenten die je krijgt. Als je gebruik maakt van social media dan begrijp je wel wat we bedoelen, boodschappen op Facebook delen of op Twitter retweeten.

Zo kwamen wij op de Facebook pagina van de WestCord hotels dit gedeelde bericht tegen;

*"Kluis vergeten leeg te halen in onze hotelkamer. Kwamen we na de overtocht achter. Snel gebeld met Westcord en met de eerste boot mee terug. Daar stond Wim van de receptie ons op te wachten met de inhoud van de kluis en een leuke tas met inhoud. Super service ....waarvoor onze dank"*

De tweet van Deb Thompson van @newjetsetters met een foto van Fa-raon, de Birmese kat die kinderen en volwassenen gezelschap houdt in de lobby van het Bristol hotel (5 sterren) in Parijs, is ook zo'n klein gebaar wat door een gast wordt verteld aan haar volgers op Twitter. Natuurlijk heeft het hotel de foto geretweet.

Sinds 2010 brengt deze kat gezelligheid en genegenheid naar het hotel en benadrukt de rustige en gezinsvriendelijke sfeer van het hotel. Als u dit soort voorbeelden leest dan hoop ik dat degenen die nog niet aanwezig zijn op een social media kanaal in ieder geval wel in de gaten houden hoe er over hun bedrijf wordt gesproken op de diverse kanalen.

**Digitale krant** - Traders Hotels heeft bij 15 hotels in Australia, Azië en het Midden-Oosten de digitale kiosk 'PressReader' gelanceerd. Gasten hoeven alleen maar verbinding te maken met het Wi-Fi netwerk en hebben verder geen account of inlog nodig. Via de 'PressReader' krijgen zij onbeperkt toegang tot meer dan 2.500 wereldwijde kranten en tijdschriften in 60 talen uit 100 landen. Ze kunnen op elk moment van de dag, vanuit het hele hotel een krant of tijdschrift lezen, een mooi gastvrij gebaar van het hotel naar de gast toe.

**Eigen krant** - Het hoeft natuurlijk niet digitaal! Een krant over je eigen bedrijf is met een bijzonder evenement ook een leuke give-away. Zo heeft Grand hotel De Draak in Bergen op Zoom de 'Draak Courant' uitgegeven. Die is verspreid in de regio en uitgereikt aan de bezoekers tijdens de heropening na een fikse brand.





# Bronnenlijst

[www.horecatrends.com](http://www.horecatrends.com)

Foto voorkant Armand Sol

Hotel in voorwoord: [www.lindosblu.gr](http://www.lindosblu.gr)

Foto pagina 2 Fitnessruimte Lindos Blu - [lindosblu.gr](http://lindosblu.gr)

Foto pagina 3 Chök (via [horecatrends.com](http://horecatrends.com))

Foto pagina 4 Esther Ottens voor Van Spronsen & Partners

Foto's pagina 6: Armand Sol

Pagina 7:

<https://www.facebook.com/WestCordHotels>

Tweet Deb Thompson - [www.newjetsetters.com](http://www.newjetsetters.com)

Pressreader: <http://www.pressreader.com/>

Grand hotel De Draak ; [hoteldedraak.nl](http://hoteldedraak.nl)

Bekijk onze andere publicaties met kleine gebaren op [www.spronsen.com](http://www.spronsen.com)



Hier staan ook brancheonderzoeken met cijfers, trends en een toekomstvisie van o.a. golfbanen, Italiaanse restaurants en ijssalons.



## Trendpresentaties voor ondernemers en studenten

Regelmatig verzorgen we trend- en inspiratiesessies over de (inter)nationale ontwikkelingen binnen de horeca, marketing, leisure, retail en de belevingseconomie. We hebben ervaring met het geven van presentaties voor verschillende groepen, van studenten tot op bestuurlijk niveau.

Wilt u als ondernemer trends toepassen? Wij bekijken uw communicatiemiddelen, verzorgen een inspiratiesessie, bepalen met u wat haalbaar is en begeleiden de uitvoering. Meer informatie: [armandsol@spronsen.com](mailto:armandsol@spronsen.com)