



CONSULAAT VOOR GASTVRIJHEIDMANAGEMENT
CONSULATE FOR HOSPITALITY MANAGEMENT

GASTVRIJHEID VRAAGT UW AANDACHT!

Wat; Congres Ondernemen met FMA's te Amersfoort
Wanneer; Vrijdag 1 juli 2011 om 13.15 uur
Plaats; De Kamers, Amersfoort.
Onderwerp; Informatie om alvast te 'triggeren' over het thema; Gastvrijheid
Wie; Fons Bitter van het Consulaat voor Gastvrijheid Management
Trigger; De uitdaging om het woord **Gastvrijheid** als werkwoord te benaderen. Dat werkt gastvrij!

Geachte deelnemers aan het congres,

De ervaring heeft mij geleerd dat het uitdragen van een gastvrijheidsvisie en het maken van een praktische vertaalslag naar operationele implementatie, nog niet zo eenvoudig is. Hoewel iedereen weet wat het gevoel en de beleving is van een weldadig genoten gastvrijheid, blijkt het uitleggen aan medewerkers, het inzichtelijk maken, het organiseren en het 'day to day' managen in de praktijk als lastig en weerbarstig wordt ervaren. Om u als deelnemer aan het congres enig inzicht te geven in de voorwaarden en de processen die nodig zijn voor een excellente gastvrijheidsbeleving in uw eigen organisatie, daag ik u alvast uit met een aantal vragen. Vragen die mogelijk actueel zijn;actueel binnen uw eigen organisatie misschien? Vragen die onder andere gaan over bejegening, het verwelkomen, de gastgedrevenheid van medewerkers, vriendelijkheid, etiquette, én de gast-wijs-heid van leidinggevend en directie.

Vragen die aan de orde zijn en mogelijk u alvast kunnen uitdagen voor de sessie:

- Hoe is het welkom voor uw gasten georganiseerd in de eigen organisatie?
- Wanneer heeft u voor het laatst zelf als "mystery visitor" uw bedrijf als een Gast bekeken?
- Is uw front- & back office al zo georganiseerd om Gasten excellent te verwelkomen en verder te helpen?
- Wie is er in uw organisatie eigenlijk verantwoordelijk voor het Gastenkwiteitproces?
- Wat weten uw medewerkers eigenlijk te vertellen over; Gastvrijheid?
- Kunnen uw medewerkers beschikken over een Gastvrijheid Plaza, waar hét onderwerp ter sprake komt?
- Weet u al wat de voordelen zijn van integrale Gastvrijheid en de winst die het oplevert?
- Hoe veranker je gastvrijheid als instrument als toegevoegde waarde met excellent dienstbetoon?
- Wat heeft het laatste klanttevredenheidonderzoek opgeleverd?en wat doet u met de uitkomsten?
- Is Gastvrijheid een aanbodgericht of een vraaggestuurd proces?
- Beschikt uw organisatie al over een Gastvrijheidsvisie, of nog beter, een eigen Gastvrijheidsformule?
- Is Gastvrijheid al als een strategische missie benoemd in uw businessplan?
- Waarmee kan ik u van dienst zijn? Vraagt u maar;Please by my guest!

Vragen genoeg dus om antwoorden op te vinden.

Ik reken op uw inbreng, belangstelling en interessante vragen en wens u een uitdagende congresdag.

Met vriendelijke groet,

Fons Bitter, consul in gastvrije zaken



CONSULAAT VOOR GASTVRIJHEIDMANAGEMENT
CONSULATE FOR HOSPITALITY MANAGEMENT

Gastvrijheid is géén wetenschap! ...maar wat we wel zeker weten is dat een gastvrij onthaal mensen blij en een gelukkig gevoel geeft in de hedendaagse en complexe diensteneconomie.

Een gast? ...dat is toch die ander!

In een tijd waarin de technologie zich sneller ontwikkelt dan iemand ooit voor mogelijk had gehouden, heeft de klant een even formidabele ontwikkeling doorgemaakt. De aanbodmarkt is al lang veranderd in een vraagmarkt en dat betekent niets minder dan dat de klant aan de touwtjes trekt. De klant is de ultieme marktleider. Veel organisaties beseffen dat en zijn begonnen aan een inhaalslag: het inrichten van een klant- en gastgerichte organisatie, kortom er wordt gewerkt aan een vernieuwend Service Design. Maar alleen klantgericht zijn is niet meer genoeg. Het probleem is immers dat het tegenwoordig de klant is, die zijn pijlen afschiet. Het is niet een kwestie van raakschieten, het is de kunst geraakt te worden. Klanten virtueel kunnen raken in hun hart, dat is pas doeltreffend.

Een organisatie inrichten waarin de klant het werkelijke middelpunt is, is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Alle verschillende klanten hebben hun eigen specifieke voorkeur. Een voorkeur die bovendien met de dag verandert. De 'nieuwe pro-consumer' wil kwaliteitsdiensten en producten die naadloos aansluiten bij zijn specifieke en actuele behoeften. De klant weet dat diensten en producten overal en op elk moment te krijgen zijn en bepaalt dus zelf wanneer, waar en hoe hij of zij het product of dienst koopt. Tegelijkertijd wil de klant persoonlijk, gastvrij en professioneel onthaald worden, en de klant wil zich ook 'thuis' en betrokken voelen; en vooral het oprechte gevoel hebben; **van harte welkom te zijn.**

Sawubona betekent niets anders dan; IK ZIE JE!

Klantgerichtheid was altijd al een essentiële voorwaarde voor een succesvol ondernemerschap. Maar tegenwoordig is het kennen van klanten en het reageren op de veranderende behoeften echter heel wat minder eenvoudig. Maar met een keer veranderen bent u er nog niet. Elke dienstenonderneming moet in staat zijn steeds weer opnieuw, alert, actief en dienstbaar te reageren om (potentiële) klanten liefdevol in hun hart te raken. Om dat te bereiken moet het voor elke klant uiterst eenvoudig zijn om met u in contact te komen. Zijn uw medewerkers daadwerkelijk in staat die "nieuwe" klant excellent te tegemoet te treden, te verwelkomen en vervolgens hen professioneel van dienst te zijn?

Sawubona is focussen op de klant, als ware het uw eigen gast!

Of uw klant zich bij u thuis voelt en tevreden blijft, is afhankelijk van het authentieke gevoel van de totale dienstenverlening. Eigenlijk is service alles wat er gebeurt in de contacten tussen uw bedrijf en de klant: elk contactmoment, elke vorm van communicatie, alles wat u doet op het '*moment suprême*' tijdens de transactie. Alles dat bijdraagt aan de indruk die uw klant ontvangt, krijgt en voelt.

De optelsom van alle contacten bepaalt hoe de klant de service en bejegening van de dienstverlener heeft ervaren. Als u de klant wil zien, dan ziet de klant u ook, Sawubona!

Oude wijn in nieuwe zakken?

Gastvrijheid is zo oud als het bestaan der mensheid. Het is geen wetenschap en is op zich eenvoudig uit te leggen en te leren. Echter in onze complexe diensteneconomie blijkt het uiterst weerbarstig en lastig in de dagelijkse uitvoering. Gastvrijheid zit latent verborgen in onze genen. Soms zijn we het verleerd of hebben het afgeleerd, maar het kan weer uitstekend opnieuw worden geactiveerd. Eenvoudig, door weer oude wijn in nieuwe zakken te gaan schenken met service design. Eigenlijk niets anders dan al uw bestaande instrumenten en technieken op een andere wijze te assembleren. Service design met als focus de klant steeds weer opnieuw royaal en koninklijk te behandelen. Een klant die zich weer welkom voelt op het moment dat deze bij u, virtueel of in levende lijve, voet over uw drempel zet.



CONSULAAT VOOR GASTVRIJHEIDMANAGEMENT CONSULATE FOR HOSPITALITY MANAGEMENT

De klant stelt het op prijs dat u hem of haar kent en (h)erkent, dat u daar tijd voor vrijmaakt met een welgemeend, goed en eerlijk advies. Dat u een goede prijs berekent en de gemaakte afspraken nakomt, én dat u ook klaarstaat nadat de portemonnee is getrokken en de klant met een probleem bij u aanklopt. Dan pas blijkt of uw organisatie klantgedreven is en er geïnvesteerd is in een relatie met de klant. Als we het overigens toch over wijn hebben... **Mijn motto is; *vóór het inschenken, ...éérst aandacht schenken!***

GASTVRIJHEIDMANAGEMENT IS EEN CONCRETE VORM VAN ZAKELIJKE EN COMMERCIELE SPIRITUALITEIT.

Het is bezieling en betrokkenheid die medewerkers zich thuis doen voelen en zelfvertrouwen geeft. Het is de bezieling en het thuisgevoel die ook de betrekkingen met uw klanten versterkt. Gastvrijheid is een strategische keuze, omdat dé referentiemaatstaf van klantgerichtheid de glimlach is van een blij en gelukkige klant! Het gaat in onze diensteneconomie om het managen van de vonk op het moment suprême van de transactie. Het organiseren van '*glimlachende transacties*' die er zorg voor dragen dat er sprankelende vonken overspringen naar anderen, namelijk uw klanten! Gastgedrevenheidinstrumenten die daarbij helpen zijn de; **Circle of Hospitality & Total Performance Scorecard**. Als u perfecte transacties wenst, dan gaan wij zorgdragen voor de spetterende vonken! Onze presentaties, workshops en trainingen helpen daar uitstekend bij.

CONSULAAT VOOR GASTVRIJHEIDMANAGEMENT

Wenst u meer informatie over het toepassingen van gastvrijheid in uw organisatie? Dan bent u van harte uitgenodigd contact met mij op te nemen. Een gastvrij introductiegesprek kost niets en de glimlach krijgt u er geheel gratis bij! Bel: **06 51355141** of mail: fonsbitter@consulate.nl of bezoek www.consulate.nl



FONS BITTER... EN ZIJN EERSTE WIJZE LES IN GASTVRIJHEID:

SAWUBONA! ...ik zie je!

Sawubona is a Zulu greeting and is based on acknowledging the presence of the other person. Sawubona is a Zulu word and Zulu is one of South Africa's 11 official languages. Sawubona directly translates to "I see you" and is used to say; hello and welcome. But the word means so much more.

Fons Bitter is initiatiefnemer en oprichter van het Consulaat voor GastvrijheidManagement én founder van Courtesy Masters Executive Search & Recruitment. Fons heeft ruim 40 jaar ervaring met gastvrijheid-management en bekleedde een breed palet aan directie- en managementfuncties in de hospitality branche. Zijn kennis, kennissen en mensen-

kennis heeft hij als hotelmanager, directeur en gastheer opgedaan in verschillende, toonaangevende hotelketens, cateringorganisaties, leisure, project, advies, interimfuncties en docentschappen. Fons was succesvol bij het nieuw ontwikkelen en positioneren van de bekende Bastion hotelketen en andere hotel- & leisure projecten. Fons Bitter is en was actief als consultant, coach, inspirator, trainer-mentor, interimmanager en hbo docent. Hij is een inspirerend en luisterend oor, side-kick, spreker en 'aangever' voor directeuren, managers, eigenaren, ondernemers, bestuurders en medewerkers werkend, in en/of voor, dienstverlenende ondernemingen en organisaties die willen excelleren in dienstbetoon.

Please by my guest!

Gastvrijheid is een werkwoord; ...en het gaat pas echt aan het werk als u dat wilt.



CONSULAAT VOOR GASTVRIJHEIDMANAGEMENT
CONSULATE FOR HOSPITALITY MANAGEMENT

SERVICE & HOSPITALITY DESIGN!
DIT ZIJN RESULTATEN DIE WORDEN GEREALISEERD DOOR
GASTGEDREVEN EN KLANTVRIENDELIJKE ORGANISATIES.
DURFT U DE KOE GASTGEDREVEN BIJ DE HOORNS TE PAKKEN?



De direct zichtbare en aantoonbare effecten en uitkomsten van onze interactieve gastvrijheidworkshops voor dienstverlenende organisaties staan hieronder al voor u gelabeld.

En vooral voor de mensen die er werken:

- Welcome! ...please be my guest!
- Meer aandacht voor die ander, uw klant!
- Beter klantgericht kunnen luisteren
- De klant (nog) beter begrijpen
- Nog betere klantentransacties
- Zelfbewust en de juiste vaardigheden toepassen
- Excellente klantenbejegening en -interacties
- Meer aan- en voelvermogen (in- en extern)
- Beter inzicht in het eigen gedrag, functioneren en innerlijke betrokkenheid
- Hogere betrokkenheid met meer werkplezier
- Geïnspireerde en aanstekelijk werkende medewerkers
- Meer samenwerkingsbereidheid en verbeterde onderlinge samenwerking
- Meer gemotiveerder aan de slag, elke dag weer opnieuw
- Meer veranderingsgezindheid en loyaliteitsversterkend
- Initiatiefrijk en zelfstandigheidbevorderend
- Stimulerend 'intern ondernemerschap'
- Vraaggestuurd werken, "it takes two to tango"
- Activeert eigen lerend vermogen
- Ontplooiingdrang en gepassioneerdeheid
- Toenemende bewustwording van eigen rol en verantwoordelijkheid
- Optimaliseert in- en externe communicatie, foutkansverminderend
- Effectiever werkende back office, door integrale gastvrijheidprocessen
- Meer ideeënrijkheid en persoonlijke participatie beleving



CONSULAAT VOOR GASTVRIJHEIDMANAGEMENT CONSULATE FOR HOSPITALITY MANAGEMENT

En in het bijzonder voor de onderneming:

- Extra toegevoegde waarde aan de product- en dienstenbeleving
- Onderscheidend vermogen in service en diensten appreciatie
- Kenmerkende en unieke, door de eigen medewerkers zelf ontwikkelde, gastvrijheidsformule
- Veranderingsgezindheidbevorderend
- Veranderingen worden daadwerkelijk verbeteringen
- Minder (mentaal)ziekteverzuim, minder pesten en intimidatiegedrag
- Lerende organisatie en met een hogere productiviteit
- Anders aan- en be-sturend management, servant leadership en interne hostmanship stijl
- Effectiever, efficiënter en voortvarender handelende organisatie
- Klantgerichtheidversterkend, zowel in de diepte en volle breedte
- Lagere kosten en beter gebruiken van het organisatie potentieel
- Minder weerstanden en blokkades door integrale en interne gastvrijheidsbeleving
- Meer omzet, meer succes, beter rendement, gastblijve ratio's én marges
- Meer winst voor de onderneming, initiatiefnemers en geldverstrekkers
- Effectieve en continue benchmarking door adequaatheid en oplettendheid van eigen medewerkers
- Minder 'kletsen' (roddel) en meer 'poetsen'
- Kortere praatbijeenkomsten, pragmatisch denken en handelen
- Beter functionerend operationeel management
- Warme en slagvaardige organisatie, waar mensen graag (vóór) willen werken
- Betere markt en klantgerichtheid, better ranking!
- Innovatiever en extra slagvaardiger
- Beter gebruik maken van menselijk potentieel
- Iedereen doet mee als co-verkoper van de onderneming, bedrijfstrots, we all like to sell our company
- Gestroomlijnde en meer gedisciplineerde werkwijzen, verbeterde zelfstandigheid en probleemoplossend vermogen
- Verbeterende werkomstandigheden en veiligheidsbevorderend door actievere participatie
- Talent development, yes we can! We are competent, very competent!
- Hug your customer effects

En in alle gevallen voor de gasten / klanten:

- Versterking van intrinsieke klantbetrokkenheid
- Verbetering van klantenloyaliteit
- Imago en klant versterkend
- Versterking van het klantenvertrouwen
- Herhaal aankoop en relatie versterkend
- Feel at home gevoel
- Recommandatie naar andere (potentiële) klanten
- Positief imago bevorderen
- Voordeel en winst voor de klant
- Klant draagt (nog meer) zorg voor de continuïteit van de onderneming
- Vermindering van klachten en miscommunicatie
- Vertrouwekkend, duurzaam en aankoopbevorderend
- Klachten zijn instrumenten geworden voor klantgedrevenheid
- Klachten worden getransformeerd naar verbeteringen
- De klant is een voortdurende 'gratis adviseur en ambassadeur' voor uw organisatie
- Happy customers. Happy employees and a happy company.
- They all are very happy! It becomes a winning company, your company!

Wij werken eigenlijk voor de klant van de klant en daar de klant weer van.

Dat doen we gepassioneerd, vaardig, met kennis van zaken, kundig, betrokken, klantgedreven, transparant, eerlijk, direct en openhartig. Onze favoriete instrumenten zijn: Circle of Hospitality, Servant Leadership/Hostmanship en Total Performance ScoreCard.