



Noblesse oblige

Gastvrij zijn in je winkel, ook in corona tijd

Een tijdje geleden stond ik stil bij de vraag waarom het toch zoveel leuker is om naar de bakker, Noblesse, te gaan hier om de hoek en minder leuk om de lokale supermarkt te bezoeken. En dat is een understatement, want het kost me onwijs veel energie, constant van die kleine ruzies tussen klanten onderling over afstand houden. Ik vraag me af, wat maakt nu dat verschil tussen de beleving bij de lokale bakker en de supermarkt? Kunnen we hier iets van leren en wat kunnen we hier dan mee?

De reis van de gast en ik was deze keer de gast

Als ervaringsdeskundige kom ik al jaren bij de bakkerij en ook in de supermarkt. In mijn rol als hospitality consultant weet ik op welke signalen ik moet letten. Met die achtergrond ging ik op onderzoek uit. Als reguleren klant (gast) maakte ik 'de reis van de gast'. Daarnaast interviewde ik de bakker om te zien wat er te leren valt.

Deze bakker heeft het allemaal voor de bakker, letterlijk en figuurlijk! Want ondanks dat de situatie zowel bij de bakker als de supermarkt hetzelfde is (strepen op de grond, plastic wanden, enzovoort), is de reis van mij als klant niet te vergelijken. Er zijn kleine verschillen die het grote verschil maken.

Bij de bakker begon mijn reis met buiten in de rij staan (op 1,5 meter afstand) in de volle zon en terwijl ik daar sta denk ik: 'hoelang gaat dit duren? Waarom mogen er maar twee klanten tegelijk binnen? Kan niet iedereen gewoon online bestellen en dan komen we alles ophalen? Dat gaat een stuk sneller.' En nog meer van dat soort gedachten. Dan zie ik een rebus op het raam van de bakkerij, daar word ik blij van en begin wat te kletsen met klanten voor en achter mij over de uitkomst van die rebus en langzaam wordt het gezellig in die rij.

Ik ben aan de beurt en kom de winkel binnen en ondanks de omstandigheden, is de bakker oprecht blij mij weer te zien, dit straalt ze uit. Ze heeft er (nog steeds) heel veel plezier in om haar gasten te ontvangen, maakt een grapje en is een ster in het 'ijs-breken'. En ik vraag me af: 'Hoe doet ze dit toch telkens weer? Waar haalt ze die positieve energie vandaan die zo aanstekelijk werkt? Wat heeft zij dat zoveel andere medewerkers (nog) niet, of niet altijd hebben? Heeft ze überhaupt wel eens een slechte dag?'

Er komt een mevrouw bij de deur staan, ze wil erin. Een andere mevrouw, wil naar buiten en dus moet de eerste even aan de kant, vanwege de 1,5 meter afstand. Maar deze mevrouw begint het afstand houden wel onzin te vinden: *"ga eens kijken in de stad, daar is het hartstikke druk. Dadelijk komen ze niet meer naar deze winkel, met deze onzin"* Waarop de bakker, ster in gastvrijheid in de praktijk, zegt: *"Nee, nee dat moeten we niet hebben hè, dat klopt wat u zegt, maar ik probeer wel ruimte te behouden voor de andere klanten"*. Op een hele luchtige, opgewekte manier. Ik denk bij mezelf 'ze is net een praktisch toegepaste coach, want ze coacht haar klanten de winkel door, op een hele prettige manier'.

Gastvrijheid ervaren

Tot zover mijn reisverslag als gast bij de bakker. De reis van de gast (guest journey) is een analyse instrument dat wij als consultants in gastvrijheid vaak gebruiken om de gastbeleving te analyseren en optimaliseren. Je brengt alle stapjes die de gast door maakt in kaart en vraagt je bij elk stapje af: Wat speelt zich af in de gedachten van de gast? Waar worden ze blij van en waarvan niet? Het instrument is bedoeld om ons te verdiepen in die reis en ons te richten op de verwachtingen van de gast.

*"De belangrijkste kernwaarden van gastvrijheid zijn: veiligheid - vriendelijkheid – gezelligheid – aandacht – respect - behulpzaamheid – eerlijkheid – vertrouwen. Bij gastvrijheid gaat het erom dat een gast jou als gastvrij ervaart. Jij bepaalt niet de norm; de gast bepaalt zelf of hij iets als gastvrij ervaart. Omdat iedereen anders is, een ander karakter heeft, andere ervaringen, andere behoeften, heeft ook iedereen andere gastvrijheidsverwachtingen. Best ingewikkeld dus, die gastvrijheid!", aldus John Hokkeling, auteur van het boek *Moodmakers*.*

Als gast en klant ervaar ik duidelijke verschillen tussen de bakkerij en de supermarkt. En ik vraag me af of dat alleen komt door de verschillen in omvang, of omdat de bakker mij bedient, terwijl ik in de supermarkt zelf mijn boodschappen doe. Gaat het om het verschil in eigenaarschap, of omdat wij – de klanten – ook zelf verantwoordelijk zijn voor de sfeer in de supermarkt, terwijl de bakker daar veel meer eigen invloed heeft?

De nieuwe omstandigheden maken nieuwe dingen bewust in het emotioneel welbevinden van onze medewerkers in de supermarkt. Want hoe vind je het zelf als een klant te dicht bij komt, wat doet dit met je en hoe handel je? Of wat doe je als twee klanten bekvechten over de regels en waar ze moeten staan in de rij? Als consultant in gastvrijheid en jarenlange trainer ben ik ervan overtuigd dat er nog flinke stappen genomen kunnen worden, met name in het gastvrij zijn. Want wat zou er gebeuren als het supermarkt personeel ook een grapje weet te maken, het ijs weet te breken en zich mede verantwoordelijk voelt voor de sfeer in de winkel? Dat krijg je echt niet voor elkaar met een simpel communicatie trucje. Maar hoe zit dat dan?

Wat zegt de bakker hier over?

Kun je gastvrijheid leren, of zit het in je karakter, je hebt het, of je hebt het niet?

De bakker: *“Beiden denk ik. Voor een deel zit het zorgen voor andere in mijn karakter. Ik heb ook een opleiding gedaan in de zorg. Maar voor een groot deel valt het ook te trainen. Door mensen bewust te maken van de verschillen. Werk met echte casussen en bespreek deze samen. Het is geen trucje, ik ben helemaal mezelf, elk moment in deze winkel, elke interactie met mijn klanten is authentiek.”*

Aangemoedigd door haar openhartige antwoord vraag ik haar of ze überhaupt wel eens een slechte dag heeft. De bakker: *“Tuurlijk heb ik wel eens een slechte dag, maar ik vind mijn werk zo leuk en ik doe dit zo graag, dat ik al snel een goed humeur krijg zodra ik deze winkel binnen ga.”*

Ik probeer een beetje door te vragen..... eerlijk is eerlijk, hoe doe je dat dan dag in, dag uit, steeds weer diezelfde routine? Hoe kun je dat eigenaarschap creëren? De bakker: *“ik praat gewoon heel veel met mensen, ook na een dag werken, deel ik mijn ervaringen. Dat lucht op en ik krijg feedback van mijn directe omgeving waar ik weer wat mee kan. Daarbij zeggen mensen om mij heen dat ze veel van mijn ervaringen kunnen leren en dat doet me goed. Je moet dingen doen, omdat je het leuk vind. Alleen dan kan het echt zijn. Mensen kunnen meer uit hun leven halen. Als je werk hebt, moet je het doen met wat je hebt. Ik ben ervan overtuigd dat je het werk zelf leuker kunt maken. Aan het eind van de dag ben ik ook moe, maar ik heb wel lekker gewerkt.”*

Dan doet zich opnieuw een gespannen situatie voor tussen klanten die elkaar in de weg staan binnen de anderhalve meter. Ik grijp de situatie aan, best heftig toch, al dit soort dingetjes op een dag?

De bakker: *“Je moet wel sterk in je schoenen staan. Soms vind ik mezelf net een politie agent, ik voel me verantwoordelijk voor mijn gasten. En dus ben ik strikt. Gasten denken er niet over na, vergeten de 1,5 meter afstand soms als ze een keuze staan te maken tussen de aardbeien vlaai of toch de rijstevlaai. Ik maak hen ervan bewust op een vriendelijke manier.”*

“Wat je geeft, krijg je ook terug. En dat is prachtig. Ik heb bijvoorbeeld direct klanten gemaild, die ik een tijdje niet gezien heb omdat ik me afvroeg, wat is er aan de hand? De klant geeft aan dat ze in quarantaine zitten en niet naar de winkel kunnen komen, waarop ik dan kan zorgen dat ze via een appje hun bestelling doen die ik dan bij hen thuis bezorg. Het zijn precies dit soort initiatieven die het leuk houden voor mij. Je moet mensen benaderen zoals je zelf benaderd wilt worden.”

Er is een groot verschil tussen jagen en zoveel mogelijk broodjes verkopen en goeie sfeer. Met de laatste strategie komen de mensen terug ook op de lange termijn.”

Dat maakt het contact ook heel persoonlijk, toch?

De bakker: “Ik maak met veel plezier een praatje en ik kan inderdaad ook veel onthouden. Als een klant zegt, ik ben aan het verhuizen, kom ik daar de week daarna op terug. En klanten vinden dat prachtig. Ik vraag bijvoorbeeld ook vaak hoe het gaat met de familie, dan kom ik erachter dat er een kindje is geboren. Als de klant de volgende week komt, staat er een cadeautje klaar voor de baby.”

Bakkerij of supermarkt

Een dergelijke vorm van eigenaarschap vind je niet snel bij een gemiddelde medewerker van de supermarkt, en dat hoeft ook niet. Als klant heb ik hier een andere verwachting en het klopt dus dat ik ook een andere ervaring heb. Maar de energie die het mij kost om hier boodschappen te doen, maakt dat ik me afvraag of er niet wat meer gastvrijheid en eigenaarschap in de supermarkt kan zijn, zoals bij de bakker.

Even voor de duidelijkheid, ik wil niet betogen dat al het supermarkt personeel een grondige training nodig heeft en ook niet dat zij volledig verantwoordelijk zijn voor de sfeer in de winkel. Er ligt ook zeker een groot aandeel bij de gast zelf om te werken aan zijn/haar communicatievaardigheden als het gaat over elkaar aanspreken op het gedrag van een ander en de manier waarop je dit kunt doen. Echter, geloof ik ook dat het altijd wijs is om jezelf te blijven ontwikkelen.

Laat ik op de eerste plaats een groot dank je wel geven aan al het supermarkt personeel in Nederland! Want net als de mensen in de zorg, hebben jullie er ook voor gezorgd de boel open te houden. Jullie hebben hierbij soms risico's moeten nemen en vast in situaties gestaan, die niet altijd even leuk waren. Maar als gast konden we ten alle tijden aan onze verse groenten en fruit komen. En daar ben ik iedereen erg dankbaar voor!

Toch blijft de vraag van zo-even in mijn hoofd hangen. Hoe kun je de gastvrijheid en het eigenaarschap van de bakker implementeren in de supermarkt?

De mentale schijf van vijf

In een recent artikel in de Volkskrant, schrijft Kees Kraaijeveld over het begrip 'mentale weerbaarheid'. Hij geeft aan dat het tijd is om te werken aan 'Mentaal Kapitaal' in organisaties en in de samenleving. Mentaal kapitaal is het vermogen om te kunnen omgaan met de situaties waar we in ons leven en in de maatschappij mee te dealen hebben. Kraaijeveld gebruikt in zijn artikel de mentale schijf van vijf: emoties, betrokkenheid, relaties, betekenis, prestaties.

Nu valt een banketbakker volgens de diëtist, buiten de standaard schijf van vijf van het voedingscentrum, tenzij er bijzonder veel fruit op de vlaai zit. Het lijkt mij echter, dat de bakker zelf een bijzonder goed ontwikkelde mentale schijf van vijf heeft. Daardoor is ze zo open, betrokken, opgewekt én in staat haar klanten zo oprecht gastvrij te bedienen, ook in deze bizarre corona-tijd.

Aandacht geven aan deze vijf aspecten in die schijf van vijf leidt tot meer geluk en mentaal vitalere mensen. Het eerste aanknopingspunt is emoties. We moeten simpelweg meer positieve emoties ervaren, door ze op te zoeken en te erkennen als ze er zijn. Zoals de bakker er bijvoorbeeld een feestje van maakt als er een baby is geboren, door een cadeautje aan te bieden. Een tweede punt is betrokkenheid, het intrinsiek gemotiveerd, enthousiast en betrokken zijn bij wat je doet. Denk aan het moment dat je je afvraagt waarom die bepaalde klant nog steeds niet je winkel heeft bezocht en je belt, om vervolgens aan te bieden de boodschappen te laten bezorgen. Een derde aandachtspunt zijn sociale contacten en relaties, zijn die van goede kwaliteit? Dat betekent dat je een check doet en soms dus keuzes moet maken. Ten vierde is het belangrijk dat we betekenisvol bezig zijn. Soms, moet je de betekenis iets verder zoeken, creëren en soms is die betekenisvolle invulling dichterbij dan je denkt. Voor de bakker gaat het bijvoorbeeld verder dan 'alleen' brood verkopen. Het gaat haar echt om de totale ervaring, beleving van de klant. En tot slot, nummer vijf, is dat we dat we goed kunnen presteren. Gezond presteren – zonder ten onder te gaan aan prestatiedruk – is een mentale vaardigheid. Meer lezen over de Mentale Schijf van Vijf: Joep Verburgt (<https://maatschapwij.nu/blogs/mentaal-fit-blijven-in-een-samenleving-in-transitie-het-kan/>)

Zes tips voor de ondernemende medewerker in de winkel

Om terug te komen op de vragen aan het begin van dit artikel, of we iets kunnen leren van de verschillen tussen de bakker en de supermarkt, zeg ik ja! Wat kunnen we dan concreet doen om ook met die kleine verschillen het grote verschil te maken? Zes tips:

1. Je zult creatief moeten zijn, nu in coronatijden. En super flexibel. De bakker kwam er bijvoorbeeld achter dat er een groep mensen zijn die bang zijn om te komen. Bij sommige bezorgt ze nu alles. Maar ze heeft ook de winkel 'gesloten' vanaf 14:00. En tegen de angstigere klanten zegt ze, kom maar na 14:00.
2. Zie jezelf als kleine ondernemer, die zichzelf op de kaart zet, in die grote supermarkt. Daar ga je weer blij van worden want je ervaart dat je meer kunt creëren dan je denkt. Denk aan het verruimen van je cirkel van invloed. Jij blij, klant blij:)
3. Blijf jezelf ontwikkelen en verdiep je in de situaties die zich hebben voor gedaan, evalueer die casus en bekijk wat je een volgende keer anders, beter zou kunnen doen. Doordat je vertrouwen gaat groeien, zul je nog meer in je kracht komen te staan. Of schakel gastvrijheid consultants in, die organiseren dit voor het hele team;)

4. Hou oog voor detail, de kleine dingetjes die maken het verschil. Sta stil en kijk af en toe eens door een vergrootglas met nieuwsgierigheid naar je zaak. Je bewust worden van die kleine dingen die jij als klant ook prachtig vind, kun je zelf ook voor elkaar krijgen en het maakt je werk alleen maar leuker!

5. Doe het vanuit je hart, doe het met gevoel, empathie staat hoog in het vaandel, verplaats je in de klant, in wat ze willen.

6. Analyseer je eigen mentale schijf van vijf en onderzoek waar je nog meer aandacht aan kunt geven. Hulp nodig? Vraag naar een van onze coaches, die kunnen je hier heel goed bij begeleiden.

Wil je meer weten over ontwikkeling van gastvrijheid in jouw organisatie, neem dan contact op met Edith of een van onze andere collega's.

Edith Muijsers
Senior hospitality consultant
T 06 842 35 794
E edith.muijsers@zuyd.nl



**Hospitality
Consultancy** **ZU
YD**
Hotel Management School Maastricht

