



Niet gek opkijken als verkopers, obers en balie medewerkers opeens vriendelijk lachen, de deur openhouden of uit zichzelf de weg wijzen. Amsterdam zakt als reisbestemming en dus volgen ze gastvrijheidsstrainingen.

tekst MARIEKE MONDEN
foto's JOHANNES ABELLING



IN het hotel zit het personeel van het Golden Tulip Art Amsterdam klaar voor een lesje gastvrijheid. Tweeduitzend ondernemers en dienstverleners gingen hen al voor en de komende maanden zullen nog zeker drieduizend mensen een training of workshop van het project Welcome volgen.

Trainer Jan Willem Schoenmakers heeft er zin in. Monter springt hij door de vergaderzaal. Hij klaagt niet over beroerde service in restaurants of horkerig gedrag van taxichauffeurs. Schoenmakers zegt: "We doen het goed, maar we kunnen een stap voorruit maken in onze gastvrijheid."

Ter illustratie laat hij een item van het RTL *Journal* zien. Daaruit blijkt dat toeristen soms drie kwartier moeten wachten tot zij bij de VVV aan de beurt zijn. En dat Amsterdammers op de vraag waar het Anne Frankhuis is, soms met een 'Anne Frank is niet thuis' reageren. De hotelmensen knikken. Zo moethet niet.

In snelreivaart lepelt de Brabantse trainer op wat Amsterdam allemaal wél te bieden heeft: 232 trams, 36 discotheken, vier congressencentra, vijf campings, 8.400.000 hotelovernachtingen per jaar en meer van dat soort moois.

Gemeente en bedrijfsleven zien

dam leert nóg vriendelijker te zijn



Links: training in non-verbale communicatie (bestel een onse worst). Boven: brainstormen over verbeteringen in het hotel.

graag dat al die bezoekers positief terugkeren, want thuis vertelt de toerist vooral wat er niet goed ging. Schoonmakers: "De zwakste schakel bepaalt de totale indruk van de bezoeker."

En dus moet iedereen in het hotel van kamerniëse tot manager, vriendelijk en behulpzaam zijn. Gasten behandelen zoals ze zelf ook behandeld willen worden. Ook als ze op hun vrije dag op straat een

NEE, DIE KLAGENDE KLANT IS GEEN 'BEROEPSZEIKERD'

tobbende toerist tegenkomen die de weg wil weten. Een medewerker weet het zo net nog niet. "Als ik iedere toerist de weg moet wijzen, kom ik nooit bij de supermarkt aan."

Om zijn punt nog eens te onderstrepen, heeft Schoonmakers een filmje waarin toeristen over hun bezoek aan de stad vertellen. Een bekaakte dame klaagt dat zij in een

restaurant te weinig aandacht van het personeel kreeg. "Een beroepszeikerd," verzucht een jongen. Zijn baas reageert gestoken. Dit is juist een soort klant die makkelijk te helpen is, zegt general manager Charles Vos: "Even wat meer aandacht dan ze verwachten en je hebt ze in de zak."

Een oefening waarbij de cursisten afwisselend klant en slager moeten spelen, maakt duidelijk dat communicatie veel meer dan praten is. Bij de mededeling "en nu mijn zaak uit" wijzen de vingers vanzelf naar de deur. Schoonmakers: "Het gaat er niet om wat je zegt, maar hoe je het zegt."

Binnenkort krijgt ook de rest van het Golden Tulippersoneel een training, want iedereen moet van gastvrijheid doordrongen zijn.

"Als je vanachter de schermen tevoorschijn komt, is het showtime," roept Schoonmakers. Glimlach op, propjes voortaan wél oprapen en vriendelijk knikken naar iedereen.

In de ideale Welcomewereld geeft ook de lifftongen tips over restaurants en bussen en kan de

dame van het ontbijt vertellen waar de mooiste schildertijen hangen.

Wie weet wat voor soort klant hij voor zich heeft, kan ook de wensen makkelijker inschatten. Maar een verwachting lezen, zoals dat hier heet, lukt niet altijd. "Soms kun je de plank flink mis slaan. Komt er een spofel iemand binnen, waarvan ik denk dat het een toerist is, blijkt het een geflitte it-specialist te

OOK LIFTBOY MOET TIPS KUNNEN GEVEN OVER RESTAURANTS

zijn," lacht een medewerker die verantwoordelijk voor de balie is.

Bij Golden Tulip werken ze er hard aan hun vaste gasten nog beter te helpen. In de kantine komen foto's te hangen: weet voortaan iedereen hoe die klant van kamer 101 heet.

In kleine clubjes verzinnen de medewerkers ten slotte zelf hoe het nog gastvrijer in het hotel kan.

Veel goede voornemens als meer lachen en knikken, maar ook praktische oplossingen als een uitlegbordje bij de lastige kaartlezer van bijvoorbeeld de uitgang van de parkeergarage.

Altemaal mooi en nuttig, maar gastvrijheid heeft ook grenzen. Klanten die perse bij Golden Tulip willen slapen, worden soms toch teleurgesteld. "Vol is vol," zegt de dame van de reserveringen. "Ik kan moeilijk zeggen: hier hebt u een tentje, zoek maar een plekje bij het zwembad."

Klanten die na aankomst bij het zien van de taxitarieven bij de balie merken dat ze net opgelicht zijn, krijg je niet gemakkelijk weer vrolijk.

En tegenover het hotel is een bushalte, maar het stadsdeel weigert er een veilige oversteepleaats te maken, moppert Vos. Mensen die al een parkeerhoede hebben als ze in het hotel een kaartje halen voor de parkeergarage, het gebeurt hier wel tien keer per week. Ze zijn uiterwaard ook chagrijnig. Vos: "Je ziet de medewerkers van parkeerbeheer op hun brommers onder de brug azen op onze gasten."

Nee, soms begrijpen ze niets van de gemeente, verzucht zijn collega: "De gemeente doet haar uiterste best om gasten hier te krijgen. Maar als ze hier eenmaal zijn, worden ze keihard weggejaagd."

DE ZEVEN REGELS

- Welkom heten**
 - * Ik begroet
 - * Ik heb oogcontact
 - * Ik maak kennis
- Enthousiasmeren**
 - * Ik ben goed gehumeurd
 - * Ik ben energiek
 - * Ik focus op de gast
- Luisteren**
 - * Ik stel vragen
 - * Ik luister oprecht
 - * Ik neem de tijd
- Communiceren**
 - * Ik ben duidelijk en eerlijk over verwachtingen
 - * Ik geef meer informatie dan gevraagd
 - * Ik geef ook een alternatief
- Overtreffen**
 - * Ik bevraag op meer wensen
 - * Ik overtref verwachtingen
 - * Ik bedank en geef complimenten
- Markeren**
 - * Ik vat samen
 - * Ik concludeer
 - * Ik zet vervolgactie in
- Evalueren**
 - * Ik vraag of aan verwachtingen is voldaan
 - * Ik toets mijn aanpak
 - * Ik vraag om tips

Chauffeurs van TCA komen ook

WELCOME is een initiatief van het Amsterdams bedrijfsleven en de gemeente om de stad gastvrij er te maken en zo meer bezoekers te krijgen. Het project kost 800.000 euro en moet iedereen meer geld opleveren. Het begon

in oktober en onder meer de Bijenkorf, Amsterdamm Dungeon, het Stedelijk Museum, het Woonboortmuseum, Odeon en Maison de Bonneterie volgden al workshops of trainingen.

Volgend jaar gaan de bijeenkomsten verder, dan krijgen bijvoorbeeld ook 350 TCA-chauffeurs en ambtenaren les in gastvrijheid. Uit onderzoek onder 2500 toeristen bleek dat toeristen op straat vooral vragen hebben over attracties, het vinden van de weg en de werking van het openbaar vervoer.