

Gäste sind auf der Suche nach dem „WOW- Erlebnis“

Das von der Wildmannli Tafel uf Tafaas initiierte Manifest „Exzellenz Gastfreundschaft – Service Excellence“ wurde auf die Betriebsstufe einzelner Branchen umgesetzt. In einem ganztägigen Workshop ging es darum, Standards für die Wertschätzung des Kunden zu entwickeln, damit sich dieser beachtet und ernst genommen fühlt. Es ging um die Haltung des Gastgebers gegenüber dem Kunden. Um das „Wie“ - wie sage ich es dem Gast? Branchenspezifisch wurde an Formulierungen für eine neue Willkommenskultur gefeilt, welche die Echtheit, Wärme und Offenheit von Davos Klosters zum Ausdruck bringen, und zwar für die ganze Dauer seines Aufenthaltes - von der Anreise mit einem nicht floskelhaften Willkommensgruss bis zur sehr persönlichen, freundschaftlichen Verabschiedung.

Davos, 06. Oktober 2016 – Das Motto für die Teilnehmer war vorgegeben: Davos Klosters muss generell die Dienstleistungsqualität in neue Sphären hieven, um den Kunden zu begeistern. Standardangebote und Selbstverständlichkeiten im Kundenkontakt genügen nicht mehr, um in der Gästebetreuung aufzufallen, den Kunden zu begeistern und zu einem loyalen Kunden zu machen. Die ganze Dienstleistungskette - angefangen vom Gastgeber bei der Unterbringung, dem Kellner, dem Skiverkäufer, Skilehrer, Bahnangestellten, der Modeverkäuferin, dem Polizisten bis zum Buschauffeur und selbst jeder Kontakt mit jedem Einheimischen – wirkt auf den Gast ein. Mit einem vermehrt gepflegten Kundenkontakt aller bleibt ihm der Aufenthalt in bester Erinnerung. Er mutiert zum Stammgast.

Alle Dienstleister sind gefordert

Unterstützt von Davos Tourismus (DDO) und dem Handels- und Gewerbeverein (HGD) fanden sich rund 40 interessierte Vertreter aus Hotellerie, Gastronomie, Handel, Gewerbe und Dienstleistern aus ganz Davos zusammen und erarbeiteten unter der Leitung von Heike Hahn vom im deutschen Raum ausgewiesenen Service-Spezialisten-Team Sabine Hübner und Carsten C. Rath ein konkretes „Werkzeugtool“, das dem Gast mehr Aufmerksamkeit schenkt. Ohne Zusatzanstrengungen in der Kundenbetreuung wird es kaum gelingen, den Gast weiter an Davos Klosters zu binden. Kunden sind auf der Suche nach dem „WOW“-Effekt. Sie wollen begeistert werden. Bis sie einen Dienstleister gefunden haben, der ihnen dieses spezielle Erlebnis beschert, nehmen Sie notgedrungen, was sie vorfinden, meist zum günstigsten Preis, und ohne zum Anbieter eine persönliche Beziehung aufzubauen. Ohne bleibende positive Erinnerungen wechseln sie auch ständig den Standort und Anbieter. Sobald sie jedoch einen Anbieter gefunden haben, der ihnen das „WOW“-Erlebnis ermittelt, dann verblassen die anderen im Hintergrund, und Preise werden zweitrangig.

Echt, warm, offen

Das im vergangenen Frühjahr aus zehn Parametern mit den vier Hauptsäulen Gastfreundschaft, Sicherheit, Betätigung und städtische Infrastruktur erarbeitete Manifest musste konkretisiert werden. Damit sind erst die Grundlagen und Eckpunkte für mehr Gastfreundlichkeit und Service in Davos Klosters gelegt worden. Es ging nun in einem zweiten Schritt im Workshop darum, nähere Verhaltensnormen und –vorgaben für die Gastgeber zu definieren. Was bedeutet „echt“ für die Begegnung mit unseren Gästen? Wie wollen wir einen warmen und offenen Kontakt mit dem Gast herstellen. Wie gehen wir auf den Gast ein? Wie vermitteln wir dem Gast das was? Es wurden diverse Schulungsansätze gezeigt. Die Tonalität wurde auf die Sichtweise und Bedürfnisse des Kunden ausgedehnt – jede Antwort des Gastgebers muss dem Kunden ein Angebot und einen Lösungsansatz bieten. Die Antwort der Rezeptionistin, „die zuständige Person X ist nicht da, bitte rufen sie in einer Stunde wieder an“, sollte kundenorientiert in die Antwort herauslaufen, „kann die zuständige Frau X Sie zurückrufen und wann darf sie dies tun?“.

Vom guten zum sehr guten Dienstleister

Nur echt guter Service wird weiterempfohlen. Nur der persönliche Kontakt zum Gast bringt Punkte und Mehrumsatz. Der „WOW“-Effekt ist das, was einen sehr guten von einem guten Dienstleister unterscheidet. Dazu muss der Gastgeber Freude und Empathie entwickeln. Das Einfühlungsvermögen in den Gast ist erlernbar. In vier Filmvorgaben mit den vier Stufen den „Gast wahrnehmen“, „sich auf den „Kunden konzentrieren“, „kreativ auf die Wünsche des Kunden eingehen“ und zu guter Letzt „mit Mut seine Anfrage bearbeiten“ wurde konkret verdeutlicht, wie dem Kunden mehr geboten werden kann. Wer diese vier Stufen kennt und beherrscht, hebt sich von blossen, unpersönlichen Floskeln ab und hat beste Voraussetzungen, seine Kunden zu begeistern. Nur so gelingt es den „Wow“-Effekt zu erreichen; er ist das Übertreffen von Erwartungen, die Sahne auf dem Eis oder das i-Tüpfelchen. Die Überraschung, das Wissen, in den besten Händen zu sein, überzeugen den Kunden. So fühlt er, ernst genommen zu werden und nur so kann ein Vertrauensverhältnis aufgebaut werden. Der „WOW“-Effekt ist das Mehr im Mehrwert; nur über aussergewöhnliche Dienstleistungen kann der Gast als Freund der Region Davos Klosters gewonnen werden.

Ausbildung wichtiger denn je

Wer es schafft, den Gast am Frühstücksbuffet nicht mit der lapidaren Frage „Ihre Zimmernummer?“ zu belästigen und wer den Teller nicht so nebenbei mit der Bemerkung „gaut gsii“ abräumt, hebt sich vom alltäglichen ab und unterscheidet sich von den Massen-Dienstleistern. Wer das Prädikat „spitzenmässig“ verdient, erzielt auf Dauer Mehrumsätze. Das vertiefte Eingehen auf den Kunden bedeutet jedoch nicht „nur so tun als ob“, ein gezwungenes Lächeln aufzusetzen und die wahren Gefühle zu verleugnen. Der warme und offene Kontakt darf nicht perfektionistisch-automatenhaft sein, sondern sollte authentisch und echt herüberkommen. Die nächste Stufe, nämlich diejenige der Ausbildung von Gastgeber und Mitarbeiter ist somit im Wildmannli-Zyklus „Exzellenz Gastfreundschaft – Service Excellence“ vorgezeigt.

Foto bzw. Cartoon zum Text ,wie man es auch im „Chez Clochard“ nicht tun sollte.



"NATURELLEMENT KÖNNTE ICH IHREN LAUWARMEN FRASS IN LE MIKROWELLE SCHIEBEN, ABER GLAUBEN SIE MOI - DAS WÜRDE DAS ZEUG KEINEN DEUT VERBESSERN."

Wie man es nicht tun sollte!