

Kleine gastvrije gebaren

Publicatie: januari 2013



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

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Even voorstellen...

Van Spronsen & Partners horeca-advies

Van Spronsen & Partners horeca-advies is onderdeel van de Van Spronsen & Partners groep. Hiertoe behoren tevens de volgende onafhankelijke bedrijven: horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen. Onder het motto "Anders denken, anders doen" zijn wij al 26 jaar actief binnen de horeca- en leisuremarkt en stellen wij de opdrachtgever en zijn doel centraal.

Werkzaamheden van horeca-advies bestaan voornamelijk uit het uitvoeren van haalbaarheidsonderzoeken, bedrijfsdoorlichtingen en rendementsverbeteringen, het ontwikkelen van nieuwe horecaconcepten, het opstellen van marketing en communicatieplannen en het geven van management-ondersteuning.

Tevens publiceren bij maandelijks nieuwe brancheonderzoeken, waarin wij dieper verschillende sectoren induiken. Kijk voor reeds gepubliceerde brancheonderzoeken op onze website www.spronsen.com.

Kijk voor meer informatie over onze andere afdelingen op www.salaris-spronsen.nl, www.rollemapartners.nl en www.training-spronsen.nl

Gastvrijheid is en blijft subjectief. Wat ik als gastvrij ervaar, kan door een andere gast zelfs als vervelend worden ervaren. Ik zal nooit vergeten dat we tijdens een etentje door de eigenaar werden aangesproken... bleek die man leraar geweest te zijn. Hele educatieve verhalen aan tafel... en daar zit je als gast vaak niet op te wachten. Bij die feedback gaf hij toe dat al vaker gehoord te hebben maar ook dat er gasten zijn die het heel erg waardeerden!

Toch zijn er gastvrije gebaren die het bij al uw gasten goed doen. Vooral de kleine gebaren kunnen net dat verschil maken. Die gebaren waar gasten jaren later nog met plezier aan terugdenken. En misschien zelfs voor terugkomen. Zo zijn wij recent terug geweest bij een restaurant waar onze toenmalig 2-jarige dochter op zo'n leuke manier werd verwend. Bij binnenkomst kreeg ze meteen een stoelverhoger op haar stoel, werd er voor haar apart kinderbestek en een klein wijnglas ingedekt, super. Daarnaast werd aan haar gevraagd wat zij lekker vond en kreeg ze van alle gangen van ons menu, een heel klein beetje op een klein bordje!

Essentieel aan gastvrijheid is dat het vanuit uzelf, uw medewerker of het bedrijf moet komen. En dat u het *altijd* doet, niet alleen bij de 'leuke' gasten. Het moet zich rondzingen. In dit kleine boekje vol met kleine gastvrije gebaren willen wij u die kleine handvatten aanrijken waardoor wij u hopelijk stimuleren om op uw manier uw gasten te verrassen. Doe dit op een originele manier en stuur het ons. Wij plaatsen het graag op horecatrends.com en verspreiden het via onze social media kanalen.

Marjolein van Spronsen



**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
gastvrije trainingen

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - salarisadministratie

**ROLLEMA
& PARTNERS**
horeca - administratie



Het begint met de voorpret

Realiseert u zich als hotelier dat uw komende gasten al voorpret hebben gehad bij het uitzoeken van uw hotel als vakantie adres? Dat deze gasten zich verheugen op het verblijf in uw hotel? Op de voorpret kunt u heel eenvoudig inspelen door in de periode voorafgaand een geste te doen naar deze gasten. Dit kan door alvast een kaartje sturen uit de omgeving of een week van tevoren een 'vakantie weerberichtje' sturen. Een paar jaar geleden hebben wij in Italië een huis gehuurd en een maand van tevoren ontvingen wij een klein boekje met korte verhalen over de omgeving. Geen toeristische informatie maar verhalen die zich in de omgeving van het huis afspeelden. Verhalen waardoor je niet kon wachten tot je op vakantie ging. Trouwens ook leuk om uw hotelgasten uit te dagen om een kort verhaal of column te schrijven over uw hotel of de omgeving. Door er een prijsvraag van te maken krijgt u meteen weer een beetje aandacht. Bundel de verhalen en stuur deze van tevoren aan uw gasten.

Als een kind in de snoepwinkel

Of u bent echt modern en maakt een korte clip over wat uw gasten bij u kunnen verwachten. Zo stuurt Heston Blumenthal de link naar het filmpje 'Als een kind in de snoepwinkel' zodra een gast heeft gereserveerd. Daarmee begint het verhaal van de gast over het eten bij The Fat Duck vaak al ruim 2 maanden voordat zij daadwerkelijk het restaurant binnenstappen. 'The making of' video staat op horecatrends.com.

Een gastvrije ontvangst

Aankomen bij een hotel op een wisseldag met veel nieuwe gasten die moeten worden ingecheckt is een drama. Voor gasten die net een lange reis achter de rug hebben maar ook voor het bedrijf. Het overzicht raakt snel zoek. In meerdere hotels in Azië en het Midden-Oosten werden wij ontvangen met een drankje in een gezellige hoek van de hotellobby. De receptioniste vroeg onze gegevens en een paspoort en na een paar minuten kwam ze met de sleutels en de papieren voor de laatste handtekeningen. Daarna gaf ze informeel informatie over het hotel. Een relaxte manier van inchecken. Biedt altijd iets lokaals aan, in het Midden-Oosten krijg je vaak muntthee maar bijvoorbeeld bij binnenkomst in het Townhouse hotel in Maastricht krijgt u een kopje soep.

Gastenbinding

In het InterContinental in San Fransisco wordt er na 250 overnachtingen een hotelkamer naar jou vernoemd. Na 10 bezoeken worden je favoriete foto's in je kamer opgehangen. Na nog meer bezoeken, krijg je een eigen pen, persoonlijke badslippers, upgrades, eigen badjas, iPod met favoriete muziek of lakens met initialen.



Een 'oranje pop-up store'?

Recent hebben wij op horecatrends.com het voorbeeld van een pop-up winkel in een hotel lobby geplaatst. Het merk Montblanc (van de pennen) is een samenwerking aangegaan met het St. Regis Hotel in Washington DC en Thornwillow Press voor de inauguratie van Barack Obama. Fans van het merk Montblanc konden in de shop pennen, leren mappen etc. kopen. Daarnaast werden bezoekers aangemoedigd om met pennen en op papier van Montblanc brieven naar de president te schrijven, die dan door de butlers van het hotel persoonlijk werden afgeleverd. Voor hotels met grotere lobby's biedt het creëren van een leuke actie met een 'pop-up' winkeltje natuurlijke legio mogelijkheden. Ook in samenwerking met lokale winkeliers. Elk hotel in Amsterdam zou rond Koninginnedag natuurlijk een 'oranje pop-up store' kunnen beginnen in de lobby.....

Straatmuzikanten in de lobby

Het Carlton hotel in San Francisco, heeft een periode artiesten tijdens het 'happy hour' podium geboden in de lobby. Geeft gezelligheid en sfeer!

Zo simpel

In 2010 kregen wij een mail van een enthousiaste gast van het Best Western Hotel, Canyonland Inn in Amerika. Gewoon elke dag 5 grote handdoeken voor de 4 gasten in de kamer werd als zeer gastvrij gebaar ervaren.

Het Royal Cliff Beach Resort in Pattaya, Thailand, is ISO 14001 (Environmental Management System) gecertificeerd. Eén van de uitingen die hieruit voortkomt is een klein gebaar, het scheiden van het afval in de hotelkamer. De gast wordt dus behalve bij de was (tegenwoordig bijna een standaard verzoek) ook betrokken bij het scheiden van zijn afval. Het recyclable afvalbakje staat in de kamer het niet-recyclable afvalbakje in de badkamer.

Weer naar huis

Hotel Chambard, in Kaysersberg in de Elzas geeft haar gasten een flesje water en een mini versie van de lokale specialiteit 'le Kugelhopf' mee voor onderweg. Een flesje water geven hotels regelmatig mee, voeg hier een keer een appeltje of iets uit de omgeving aan toe.

Origineler kan ook; denk eens aan een cupcake in de vorm van een hamburger. Ouders met kinderen gaan regelmatig met hun kinderen op de terugweg nog een keertje eten bij McDonald's, kunnen ze zich daar alvast op verheugen!



*Bedtime story**The Queen*

*I go to sleep so I can dream about a place where I am queen.
My eyes I close, I drift away into the world of endless play.
The sun is out, the sky is blue, my royal kingdom appears on cue.
Within the mists of make believe a palace I shall start to weave.
It's paved with gold and shines so bright it glimmers like a starry night.
Towards the throne I make my way, 'Your Majesty,' my subjects say.
I dress up in the finest gowns and on my head I place a crown.
Before I know it the magic breaks, it must be time for me to wake.
It's really only in my dream that I can ever be a queen.*

By Diane Brown

THE PALACE

THE OLD TOWN

Managed by The Adina Hotels & Resorts

**Welterusten**

Het bed dat is opengeslagen en een verrassing op het kussen. Of dit nu een eetbare verrassing is, of een geste zoals een 'bedtime story' (hotel The Palace, Dubai). Het maakt indruk. Zo vonden wij ook eens een grote schelp op ons bed met een kaartje waarop de eigenaar ons een prettig verblijf wenste en uitlegde dat hij hoopte dat we via de schelp de zee konden horen. Dit omdat het te koud was om de balkondeuren open te doen. Zo simpel, maar dit was een aantal jaren geleden en het is blijven hangen...

Als hotel op de Veluwe kunt u natuurlijk ook een takje lekker ruikende hei neerleggen met een simpel kaartje waarop u de gast 'welterusten' wenst. Bedenk iets uit uw omgeving.

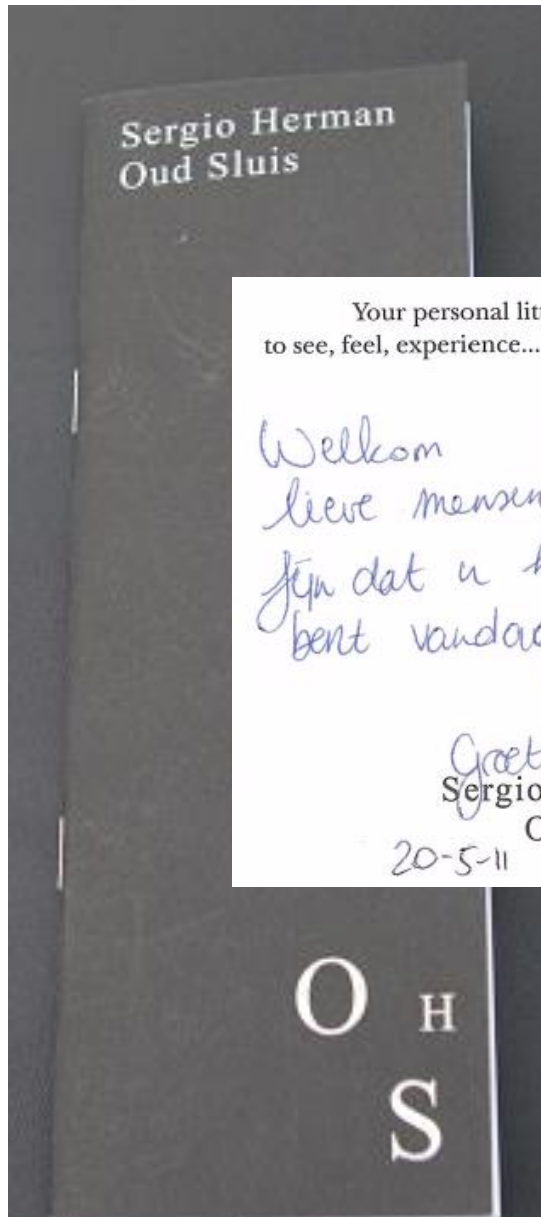
Kinderen

Ouders verras je indirect via hun kinderen. Als de kinderen het naar hun zin hebben dan hebben de ouders het meestal ook naar hun zin. Uit onderzoek in Engeland bleek dat ouders hun kinderen vaak niet mee uit eten durfden te nemen. Het Kensington hotel in Londen heeft hierop ingespeeld door kinderen een cursusje tafelmanieren van een uurtje aan te bieden. Dit heeft hun ook nog eens veel publiciteit opgeleverd. Maar ook kinderen uitnodigen om 's middags samen met de kok koekjes te maken voor het dessert of bij de koffie is een bezigheid die kinderen zich nog lang zullen herinneren. Maak je chocolade koekjes serveer deze dan met een glas melk onder de naam 'cookie monster'.

Willekeurige vriendelijkheid

In 2009 berichtten we over de Hyatt hotelgroep die bezoekers met onverwachte vriendelijke gebaren verraste. Bijvoorbeeld een massage op hun kosten, een gratis ontbijt of een barrekening die niet betaald hoefde te worden. De KLM heeft veel reacties gehad op acties van willekeurige vriendelijkheid naar hun passagiers. Ze hebben hier video's van gemaakt die via de social media zijn verspreid. Met de blijvende groei en aanwezigheid van social media is het een stimulans van positieve mond-tot-mond of 'mond-tot-media' reclame.

Recent kwamen wij het voorbeeld tegen van het Double Tree Cocoa Beach Oceanfront die aan één van hun gasten bij de reservering vroegen wat het doel van zijn verblijf was. Zijn zoon werd 4 jaar dus ze gingen samen het Kennedy Space Center bezoeken en surfen in de Atlantische Oceaan. Toen de twee in de kamer kwamen lag er een gift bag, boogie board, banner, cupcakes en een persoonlijke verjaardagskaart klaar. De gast heeft er een foto van gemaakt en gedeeld op imgur.com, de foto is opgepikt door Reddit.com en uiteindelijk 4.8 miljoen keer (!) bekeken.



Your personal little notebook

Hoe vaak zie je gasten van beroemde chefs geen aantekeningen maken om vooral de sensatie van hetgeen je hebt geproefd vast te houden. Zeker bij een topchef als Sergio Herman gebeurt dit. Hij geeft de gast een klein aantekeningboekje 'Your personal little notebook, to see, feel experience... for yourself'. Een persoonlijk welkom van de chef, het menu erin en de gast heeft een mooi aandenken aan het diner.

Instagrammen

Ook deze topchefs moeten gaan nadenken over oplossingen voor het fotograferen van de gerechten. De populariteit van het bijvoorbeeld met instagram foto's maken van de gerechten en deze vaak – niet zo flatteuze foto's – te delen via de sociale media, leidt tot veel discussie. In Amerika zijn er al diverse restaurants die duidelijk aangeven dat er niet gefotografeerd mag worden. Andere gasten hebben last van het constante geflitst volgens de eigenaren. Misschien dat de angst voor het namaken van de gerechten door andere chefs ook meespeelt. Voor de topchefs is dit natuurlijk ook een reëel gevaar, zij zijn toonaangevend met hun creativiteit. Gelukkig zijn hun gerechten alleen voor de allerbeste chefs haalbaar.

Professionele foto's kunnen downloaden

Restaurant Comodo in New York maakt echter op positieve manier gebruik van deze nieuwe gewoonte – via de de hashtag #ComodoMenu kunnen de foto's worden geüpload en worden bekeken. Nu nog cursussen voor de fotografen of een methode dat de gast ergens fatsoenlijke foto's kan downloaden en deze via sociale media kan delen.

Je nieuwe menu aankondigen via social media

We zien steeds meer chefs die hun toekomstige gasten opzoeken met menu presentaties via You-Tube video's. Bijvoorbeeld de video's van chefkok Grant Achatz van restaurant Alinea in Chicago maar ook de Nederlandse chefkok Wouter van Laarhoven van restaurant de Molen in Kaatsheuvel presenteerde zijn nieuwe menukaart in 2012 op deze manier.

Groeipaal voor de kleine gasten

Het Argentijns en Mexicaans restaurant El Paso in Hindeloopen heeft een groeipaal in hun restaurant staan. Het is een seizoensbedrijf en zij meten de kinderen op als ze weer voor de eerste keer in het seizoen komen. Naam en datum op de paal. De ervaring leert dat de ouders (met hun kinderen), indien ze in de buurt zijn, vaak weer terug komen.



Kleinigheidje mee naar huis geven

Regelmatig krijg je bij topchefs een kleinigheidje mee naar huis. Om even bij Sergio Herman te blijven, een paar jaar geleden kreeg ik een werkelijk verrukkelijke reep chocola mee, (co-creatie met Dominique Persoone). Ik ga sindsdien altijd even langs zijn winkel/atelier in Antwerpen.

In Frankrijk hebben we ook ooit lekkere broodjes voor bij het ontbijt meegekregen. Zoals het Vlaamsch Broodhuys in onderstaand voorbeeld ook doet. Maar zeker als je realiseert dat veel gasten, veel van de gourmandises bij de koffie laten liggen, is het een leuk geste om er een paar op een mooie manier in te pakken en mee te geven. Ik heb wel eens zo'n doosje aan mijn ouders gegeven als dank voor het oppassen... Met als gevolg dat mijn ouders ook bij het restaurant zijn gaan eten.

Origineel koekje bij de koffie

Voor cafés en restaurants met terras geldt dat je meer bezoekers trekt als je een origineel koekje bij de koffie biedt. In de toprestaurants zien we steeds vaker koekjestrolley's of een uitgebreide keuze op een groot blad. Voor kleinere zaken blijft een ouderwetse koektrommel een charmante mogelijkheid om de gast keuze te bieden en u kunt meteen ook de kinderen een koekje bij hun fris geven. Of een lollie in hun rietje steken... Wilt u het helemaal subliem maken? Serveer dan eens mini suikerspinnetjes bij de koffie...

Gratis je mobiel opladen of free Wifi

Bij Stravinsky Eten & Drinken in Hengelo kun je niet alleen jezelf even opladen, maar voortaan ook je telefoon. Dit handige oplaadstation, dat is ontwikkeld door Mobiel Bijtanken.nl, biedt een oplaadplek voor je telefoon.

Maar ook gratis Wifi blijft een topic. Via de dienst 'So Wifi' vragen horecabedrijven een like of check-in als tegenprestatie voor gratis wifi.

Initiatief van het Vlaamsch Broodhuys

In de Baker's Cafés willen ze podium geven aan topchefs om hun kookkunsten te laten zien. De eer was aan sterrenchef Niven Kunz om de spits af te bijten. Het pop-up restaurant was in januari 2013 te vinden in het Vlaamsch Broodhuys, Amsterdam. Gasten konden genieten van een 10-gangen sterren diner voor €50,- per couvert. Een passend wijnarrangement kon erbij besteld worden en er werd speciaal brood bereid voor bij het menu. Alle gasten kregen een verrassing mee voor het ontbijt. Het combineren van een aantal details, een prachtig produkt (brood), met een gastkok en marketing (pop-up en een verrassing mee voor het het ontbijt). Leuk om die samenwerking te zoeken.



Bronnenlijst

www.horecatrends.com:

Als een kind in de snoepwinkel

Sef-service-soep (Townhouse hotel, Maastricht)

Gastenbinding bij het Intercontinental

Bedtime Story via het Palace hotel in Dubai

<http://www.theaddress.com/en/hotel/the-palace-downtown-dubai>

Hotel leert tafelmanieren aan kinderen

The Cookie Monster

Willekeurige vriendelijkheid (2009)

Cadeau-van-doubletree-cocoa-beach-oceanfront

Montblanc pop-up lobby store

The Snazzman from the Carlton Hotel San Francisco

Simpel gebaar van gastvrijheid

Klein duurzaam gebaar

Weer naar huis: Hotel Chambard in Kaysersberg
<http://lechambard.fr/>

Cheeseburger cupcakes uit 2009 staat niet meer op de website maar receptuur is te vinden op het internet.

Your personal little notebook: www.sergioherman.com

Instagram menu bij Comodo NY

The hunt van Grant Achatz

Presenteer je nieuwe menu (Wouter van Laarhoven)

Groeipaal in restaurant

Chocolade www.dominiquepersoone.be

Koekjestrrolley

Gratis je mobiel opladen / Gratis Wifi in ruil voor een like

Vlaamsch Broodhuys

Bekijk ook onze brancheonderzoeken op
www.spronsen.com/nl/brancheinformatie



'De Koffie- en theebar in beeld' is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

VAN SPRONSEN & PARTNERS



'Het Café in beeld' is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

VAN SPRONSEN & PARTNERS

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

