

Steeds meer organisaties en ondernemers zijn jachtig op zoek naar het maken van onderscheid. De concurrentie is stevig en producten en diensten zijn vaak van vergelijkbare kwaliteit. Zo ook in de wellnessbranche.



Gastvrijheid? Nog ver te zoeken!

Deze week ontving ik cadeauvouchers voor een dagje wellness met een aantal resorts naar keuze. Hoewel ik nu alleen een vergelijking kan maken op basis van de website, faciliteiten en behandelingen, zegt het mij nog niks over de gastvrijheid die ik daar ga beleven. Wordt mijn dag onvergetelijk of eentje waar ik liever niet op terugkijk...? Mijn klanten uit diverse branches (bouw, farma, zorg, retail) kampen met dezelfde vraag: hoe trekken we potentiële klanten aan en houden we bestaande klanten (langer) vast? Wat maakt dat wij op het netvlies blijven plakken ten opzichte van de concurrent? Wat zijn eigenlijk al die contactmomenten met onze klanten? We ontdekken snel dat die contactmomenten niet alleen live bij de aankoop zelf zijn, maar al starten bij de oriëntatie, als de klant zelf nog niet bewust is bij wat hij of zij wil en start met rondkijken op internet, social media of erover praat met vrienden, collega's of familie et cetera. Die contactmomenten gaan ook door nadat de aanschaf is gedaan. Wat is de after service? Kom je regelmatig terug met extra informatie, events, vernieuwingen of maatwerksuggesties?

AANDACHTSPUNTEN

De gastvrijheid is helaas vaak nog ver te zoeken, dus er is nog winst te behalen! Inzoomend op wellness en wellnessorganisaties: het mag veel persoonlijker en met oprechte aandacht. Onderschat niet wat het effect is als je website niet up-to-date is, langzaam is, je geen of late reacties krijgt op je mail of als je receptioniste op de smartphone zit te appen en nauwelijks opkijkt als er iemand binnenkomt. Bedenk ook wat het doet met je klanten als je medewerkers in het restaurant onvoldoende signaleren wanneer iemand wat wil drinken of eten. Of niet afruimen. Of geen rekening houden met behandel tijden en serveren van eten. Tijdens het wachten op behandelingen is het ontzettend fijn als er lectuur ligt en je iets te drinken krijgt aangeboden. Of dat er gedurende de dag gevraagd wordt of je tevreden bent of nog wensen hebt...

KANSEN

Ik zie oprecht kansen voor kleinschalige wellnesspraktijken, met gastvrijheid als hoofdprioriteit. Waarbij de klant weer echt een verwendag krijgt met oprechte persoonlijke aandacht. Waarbij je als consument voelt en ervaart dat jouw team en jijzelf als wellnessprofessional geloven in wat je doet, plezier hebben en dat jullie er alles aan doen om van onbewust tot bewust contact met je klant, de verwachtingen te overtreffen. Want dat doe ik als passievolle trainer en ondernemer ook en wil ik in mijn vrije tijd heel graag ervaren!

INSPIRATIEBRON

Het filmpje van Lebbis over gastvrijheid op het terras is te zien op Youtube (www.youtube.com/watch?v=cdjHnHwT5yw).



*Drs. Jocelyn Rebbens is gepassioneerd consultant/psycholoog/coach/spreker en geeft trainingen, workshops, lezingen en individuele begeleiding aan professionals, managers en ondernemers. In december 2015 verscheen haar paperback *Personal Branding*. Neem voor vragen contact op via info@rebbels.com of kijk op www.rebbels.com.*