

Gastvrij met een *grote G*

Gastvrijheid is een belevingsaspect. Het gaat de klant erom te worden gezien en gehoord, en het is persoons- en momentafhankelijk hoe dat moet worden aangevlogen door de winkelier. De ene klant vindt het fijn om een praatje te maken, de andere heeft haast en vindt een snelle afhandeling essentieel. ‘Het is fingerspitzengefühl, dat maakt het ook zo moeilijk.’

TEKST MARTIJN LOUWS FOTOGRAFIE EIGEN FOTO'S

Bij gastvrijheid in de winkel is een aantal zaken heel belangrijk, zegt expert Laura de la Mar van Gastvrij in Bedrijf. ‘De klant moet zich welkom. Dat is één. En oprecht persoonlijke aandacht ervaren. Maar daar gaat het nog wel eens mis. Ondernemers en medewerkers zijn nog maar net met die ene klant bezig, terwijl ze al met hun hoofd bij de andere klant zijn, de klant die erachter staat in de rij. Na het afrekenen is er al geen oogcontact meer en vergeet men de klant te groeten. Let daar op, het kost maar een paar seconden extra tijd en het maakt een groot verschil in de klantervaring.’ De la Mar begeleidt winkels en winkeliers in het vergroten van de gastvrijheidsbeleving. ‘Het is ontzettend moeilijk, vergis je niet. Iedere klant stelt andere eisen, en iedere klant ervaart gastvrijheid op een andere manier. De één vindt een praatje fijn, de ander wil snel door. Het is fingerspitzengefühl. Daarbij is mensenkennis onontbeerlijk voor de medewerkers achter de counter.’

ZET MEDEWERKERS IN HUN KRACHT

De la Mar roept ondernemers van gemakswinkels dan ook op om kritisch te kijken naar de capaciteiten van medewerkers en mensen in hun kracht te zetten. ‘Mensen die het leuk vinden om met klanten om te gaan, die vaak de juiste snaar raken bij klanten, die horen achter de counter. Maar anderen die dat minder hebben, die kunnen beter elders worden ingezet in de winkel. Daar is echt nog winst te halen.’ Het mes snijdt daarbij aan meerdere kanten, verzekert De La Mar. ‘Iemand die plezier heeft in zijn werk, straalt dat plezier ook uit naar klanten en naar de andere medewerkers. Het zal de sfeer in de winkel en in het team een positieve boost geven.’ Zij merkt op dat de verschillen in winkels soms groot zijn. ‘Je kunt voorin de winkel gastvrij en vriendelijk worden geholpen, terwijl achterin de zaak diezelfde gastvrijheid ver is te zoeken. Er moet één lijn zijn in houding en gedrag, en dat kan bereikt worden door



‘Iemand die plezier heeft in zijn werk, straalt dat plezier ook uit naar klanten en naar de andere medewerkers’

medewerkers op de juiste plek te zetten in de winkel. En door trainingen en workshops te volgen.’

GEWOON GOED OF GASTVRIJ

De la Mar zegt dat ondernemers onderscheid moeten maken tussen gewoon goed en gastvrij. ‘Gewoon goed betekent een juist assortiment, vriendelijke medewerkers, de juiste prijzen, een nette winkel; eigenlijk allemaal randvoorwaarden. Gastvrij gaat een stap verder; klanten moeten zich welkom voelen in de winkel, zich begrepen voelen.’ De gastvrijheidsdeskundige zegt dat de klant dit laatste feilloos aanvoelt. ‘Kijk maar naar jezelf, als jij een winkel binnenkomt, dan weet je vaak al precies wat je te wachten staat. Ikzelf heb dat bij mijn slager, die kent iedereen bij naam. Fantastisch. Tenminste, dat vind ik. Een ander heeft misschien zoiets van: waarom noemt hij mij bij naam? Maar ook dat voelen ze daar vaak heel goed aan, zeker de ondernemer zelf.’ Die ondernemer is in de ogen van De la Mar de cultuurdrager. ‘Hij of zij geeft het voorbeeld. Als de ondernemer medewerkers nooit een compliment geeft en een goed gevoel geeft, dan krijgt dat een vertaling naar de winkelvloer.’

KLANTEN WORDEN LOYAAL

Gezien het feit dat er zoveel aspecten zijn die van belang zijn, is gastvrijheid een lastig aspect van het winkelspel, erkent De la Mar. ‘Maar het is wel belangrijk om het te zijn, en het goed te doen. Het levert immers veel op: klanten die zich goed voelen in jouw winkel besteden meer. En ze komen vaker terug. Bovendien praten ze positief over de winkel, ook op sociale media.’ Maar meer omzet en een beter rendement hoeven volgens de gastvrijheidsexpert niet per se de drijfveer te zijn. ‘Gastvrijheid maakt ook blij, zorgt ervoor dat medewerkers plezier hebben in hun werk, minder vaak ziek zijn, en het maakt dat klanten zich fijn voelen. Dat is minstens zo belangrijk.’ ●

HOE TOEGANKELIJK IS UW WINKEL?

Gastvrij zijn heeft ook een link met hoe toegankelijk de winkel is. Ondernemers staan er niet altijd bij stil, maar de winkel staat vol met diverse producten en de ruimte is beperkt. Tegelijkertijd wil men wel alle producten goed laten zien en aanprijzen. Dus bouwen we er nog een display bij, met wat extra aanbiedingen. Zonder dat ondernemers het merken, maken zij van de winkel een hindernisbaan. Met name voor mensen met een beperking wordt het letterlijk een drempel om de winkel binnen te gaan. NSO Retail wil daarom het thema ‘toegankelijkheid’ onder de aandacht brengen en is (samen met andere branches) aangesloten bij het programma MKB Toegankelijk. Maar liefst 15 procent van de Nederlandse samenleving heeft een vorm van beperking. Een groep die misschien wel juist de service van de speciaalzaak opzoekt om geholpen te worden. Daar liggen dus kansen. Bekijk de winkel eens door de bril van mensen met een beperking. Beter nog, ga met hen in gesprek en vraag naar hun bevindingen en ervaringen. En wees gerust, ingrijpende aanpassingen zijn niet altijd nodig. Denk bijvoorbeeld aan het installeren van een drempelhulp of het in gebruik nemen van een mobiel pinapparaat. Zelfs het verlengen van het snoer van het pinapparaat kan al een uitkomst bieden. Tips? Kijk eens op www.mkbtoegankelijk.nl.

GASTVRIJHEIDTIPS BIJ CONSUMENT MET BEPERKING

Verstandelijke beperking

- Luister actief: vat samen, check of je het goed begrepen hebt en vraag door.
- Wacht tot je klant klaar is met praten.
- Gebruik eenvoudige taal, maar maak het niet kinderlijk.
- Help zo nodig bij het nemen van beslissingen, maar laat de klant zelf beslissen.
- Spreek de klant met een verstandelijke beperking aan en communiceer niet via de begeleider.

Lichamelijke beperking

- Vraag of je kunt helpen en op welke manier.
- De meeste klanten met een lichamelijke beperking willen zo zelfstandig mogelijk hun boodschappen doen. Help niet meer dan nodig is.
- Denk zo nodig creatief en overleg met je klant.
- Hulphonden horen altijd welkom te zijn in de winkel.

Beperking in het zien

- Vraag of je kan helpen met het zoeken naar producten in de winkel.
- Bied (vrijblijvend) een arm aan om met de klant door de winkel te lopen.
- Beschrijf de omgeving goed en duidelijk.

Beperking in het horen

- Kijk de gast aan en spreek duidelijk.
- Ondersteun zinnen zo mogelijk met gebaren.
- Veel slechthorenden en doven hebben een aparte manier van spreken.
- Vraag gerust om herhaling als je de klant niet verstaat en/of begrijpt.
- Schrijf dingen die voor de klant belangrijk zijn om te onthouden op.