

Gastvrijheid begint intern, ook in de schoonmaak

Dat gastvrijheid een belangrijke aanvulling is op de corebusiness, is inmiddels vanzelfsprekend. Bij veel schoonmaakbedrijven is het gedachtengoed gastvrijheid zelfs een unique selling point. Ook is er vaak een duidelijk beeld van hoe gastvrij schoonmaken eruit zou moeten zien en welk gedrag van de schoonmaakmedewerker daarbij hoort. In hospitalityconcepten staat regelmatig tot in detail uitgewerkt wat er in dit verband van medewerkers verwacht wordt. Maar wat maakt dat het moeilijk is om gastvrijheid echt in te bedden in de organisatie?

tekst: Mieke van Sark



Uitdagingen voor een gastvrije schoonmaakbranche

- Het commerciële ideaalbeeld loopt voor op de realiteit van de werkvloer.
- Voornamelijk focus op externe gastvrijheid bij eindgebruiker.
- De groei in resultaatgerichte en dagschoonmaak vraagt andere competenties van medewerkers.
- Gebrek aan tijd en ruimte bij medewerkers om gastvrij te kunnen zijn.
- Mate van fysieke en mentale afstand van medewerker tot management en hoofdkantoor.
- Het boeien en binden van medewerkers in een krappe arbeidsmarkt.
- Ketenprestatie bij integraal facilitymanagement.

Vanuit Gastvrijheid in Bedrijf werken we steeds vaker samen met (schoonmaak) bedrijven die gastvrij willen worden en blijven. In eerste instantie omdat opdrachtgevers dit van hen vragen met als doel de verwachting van de eindgebruiker te overtreffen. Gelukkig wordt gastvrijheid steeds vaker onderdeel van de strategie van schoonmaakbedrijven in plaats van dat zij het onderbrengen in een aparte afdeling. Hierdoor is de noodzaak van en het verlangen om de opdrachtgever tot dienst te zijn zo groot dat alle aandacht gaat naar externe gastvrijheid (de gastvrije beleving van de klant van het bedrijf). Dit zie je bijvoorbeeld terug in de aantrekkelijke commerciële teksten in offertes en aanbestedingstrajecten waarbij idealen de realiteit vaak inhalen.

PRIORITEIT

Bij (resultaatgerichte) schoonmaak ligt de focus voornamelijk op het eindresultaat. De aandacht voor gastvrijheid gaat met name over wat de opdrachtgever en eindgebruiker graag willen ervaren tijdens en aan het einde van het schoonmaakproces. Dit is een extrinsieke motivatie om gastvrijheid te ontwikkelen: we moeten gastvrij zijn. Terwijl mensen het meest geneigd zijn te veranderen door intrinsieke motivatie. Echte authentieke gastvrijheid komt door intrinsieke motivatie. Het is net als stoppen met roken: zonder

motivatie blijf je in oude gedragspatronen terugvallen. Daarnaast gaat verandering ook vaak gepaard met negatieve gevoelens als angst en onzekerheid. Deze gevoelens zijn niet echt motiverend. Het verlangen om te willen veranderen, moet daarom groot genoeg zijn. Gastvrij zijn kost namelijk ook best wat extra tijd en energie. Zeker als je gewend bent om buiten beeld te werken. Met alleen externe motivatie red je het niet. Het ontwikkelen van intrinsieke motivatie is dus essentieel. Maar hoe doe je dat?

GASTVRIJHEID BEGINT INTERN

Er is een direct verband tussen medewerkers- en klanttevredenheid. Als een medewerker zich welkom voelt in een bedrijf of team, geeft de medewerker dat gevoel vanzelf door aan de gasten. Ga maar bij jezelf na: wanneer jij je niet gewaardeerd voelt, niet fijn samenwerkt met je collega's of niet de mogelijkheden krijgt om gastvrij te kunnen zijn, moet je continu de knop omzetten om je gast wél een goed gevoel te geven. Op de lange termijn laadt de batterij van positieve energie niet meer op doordat de negatieve energie meer ruimte inneemt. Als de interne gastvrijheid onvoldoende aandacht krijgt, zal op de lange termijn de gastvrijheid voor gasten verminderen.

GASTVRIJE CULTUUR

Ook voor gastvrijheid geldt: goed voorbeeld doet goed volgen. Wanneer je een gastvrije beleving wilt creëren voor opdrachtgevers en eindgebruikers, start dan met het creëren van een gastvrije medewerkersbeleving. Wanneer je medewerkers wilt leren om door de ogen van hun klanten te kijken, kruip dan in de huid van de medewerkers en ontdek en ervaar wat hen beweegt en motiveert. Onder het motto 'alles wat aandacht krijgt, groeit' heeft het ontwikkelen van een interne gastvrije cultuur een duurzaam positief effect op het menselijk kapitaal. Het geeft managers de mogelijkheid om hun werkgeverspositionering te versterken. Zeker in de huidige arbeidsmarkt is dat een win-winsituatie.

Het effect van een gastvrije cultuur

- Een betere werkgeverspositionering
- Hogere medewerkerstevredenheid
- Stijging van loyaliteit en betrokkenheid
- Meer ambassadeurs
- Versterking van aanspreekcultuur
- Vergroten van focus op verbeteren van gastvrijheid
- Groei van passie, plezier en positieve energie

GASTVRIJE CULTUUR



Zoals Laura de la Mar schrijft in haar nieuwe boek *Het geheim van gastvrijheid*, is zowel externe als interne gastvrijheid persoons- en momentafhankelijk. Het zit in duizend kleine details. De beleving van gastvrijheid bestaat voor 89 procent uit emotionele en niet-tastbare zaken. Steeds meer bedrijven worden zich bewust van het feit dat gastvrijheid pas echt ontwikkeld kan worden wanneer het intern begint en medewerkers daadwerkelijk zelf aan de slag gaan. Het management speelt hierin een sleutelpositie door gastvrij te zijn voor medewerkers, het goede voorbeeld te geven en gastvrijheid op de werkvloer belangrijk én mogelijk te maken. Er zijn zes sleutels om gastvrijheid in het DNA van een bedrijf te verankeren:

1. Door de ogen van de klant kijken
2. Mogelijk maken
3. Belangrijk maken
4. Reflecteren en leren
5. Inspireren
6. Waarderen

Kortom, zorgen voor een gastvrije cultuur omvat veel meer dan alleen een training geven. Je moet meerdere tools inzetten bij het dagelijks aansturen van medewerkers om hen te inspireren en te stimuleren om gastvrij te zijn. Na verloop van tijd zul je dan merken dat gastvrijheid in de organisatie ingebed raakt. Uiteindelijk zal de medewerker dit merken in de hele *employee journey*, van werving en selectie, tot inwerken, continu leren en ontwikkelen tot uitdiensttreding. Niet omdat het moet, maar omdat werk zo veel leuker is door gastvrij te zijn. ●--



Dit artikel is geschreven door Mieke van Sark, adviseur en trainer bij Gastvrijheid in Bedrijf. Hier helpt zij organisaties en bedrijven om zelf het concept van gastvrijheid in te voeren en te borgen dat dit zo blijft