

HÖREN UND SEHEN

NUR WER GENAU HINSIEHT, ERFÄHRT WAS GÄSTE WOLLEN – UND KANN OPTIMALEN SERVICE BIETEN

Die Erfüllung – das Übertreffen von Kundenerwartungen sind der Schlüssel erfolgreicher Gastgeber, das ist unbestritten. Die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden zu kennen ist dafür unverzichtbar und hohe Schule gleichermaßen.

Wie machen Sie das? Welche Quellen stehen Ihnen zur Verfügung und welche Werkzeuge, um diese Schätze zu heben?

Na klar, am Markt agierende Unternehmen kennen typische Anforderungen. Pfiffige Unternehmer beobachten ihr Umfeld – analog wie digital, tauschen sich aus, übertragen positive Erfahrungen auf die Customer Journey des eigenen Betriebes. Zukunftsorientierte Verantwortliche nutzen zudem Marktstudien um Weichen zu stellen. Idealerweise sogar mit System, z.B. einem agilen Qualitätsmanagement.

Allzuoft werden wir selbst als Kunden im Anschluss gefragt, ob wir zufrieden sind. Manchmal will es der/die Fragende auch wirklich wissen, dann geben wir Auskunft oder füllen einen Bogen aus und das Unternehmen ist im Bilde über unsere Zufriedenheit mit der erbrachten Leistung. Klug, wer auch auswertet und daraus lernt. Schon durchaus seltener werden wir vor oder während des Käuferlebnisses nach individuellen Wünschen gefragt. Warum eigentlich? Ist es die Furcht vor oder vorausseilende Vermutung, dass überzogene Erwartungen genannt werden könnten? Dann ginge es doch eigentlich eher um den souveränen Umgang mit Rückmeldungen durch sicher agierende Serviceleister:innen. Den kann man zum Glück erlernen. Denn Kundenerwartungen, die wir jetzt noch erfüllen oder auf die wir jetzt noch Einfluss nehmen können, sind eben

keine zu spät geäußerten Wünsche im Rahmen der klassischen Feedbackbefragung oder Beschwerdebearbeitung. Oder sichtbar gewordenen Zeichen in den Bewertungsportalen.

Offene Fragen sind der Schlüssel zu individuellen Erwartungen. Wie wäre es, wenn die erste Frage lautet „Sie wurden zu uns empfohlen – was genau hat man denn über uns berichtet?“ Sie werden vielleicht überrascht sein, dass der Gast, den Sie gerade mit einem kostenlosen Upgrade für's Zimmer zum Garten beglücken wollten, antwortet: „mein Kollege hat vom Zimmer geschwärmt, aus dem man jederzeit den Wagen am Parkplatz im Blick haben kann“. Und was, wenn wir einmal gezielt auf Menschen zugingen, die nicht so zufrieden ausschauen, um Sie zu fragen, ob wir genau jetzt etwas tun

können, damit sie sich bei uns so richtig wohl fühlen? Und überhaupt, muss eigentlich die letzte Frage beim Check-out immer sein „darf ich Ihnen den Beleg an die Rechnung heften?“ oder dürfte es auch einmal eine mit Mehrwert sein? Eine wie „was hat Ihnen eigentlich am besten bei uns gefallen?“, die hätte doch einen deutlich höheren Nutzen für alle Beteiligten: Der Gast verlässt Sie mit einem Lächeln auf den Lippen und Sie wüssten ganz genau, wie oder womit Sie einen optimalen Service bieten. &



ALLE SEMINARANGEBOTE
FINDEN SIE HIER >

<https://btg-service.de/gaeste-ge gewinnen-begeistern>

Autorin: Birgit Becker