

Hostmanship en het klantperspectief

Gastvrijheid en 'hostmanship' krijgen steeds meer aandacht binnen organisaties. Dit Zweedse concept is inmiddels geadopteerd door facilitaire dienstverleners en beveiligingsbedrijven en richt zich op 'de kunst mensen het gevoel te geven dat ze welkom zijn'. **RICHARD FRANKEN** *

Hostmanship is gebaseerd op de filosofie van de Zweed *Jan Gunnarsson* en begint bij het behandelen van de ander zoals die persoon zelf behandeld wil worden. Het is een overtreffende trap van dienstverlening en gericht op gastvrijheid. Reageren op een concreet verzoek of een vraag van een gast is een vorm van dienstverlening; actief een dialoog aangaan met gasten om erachter te komen waar een gast behoefte aan heeft gaat verder.

Omdat iedere persoon uniek is en geen enkele ontmoeting hetzelfde, kan hostmanship niet gevangen worden binnen vastomlijnde kaders, structuren of processen. Het is geen techniek of vaardigheid, maar een *mindset*, een bewuste keuze voor gedrag. Hostmanship gaat om bewustwording of reflectie.



Irma Flore (BU-directeur Trigion Services): 'Hostmanship is geen kunstje.'

Iedereen kan nadenken over wat een ontmoeting met een gast tot een geslaagd moment maakt, hoe hij ervoor kan zorgen dat hij méér betekent voor een gast. Het gaat over een voortdurende zoektocht naar 'wow-momenten', waarbij gasten positief verrast worden.

De filosofie van Gunnarsson is gebaseerd op zes pijlers:

1. dienen;
2. het geheel zien;
3. verantwoordelijkheid nemen;
4. consideratie hebben;
5. dialoog voeren;
6. kennis hebben.

Op de website www.hostmanship.nl wordt deze filosofie verder toegelicht.

Hostmanship in de praktijk

Facilitair dienstverlener Facilicom is met hostmanship in aanraking gekomen via Trigion Services, het bedrijfs onderdeel dat zich heeft gespecialiseerd in gastvrijheid, entreemanagement en aanverwante vormen van dienstverlening. Business unit directeur *Irma Flore* kwam eind 2010 in contact met *Alexander de Vries*, de persoon die Hostmanship naar Nederland heeft gehaald. Begin 2011 is een pilot gestart met het concept binnen Trigion Services. De pilot bleek een succes. Het project wordt daarom inmiddels verder uitgerold binnen Trigion Services, en andere bedrijfsonderdelen van Facilicom. Naast workshops, waaraan alle

medewerkers deelnemen, wordt het concept verankerd in de bedrijfsvoering. Praktijkervaringen en ideeën uit de workshops worden gebundeld, hostmanship wordt geborgd in de procedure voor werving & selectie van nieuwe medewerkers, het is een vast item tijdens het werkoverleg, en het komt terug in de beoordelingssystematiek. Om hostmanship 'top-of-mind' te houden is het belangrijk om er voortdurend mee bezig te zijn en het volledig te adopteren. Flore: 'Hostmanship is geen kunstje. Je moet het leuk vinden, anders werkt het niet.'

Meerwaarde

Het beoogde resultaat van dit project is tweeledig. Enerzijds ziet Facilicom de arbeidsmarkt steeds knapper worden. Het uitrollen van hostmanship is een stap in het traject om ervoor te zorgen dat eigen en/of potentiële medewerkers graag voor het bedrijf willen werken. Daarnaast blijkt het binnen de facilitaire dienstverlening steeds moeilijker te zijn om opdrachtgevers te overtuigen van de toegevoegde waarde van de diverse vormen van dienstverlening. Service en dienstverlening worden beschouwd als een 'commodity' die door tal van dienstverleners uitgevoerd kan worden. Gastvrijheid is echter minder breed beschikbaar en biedt de mogelijkheid tot onderscheiden van de concurrenten. «

* *Richard Franken, commercieel directeur Trigion*