

3. Γιατί η εξυπηρέτηση είναι σημαντική



«Το ξενοδοχείο βρίσκεται σε ένα όμορφο και ήρεμο δρομάκι μόλις πέντε λεπτά με τα πόδια από την Παλιά Πόλη. Μπορεί εξωτερικά να μην σε κεντρίζει, ωστόσο μπαίνοντας στο εσωτερικό βλέπεις έναν πολύ όμορφο χώρο με λουλούδια παντού. Εκείνο όμως που πραγματικά ξεχώρισε ήταν η θερμή υποδοχή του Frank, της Natalie και του συνόλου του προσωπικού. Νιώσαμε αμέσως σαν να είμαστε χρόνια φίλοι και μας άνοιξαν μια τεράστια αγκαλιά. Μας έφεραν χάρτη της πόλης, μας ενημέρωσαν για τα πάντα και μας έκαναν από την πρώτη στιγμή να νιώσουμε σαν στο σπίτι μας. Ό,τι μας πρότειναν ήταν απίθανο!

Κάθε πρωί μας καλημέριζαν στη γλώσσα μας, γεγονός που μας έκανε να νιώθουμε ακόμα πιο οικεία και ζεστά. Ο μπουφές του πρωινού, όποια ώρα και να είχαμε πάει ήταν πάντα γεμάτος με ό,τι μπορεί κανείς να φανταστεί και το προσωπικό της κουζίνας συνεχώς αναπλήρωνε ότι είχε φαγωθεί».

Αυτή είναι μόνο μία από τις αμέτρητες πεντάστερες κριτικές του Agnes Residence στην Πράγα (10 ανάμεσα σε 673 ξενοδοχεία στην Πράγα, σύμφωνα με το TripAdvisor), το οποίο κυριολεκτικά αποθεώνεται για την υποδειγματική εξυπηρέτησή του.

Ένα ξενοδοχείο έχει ένα μόνο πράγμα να πουλήσει. Αυτό το ένα πράγμα είναι η εξυπηρέτηση. Αν η εξυπηρέτηση είναι φτωχή, τότε και το ξενοδοχείο είναι φτωχό. Βασικός στόχος των ξενοδοχείων μας είναι να παρέχουμε στους πελάτες μας την κορυφαία εξυπηρέτηση στον κόσμο.



Ellsworth Statler

Η εξυπηρέτηση του πελάτη, είτε αυτός ταξιδεύει για λόγους αναψυχής είτε για εργασία, είναι το Α και το Ω για ένα κατάλυμα ή ένα εστιατόριο, καθώς σε μεγάλο βαθμό καθορίζει τη βιωσιμότητά του. Ένα μεγάλο ποσοστό αυτών επιλέγει ή απορρίπτει μία επιχείρηση με βάση το επίπεδο εξυπηρέτησης που προσφέρει (σ.σ. τις πληροφορίες αυτές τις αντλεί κυρίως από τα reviews). Μία επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει χωρίς επισκέπτες και σίγουρα δεν μπορεί να μακροημερεύσει παρέχοντας κακή εξυπηρέτηση. Εξάλλου, το 68% των πελατών που εγκαταλείπουν μια επιχείρηση το κάνει για λόγους που άπτονται της εξυπηρέτησης. Ας δούμε όμως αναλυτικά τα οφέλη από την παροχή άφορης εξυπηρέτησης:

- ✔ Είναι αυτό που οι επισκέπτες θα θυμούνται για χρόνια και φυσικά θα μνημονεύσουν αυτές τις εμπειρίες στις κριτικές. Εξάλλου, δεν είναι τυχαίο ότι οι περισσότερες αυθεντικές πεντάστερες κριτικές εξυμνούν το προσωπικό.
- ✔ Κάνοντας τα πράγματα σωστά από την αρχή, εξοικονομείτε χρόνο, προσπάθεια και κόστος. Ως εκ τούτου, θα έχετε λιγότερα παράπονα, θα αφιερώσετε λιγότερες εργατοώρες για να τα επιλύσετε και δεν θα χρειαστεί να «ανταμείψετε» πλουσιοπάροχα τους δυσαρεστημένους πελάτες σας.
- ✔ Βοηθάει να διαφοροποιηθείτε από τη μάζα (η καλή εξυπηρέτηση δεν αντιγράφεται). Αποκτάτε δυνατή φήμη, που μεταφράζεται σε loyalty, word of mouth και referrals. Οι επισκέπτες είναι ενθουσιασμένοι, δύνανται να επιστρέψουν και σας διαφημίζουν σε φίλους και συγγενείς.
- ✔ Λειτουργεί ευεργετικά στο ηθικό του προσωπικού. Οι ικανοποιημένοι πελάτες και η εργασία σε μια πελατοκεντρική επιχείρηση έχει πολλαπλά οφέλη για το προσωπικό: υψηλή παραγωγικότητα, λιγότερες απουσίες/αποχωρήσεις κ.ά.

Customer service matters...

Yours is a very bad hotel. Πώς δύο επιχειρηματίες πήραν την εκδίκησή τους...

Μια δυσάρεστη έκπληξη περίμενε δύο επιχειρηματίες, τους Tom Farmer και Shane Atchison, όταν έφθασαν στο ξενοδοχείο DoubleTree Club του Houston στις 2 τα ξημερώματα.

Ο υπάλληλος στη reception, ο Mike, τους αρνήθηκε την είσοδο, παρόλο που είχαν κάνει κράτηση για καθυστερημένη άφιξη (ο Farmer είχε κάνει την κράτηση με την «σιβαρή» κάρτα Hilton HHonors Gold VIP), διατεινόμενος ότι το τελευταίο δωμάτιο το έδωσαν πριν τρεις ώρες και

ότι σχεδόν κανένας επισκέπτης δεν κάνει check-in μεταμεσονύχτιες ώρες. Αρνήθηκε μάλιστα αρχικά να τους βρει δωμάτιο σε άλλο ξενοδοχείο εκεί κοντά.


Οι δύο άνδρες, web consultants στο επάγγελμα, δεν το άφησαν έτσι. Σύντομα θα έπαιρναν την εκδίκησή τους. Ετοίμασαν μία απολαυστική παρουσίαση σε power point, με τίτλο «This is a very bad hotel», όπου σε 17 διαφάνειες παρουσίασαν το περιστατικό και σπηλίτευσαν την αγενή συμπεριφορά του Mike, παραθέτοντας μάλιστα και το τι ακριβώς τους είπε («δεν έχω να ζητήσω συγγνώμη για τίποτα»).

Η παρουσίαση, που μοιράστηκε σε φίλους και γνωστούς (αλλά και στάλθηκε στο ξενοδοχείο), δεν άργησε να γίνει viral. Ήταν μία από τις πρώτες public relations crises της διαδικτυακής εποχής (το συμβάν διαδραματίστηκε το 2001) με τα Hilton να ζητάνε συγγνώμη, να δεσμεύονται ότι θα επαναξιολογήσουν τα προγράμματα εκπαίδευσης και να δωρίζουν 1.000 δολάρια σε φιλανθρωπίες για λογαριασμό των δύο συνεργατών. Εντέλει, ο Mike απολύθηκε...

- ✔ Οδηγεί σε καλύτερες συνεργασίες. Οι κάθε λογής συνεργάτες, όπως προμηθευτές, τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις και ελεύθεροι επαγγελματίες ή όσοι ενδιαφέρονται να εργαστούν, επιδιώκουν, λόγω της θετικής φήμης που έχετε κτίσει, να συνεργαστούν μαζί σας.
- ✔ Αποθαρρύνει την είσοδο ανταγωνιστών. Η κακή εξυπηρέτηση ανοίγει την όρεξη στον ανταγωνισμό. Οι εν δυνάμει ανταγωνιστές, αντιλαμβάνονται την ευκαιρία και σύντομα θα μπουκ στην αγορά για να σας αμφισβητήσουν.

Σύμφωνα δε με ορισμένα ενδιαφέροντα στατιστικά, το 55% των καταναλωτών θα σύστηνε μια εταιρεία για την άφογη εξυπηρέτηση, όχι για την τιμή ή την ποιότητα των προϊόντων της. Οι καταναλωτές είναι δύο φορές πιο πιθανό να μνημονεύσουν μια κακή εμπειρία εξυπηρέτησης παρά μια καλή, ενώ το 40% αυτών άλλαξε εταιρεία επειδή άκουσε ότι προσφέρει ποιοτική

εξυπηρέτηση. Αρκετοί δε από αυτούς είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν έως 25% παραπάνω για να γίνουν αποδέκτες μιας μοναδικής εμπειρίας.



**Courteous
treatment will make
a customer a walking
advertisement.**

JC Penney

«Χρειάζονται μήνες για να βρεις έναν πελάτη, αλλά μόλις λίγα δευτερόλεπτα για να τον χάσεις», είχε πει κάποιος, κάτι το οποίο είναι αληθές κατά το ήμισυ, καθώς στην εποχή των social media η απώλεια ενός πελάτη συχνά συνοδεύεται από την απώλεια και άλλων, φίλων και «ακολουθών». Συν τοις άλλοις θα χαθούν όλες οι μελλοντικές αγορές που θα έκανε αν παρέμενε πιστός.



**You'll never have a product
or price advantage again.
They can be easily
duplicated, but a strong
customer service culture
can't be copied.**

Jerry Fritz

Υπάρχει ωστόσο και μια παράπλευρη ωφέλεια από την παροχή υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης, καθώς κατά κάποιο τρόπο μπορεί να «επισκιάσει» ορισμένες μικρές ή και μεγάλες ατέλειες που μπορεί να εμφανισθούν. Εξ ου και το απόφθεγμα: «Η καλή εξυπηρέτηση μπορεί να σώσει ένα “φτωχό” γεύμα, αλλά ακόμα και η καλύτερη ποιότητα φαγητού δεν μπορεί να σώσει μια προβληματική εξυπηρέτηση».