

Hoe overleef ik als intermediair in dit online tijdperk?

Marianne Kuiper is ruim zeventien jaar directeur van Efficient Hotel Partner(EHP), een bedrijf dat hotelaccommodaties en vergader- en congreslocaties zoekt en boekt voor haar klanten. Het inzicht dat je met een goede dienstverlening succes kan oogsten kreeg Marianne al op jonge leeftijd, onder andere van leermeesters Joop Braakhekke en Loek Beeren.

Tekst Natasja Bijl Fotografie Ellen Martens

“Kijk dit is hoe het moet zijn!” Marianne werpt een goedkeurende blik in de lobby van het nieuwe Hotel V aan de Fizeastraat te Amsterdam. “Sfeervolle relaxhoekjes en een directeur die zich niet achter een computerscherm verstoppt, maar rondloopt om contact te maken met de gasten.” Deze mate van gastvrijheid doet Marianne denken aan de tijd waarin zij bij het toonaangevende Bilderberg Garden Hotel werkte, een prestigieus hotel waar het alles aan gelegen was om het de klant naar de zin te maken en een goed gevoel te geven.

Kuiper: “Ik werd als tweeëntwintjarige aangenomen als receptioniste, maar was vanaf dag één allrounder. Al heel snel leerde ik dat er één ding van cruciaal belang is in deze branche, namelijk het overtreffen van de verwachtingen en wensen van de gast. Hetzij in een stukje service, een vriendelijk woord, of de snelheid waarmee dingen geregeld worden. Joop voerde dit in alles door. Zo mocht de telefoon maximaal twee keer rinkelen, droegen wij geen geijkte mantelpakjes maar zijden blouses van modeontwerpster Fong Leng en werd er met de feestdagen niet één kerstboom opgetuigd, maar wel honderd. De reserveringen voor het Garden Hotel en restaurant De Kersentuin stroomden binnen. Natuurlijk ging er ook weleens iets mis. Maar een klacht was juist een uitgelezen kans om een onuitwisbare

indruk achter te laten. Meer dan eens gaf Joop het hele diner cadeau. De onvrede was meteen verdampt, maar de manier waarop de klacht was opgelost, daar hadden gasten het een week later nog over.

Na Joops vertrek kreeg Loek Beeren de leiding. Jarenlang was ik zijn rechterhand. Ik weet wat er in de hotellerie speelt en wat er mis kan gaan. Een onpersoonlijke benadering en niet in de wensen van de klant voorzien, is volgens mij de grootste valkuil. Helaas zie en hoor ik dit tegenwoordig vaak. Denk maar eens aan al die keuzemenu's waar je in belandt als je naar een hotel belt. Een vraag die met een vermoeide zucht wordt beantwoord, of met

“Ik werd als tweeëntwintjarige aangenomen als receptioniste, maar was vanaf dag één allrounder.”

een: “Ik weet het niet, maar kijk maar even op onze website, daar vindt u het antwoord.” Ach, ik kan met legio voorbeelden komen waaruit blijkt dat de klant naast het mailen en online informatie inwinnen nog altijd grote behoefte heeft aan persoonlijk contact, het liefst in de vorm van een vast contactpersoon met wie hij of zij kan spar-

ren over een unieke vergaderlocatie of een niet standaard boeking. EHP voorziet in die behoefte, daar ligt onze kracht.

Toen ik het bedrijf zeventien jaar geleden startte, was het voor de kleinere bedrijven nog niet mogelijk tegen scherpe tarieven accommodaties te boeken. Door volume in te kopen, kon ik dat wel bieden. Die tijd is wel een beetje voorbij. Natuurlijk profiteren onze klanten nog altijd kosteloos van onze prijsafspraken, maar iedereen kan op het web kijken en vergelijken. Het is maar net de vraag of de secretaresse of eventmanager tijd en zin heeft om tientallen

“Een onpersoonlijke benadering en niet in de wensen van de klant voorzien, is volgens mij de grootste valkuil.”

websites te bezoeken, offertes op te vragen en vervolgens met elkaar te vergelijken. Steeds meer bedrijven kiezen ervoor om het boeken van hotelreserveringen, bijeenkomsten en congressen uit te besteden aan een professionele partner. Om congresorganisaties veel werk uit handen te nemen hebben we dit jaar een boekingsysteem ontwikkeld waarbij de deelnemer in één oogopslag kan zien welke door ons geselecteerde hotels beschikbaar hebben en tegen welke prijs. Zo kan men het gewenste hotel zelf reserveren, wat congresorganisatoren enorm veel tijd bespaart. Verder constateren wij duidelijk dat er vanuit het bedrijfsleven steeds meer vraag is naar unieke vergaderlocaties die naast de ruimte ook inspiratie bieden. Bij EHP zijn we op de hoogte van die hotspots en bezoeken we wekelijks nieuwe locaties om te proeven of ze die klantvriendelijkheid uitademen waarnaar wij op zoek zijn en waar we met een gerust hart een reservering voor onze klanten plaatsen. Dat is een gevoel, een beleving en dat is heel iets anders dan enkel afgaan op een fraaie afbeelding op een gelikte website.”