

Værtens NYT!
Tænk som gæst, optræd som vært

Vi STÅR PÅ HOVEDET FOR DIG!

Din holdning X Dine handlinger = Dit værtskab

NR.4, 2011

Vi i ambassadørgruppen har jo været så heldige at få penge fra Edvard Pedersens Biblioteksfond til en studietur til Amsterdam, hvor vi - i hvert fald for nogles vedkommende - på bedste "the-julekaleder-engelsk" har forsøgt at finde frem til hemmeligheden bag, hvad det er der gør, at mange af Hollands biblioteker ligger i front, når det gælder den service, de yder overfor deres gæster. I vores jagt fik vi også svar på, hvordan man kan arbejde innovativt med den måde, man modtager sine gæster på i hotelbranchen og om man som museum kan have så meget succes, at man slet ikke behøver tænke i service.

Biblioteket i Almere

5 typer gæster, 5 indsatsområder, 5 shops. I Almere har de ud fra brugerundersøgelser fundet 5 segmenter: Livsstil, spænding, det grønne segment, det kulturelle segment og børn. Disse segmenter danner udgangspunkt for den måde, de indretter og driver bibliotek på. Almere har søgt inspiration i detailhandelen, hvorfra de har hentet konsulenter, der har trænet dem i kundeservice og givet dem værktøjer ifht. kundeservice. Blandt andet bruger alle personaler uniformer for at gøre dem selv og dermed deres service mere synlig. 4 gange om året kommer der mystery shoppere forbi biblioteket. Er det nu en god ide? Ja, siger Vera Halleriet *I starten var vi godt nok lidt bange for dem. Vi følte os truede, men de er rigtig gode til at pege på små helt konkrete ting, vi kan forbedre, for at give kunderne den bedste service.*

Hovedbiblioteket i Amsterdam

Da Amsterdam for godt 4 år siden fik nyt hovedbibliotek, fik alle medarbejdere valget mellem at arbejde på filialer i byen eller på hovedbiblioteket. Der var klare retningslinjer for, hvad man sagde ja til, hvis man valgte det sidste. Bl.a.: Nye arbejdstider, uniformering, generalister frem for specialister. Ikke alle var begejstrede, men alligevel valgte de fleste at arbejde på hovedbiblioteket, fordi der var mulighed for at gå nye veje. *Før havde vi mange "kings" og "queens", som jeg kalder specialisterne på et bestemt område, men det er ikke godt for servicen at kun én kan betjene kunder, der fx spørger til film. Nu arbejder vi i små grupper, så der bruges meget tid på vidensdeling til gavn for både personalet og kunderne, siger Ine van der Meer.* Kundeservice er topprioritet og ledelsen er ikke i tvivl om, at de må gå foran og vise godt eksempel. Der er klare retningslinjer for, hvad der forventes af medarbejderne ifht. kundeservice. Det mindsker tvivl og usikkerhed blandt dem og gør det lettere at evaluere indsatserne.

Biblioteket i Lelystad

Væk fra skrankerne og ud på gulvet! På den måde bliver det lettere for personalet at opsøge

kunderne, men også for kunderne at finde personalet. Det har de erfaret i Lelystad, hvor de gennem de sidste par år har arbejdet intensivt med kundeservice gennem forskellige forløb. Da biblioteket åbnede, var alle personaler iklædt ensartede bomulds T-shirt som uniformer. De blev dog hurtigt forvaskede og initiativet løb ud i sandet, fordi ledelsen ikke fulgte op. Ærgerligt mener Marjolijn Winding, der synes godt om at gå i uniform, fordi man bliver synlig for gæsten.

Hotel Citizen M

Service tager udgangspunkt i gæsten, hos Citizen M de såkaldte Mobile Citizens. For at kunne matche deres specifikke behov, har Citizen M spurgt målgruppen om ønsker til hotellet og derefter indrette hotellet og dets funktioner herefter: Kæmpe seng, rainshower, en moodpad, der fx via lys kan ændre stemningen i rummet. Da rummet er meget lille er lobbyen til gengæld indrettet som *living room*, hvor man kan sidde og hænge ud eller arbejde. Folk, der ikke bør på hotellet kan også bruge lobbyen og der er liv døgnet rundt. Check in og afhentning af morgenmad foregår ved selvbetjening. Smart, for så kan personalet bruge deres kræfter på at yde service til gæsterne. Medarbejderne evalueres, fx via gæsteevalueringer og kollegial feedback.

Van Gogh Museet

Skal man yde en god service, når der dagligt står lange køer foran ens forretning, før man åbner og man har 1,5 millioner besøgende om året? Ja, siger de på Van Gogh Museet, hvor de er meget bevidste om, at én dårlig oplevelse for en gæst, kan give dem et dårligt ry blandt rigtig mange. For dem er det vigtigt hele tiden at udvikle sig på deres service og det er en kontinuerlig læreproces, der kræver 100 % opmærksomhed fra ledelsens side. Med dette for øje iværksætter Van Gogh i løbet af efteråret en kampagne, der sætter kunden i fokus. For som Biblioteksleder ved museet siger: *Maybe you know all about books and paintings, but do you have the right smile?*



Amsterdam på film

Se flotte billeder af og hør personalet fra de spændende, nytænkende biblioteker, museer og hoteller, når de fortæller om, hvordan de arbejder med nøjagtig de samme udfordringer og måske også efter de samme værdier, som vi selv har.

Premiere midt i oktober i kantinen



Har du fundet SVEND - FølgeSVEND?

Har du fået ros, et godt råd eller konstruktiv kritik af din nye værtskabsbven? Senest 7. oktober skal du have fundet din FølgeSVEND og meldt tilbage til Inge Tang Nannerup, hvem den heldige er.

God Fornøjelse!



Fundament & projektklæring

Værtsskab indadtil

Værtsskab udadtil

Workshop & test

Evaluering og teoriapparat

Marts

April

Maj

Juni

August

September

Oktober

November

December

Jan

Feb

Marts



ALBORG
BIBLIOTEKERNES

Vi står på hovedet for dig - så spørg os!