

Belboy'un Liderliği

Eflatun Eğitim ve Danışmanlık
Dr. Hüseyin ÇIRPAN



**Söylemesi kolay yapması zor.
Yapılırsa da ödülleri bol: hem
maddi hem de manevi.
MEMNUN OLAN, MEMNUN
EDER**

Turizm sektöründe “belboy” denilince akla muhtemelen son gelecek olan şey liderlik olsa gerek. Bu sadece dışarıdan bakan bizler için geçerli değil, bizzat belboyluk yapan kişiler de yaptıkları işin öneminin farkında değil. Bu yazımızda belboya ve yaptığı görev farklı bir perspektiften bakmayı öneriyorum. Bu önerim özellikle işletme sahiplerine, otel yöneticilerine.

Bir yatırımcının en büyük arzusu, yaptığı yatırımın karşılığını almak ve varlığını sürdürmek. Bunun bildiğimiz tek yolu, sunduğu ürün ve hizmetlere talep olması ve yoğun rekabet ortamında müşteriler tarafından tercih edilmesi. Amaç, kısaca

müşterinin hem kendisinin tekrar tekrar bize gelmesi hem de çevresindekilere bizi önermesi. Hangi müşteri hem tekrar gelir hem de bizi önerir: memnun olan müşteri.

Aaaa bir klişe daha diyebilirsiniz. Yıllar içerisinde danışmanlık deneyimimden öğrendiğim şu, işletmeciliğin söylemesi kolay ve sır olmayan temel buyrukları var. Bu da öyle bir şey. Peki sorun nerede? Sorun, ne yapılması gerektiğinin bilinmemesinde değil, uygulamaya nasıl geçireceğinin bilinmemesinde. Bu yazıda NASILDAN bahsedeceğim.

Yıllar öncesinde hizmet sektöründe ufuk açıcı bir tanımlama yapıldı: “Gerçeklik Anları” (moments of truth) veya daha serbest bir anlatımla “Temas Noktaları”. Müşteri memnuniyeti, işte bu anlarda müşterinin yaşadığı deneyimle oluşuyor. Otelcilik sektöründe de belirlenen 20-30 temas noktası var. Aslında her bir

müşteri grubu için 5-6 hizmet gerçekten önemli.

Bu deneyimler sonucunda uğruna milyon dolar yatırım yaptığımız altın yumurtlayacak tavuğumuz olan müşterimiz memnun oluyor veya olmuyor. Bu deneyimler de sır değil. Ben bugüne kadar, hiç bir seyahatimde ya da tatilimde şirketin yatırımcısı kim, genel müdür kim merak etmedim ve de karşılaşmadım. Peki kimlerle “temas” ettim: öncelikle web sayfası, rezervasyon görevlisi, kapıda belboy, checkin görevlisi, yemekte garsonlar, oda temizliği ve checkout. Bu süreçte sorun olmuşsa, teknik servis temas noktam oldu. Bu temaslarda yaşadığım etkileşimler sonucunda kafamda, kalbimde şirket ile ilgili duygular oluştu.

Bu temas noktalarını genel hatları ile maddeler halinde yazarsak;

1. Merhaba, lütfen buyurun karşılması.





2. Hoş geldiniz, size ne sunabilirim?
3. “Wow” deneyimi için her şeyi yapmaya hazırım ve yaparım.
4. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkürler
5. Uğurlama ve yeniden bekleriz mesajı.

Memnuniyeti getiren, temas noktaları dediğimiz noktalarda görev yapan çalışanların müşteri üzerinde oluşturduğu etki ve duygu. Müşteri tarafından hatırlanacak olan da o duygu olacak. Bu durumda müşteri memnuniyetini oluşturan kilit kişi: belboy dur (burada belboy, mecazi olarak tüm temas noktalarını kapsıyor). İşte bizi vezir de rezil de edecek olan, bu isimsiz grup. Öyle olunca rahatlıkla şunu diyebiliriz: liderliği yapan da aslında o grup. Tek kişi değil ve her bir temas noktası en az hepsi kadar önemli. Çünkü yapmak zor, yıkmak kolaydır. Tek bir etkileşim, tüm süreci bozabilir. “Bir mih bir nal kurtarır, bir nal bir at kurtarır, bir at bir asker kurtarır, bir asker bir ordu kurtarır, bir ordu bir ülke kurtarır” diye bir atasözümüz var. Ya da her bir bireyin önemini gösteren “zincir, en zayıf halkası kadar güçlüdür” deyişimiz var.

Temas noktalarında olan liderlerimizden (artık onlara lider diyebiliriz) müşteriye yaklaşımda şu üç unsuru gerçekleştirmelerini bekliyoruz:

- a. Müşterinin ihtiyacını önemsemek
- b. Müşteriye yakınlık göstermek/dostça davranmak
- c. Müşteriye nazik ve kibar davranmak

Bunların aslında ifade ettiği tek bir ana amaç var: karşımızdaki kişiye kendisini önemseydiğinizi göstermek ve değerli hissettirmek.

Peki, patron, lider, yönetici dediğimiz, otelin görünmez odalarında çalışan ve muhtemelen bir belboydan kat be kat daha fazla kazanan kişilere düşen ne olacak? Bildiğimiz hedef kitleyi ve onların en çok önemseydiği hizmetleri belirleme, strateji oluşturma (temas noktaları bu konuda da en önemli bilgi kaynağıdır) ve koordinasyon işlevlerinin yanında en önemli rolü/görevi belboydan beklediğimiz üç unsuru, abartarak belboya göstermek.

Yani;

- a. Belboyu (çalışanı) tanımak ve ihtiyaçlarını önemsemek
- b. Belboya yakınlık göstermek/dostça davranmak
- c. Belboya nazik ve kibar davranmak

Bunu da özetlersek, çalışanımıza değer vermek ve yaptığı işi önemsemek. Kendisine değer ve yaptığı işe önem verildiğini bilen çalışan işinden gurur duyup en iyi performansını işe getirecektir. Bunda da önemli olan samimi olmak. Aksi takdirde işe yaramıyor. Bunu yapabilen lider/yönetici pozisyonlarında olanlar, ulaşmak istedikleri müşteri memnuniyetine ulaşabiliyorlar.

Tekrar etmekte fayda var: Söylemesi kolay yapması zor. Yapılırsa da ödülleri bol: hem maddi hem de manevi. Ve son olarak diyebiliriz ki:

MEMNUN OLAN, MEMNUN EDER!