

## VERTSKAP



**INNKASTER:** – Målet er at folk skal smile når de går ut. Gjør de det, har vi lyktes, sier Ivar Brevik, som er byens eneste «innkaster», på restauranten Hos Naboen. FOTO: TORE-ANDRÉ BAARDESEN



**DRIVER HOTELL:** – I hotellbransjen er det ikke nok å smile. Folk forventer at vi har god og detaljert kunnskap om byen, sier Herlof Herlofsen. FOTO: TORE-ANDRÉ BAARDESEN

◀ som setter pris på å bli tatt godt imot. Og jeg får haugevis av spørsmål om alt mulig når jeg står i døra, forteller Brevik.

Behovet for guiding er åpenbart stort.

Det merkes særlig i hotellbransjen, der Herlof Herlofsen driver stort. I hotellbransjen er det ikke nok å smile.

– Det hjelper ikke med et stort smil hvis du ikke kan hjelpe kunden videre rent praktisk. Hotellresepsjoner fungerer i praksis som turistkontor, og folk forventer at vi har god og detaljert kunnskap om byen. Fremover blir det en bonus hvis gjester også får slik informasjon i byens butikker. Men mange av våre ansatte vet heller ikke nok om byens severdigheter,

og vi ber dem lese turistbrosjyrer. Da har noen fått en a-ha-opplevelse av hvor flott Kanonmuseet er, forteller Herlofsen.

– Service er så enkelt, samtidig så vanskelig, og så lett å slurve med. Selv om vi terper på det hver dag, kommer vi aldri i mål. De som ikke jobber med service aktivt, har ikke peiling på hva det innebærer, om de er aldri så hyggelige. Det er så mange små faktorer som skal til og som alle må klaffe for at helheten skal bli god. Derfor prøver vi å bevisstgjøre oss ved å standardisere situasjoner som kan oppstå og lage en mal for å løse dem. Målet er å ha tydelige instruksjoner for hver minste ting, forteller Herlofsen.

**GJENNOMSIKTIG.** Etter hans mening er service blitt enda viktigere i vår tid på grunn av internett og sosiale medier, som har gjort verden ekstremt gjennomsiktig. Det forsterker sammenhengen mellom service og penger i kassa.

– En misfornøyd 19-åring kan ødelegge alt for oss ved å skrive en blogg om hvor kjipt oppholdet var i «drittbyen Kristiansand», og det som står på nett får du aldri visket bort. Sosiale medier har gitt kunden mye mer makt enn tidligere, sier Herlofsen.

Samme virkning ligger i de mange ratingene av hoteller som ligger ute på nett, der folk kan gå inn og se hva andre mener om hotellet de har bodd på.

– Derfor er det blitt enda viktigere enn før å til-

fredsstille kunden og for all del unngå misfornøyde kunder, sier Herlofsen.

Elin Eftevaag håper på flest mulig ledere i næringslivet i Kristiansand både vil delta selv og tilby sine ansatte å ta kurset.

– De må innse at det er lønnsomt; for deres egen inntjening her og nå, for deres egen og andres trivsel, og ikke minst for å styrke omdømmet til kristiansandsregionen. Nå må vi prøve å legge sjenertheten av oss og våge å være vertskap, sier Eftevaag.

Tekst: **Valerie Kubens**  
valerie.kubens@fvn.no – 908 70 713

ESTHETIQUE

GoodSkin Labs

To øyekremer i ett!  
Se effekten  
UMIDDELBART!

NYHET!  
**EYLIPLEX-2™**  
Eye Lift +  
Circle Reducer

Morgen: Dagkrem som løfter og strammer

Kveld: Nattkrem som lysner mørke ringer

**Umiddelbart:**

64 % av testdeltakerne så en umiddelbar effekt av glattere og strammere hud rundt øynene.

**Etter 4 uker:**

Testdeltakerne opplevde en forbedring på 31 % på fasthet og 20 % reduksjon av mørke ringer.

**Etter 8 uker:**

Testdeltakerne opplevde synlighet på glattere, fastere og strammere hud på hele 56 %

Kr 349,-



## Ny og unik øyekrem!

Anti-age øyekrem, en til dag og en til natt, som gir umiddelbare og langsiktige resultater.

Kjøp EYLIPLEX-2 og få med en prøve på Tri-Aktiline, vårt bestselgende produkt i 2009\*.

Tri-Aktiline glatter ut linjer og rynker umiddelbart.

\* Så langt beholdningen rekker.

For gode råd og tips besøk [www.esthetique.no](http://www.esthetique.no)