

Lust auf Gast-Freundschaft

Workshop I

ERWARTUNGEN ÜBERTREFFEN Der Gast im Mittelpunkt

1A	Begrüßung und Einführung	5min
1B	Eisbrecher-Katze aus dem Sack	15min
1C	Ziel von Workshop I	5min
1D	Puzzle	30min
1Dii	Flaschen-Balance	10min
1E	WOW-Faktoren... Die Grundbestandteile erinnerungswürdigen Services	30min
1E	Tai Chi – Der Auftrieb	10min
1G	Die Drei Ringe	15min

1A (5min) EINFÜHRUNG

Das Seminar „Lust auf Gastfreundschaft“ richtet sich an die Mitarbeiter des Dienstleistungsgewerbes, wie zum Beispiel Gastronomie oder Einzelhandel. Es ist hilfreich für Mitarbeiter, die „an der Front“ Umgang mit Kunden oder Gästen haben, aber auch für deren Manager und alle anderen Mitglieder des Teams.

Das Seminar besteht aus vier Blöcken. Hier eine Umschreibung der einzelnen Bausteine:

I DER GAST IM MITTELPUNKT - Erwartungen übertreffen

Gäste sagen WOW und kommen zu uns zurück, wenn wir

- beständig, gleichbleibend hohe Qualität bieten
- uns ständig selbst verbessern
- den extra Schritt tun, ERWARTUNGEN ZU ÜBERTREFFEN

unsere Fähigkeit, dies zu erreichen hängt davon ab, ob wir

- Qualität im Brennpunkt halten
- Kreativ und anders denken
- Unsere neuen Ideen umsetzen

Im heutigen Seminar steht der Gast im Mittelpunkt

NLP-Inhalte: Axiome, Zielfindung, Zielsetzung, Werte, Strategien, VAKOG

II DER MENSCH IM MITTELPUNKT - Positives Denken

Unser Service ist nur so gut wie die Art und Weise, wie wir mit dem Gast umgehen. Was wir sagen, wie wir es sagen und unsere Körpersprache macht den Unterschied zwischen durchschnittlichen Service und erinnerungswürdigen Service.

Ob uns unsere Gäste und Mitarbeiter als mensch-bezogen sehen, frisch, enthusiastisch, herzlich, warm, offen, selbstsicher, energetisch, freundlich, oder nicht, hängt größtenteils von unserer Einstellung und unserem Standpunkt ab.

NLP-Inhalte: Axiome, Zielfindung, Zielsetzung, Werte, VAKOG, Rapport, Metamodell, Milton, Kalibrieren

III DIE EIGENVERANTWORTUNG IM MITTELPUNKT Besser & Besser

Um die Konkurrenz hinter uns zu lassen, müssen wir besser und besser werden bei dem was wir tun. Das schaffen wir, indem wir Eigenverantwortung übernehmen und sicher gehen dass wir Kollegen helfen sich zu verbessern, indem wir regelmäßiges und nützliches Feedback geben, verstehen was Kollegen und Gäste von uns brauchen, Dinge, die unseren Gästen unbefriedigenden Service beschere professionell und effektiv reparieren

NLP-Inhalte: Axiome, Zielfindung, Zielsetzung, Werte, VAKOG, Rapport, Metamodell, Milton, Kalibrieren, Feedback,

IV DEIN ERFOLG IM MITTELPUNKT - Das Beste aus sich herausholen

Die Qualität unseres Service hängt davon ab, wie wir auf unseren Kollegen und Gästen einwirken. Wir sind am besten, wenn wir stolz, glücklich, motiviert sind, und unser Ziel nicht aus den Augen lassen. Wenn wir uns dazu entscheiden, beruflich und privat mehr zu leisten und Erfolg zu haben, uns eigene Ziele setzen, an unsere Fähigkeiten glauben, und die Gewohnheit entwickeln zu sagen „Ich kann“, werden wir selbst davon profitieren, die Menschen die wir schätzen und lieben, unsere Kollegen und Gäste.

NLP-Inhalte: Axiome, Zielfindung, Zielsetzung, Werte

1B (15min)

KATZE AUS DEM SACK!

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Jeder Mitarbeiter wurde für eine einzigartige Erfahrung aus der Vergangenheit anerkannt
- Mitarbeiter haben Auffassung und Eindruck von anderen Kollegen getestet
- Mitarbeiter verstehen, sie
 - o sind einzigartig
 - o werden als Person geschätzt und für die Arbeit die sie tun
 - o sind Teil eines Teams von unterschiedlichen Persönlichkeiten
 - o haben das Recht, ihre Persönlichkeit im Betrieb auszudrücken
- Mitarbeiter wurden mit der Idee vertraut gemacht, Vermutungen nachzuprüfen

Ablauf:

- Gruppen von 6 Personen bilden, jeder bekommt ein Blatt Papier und Stift
- Frage jeden MA, eine wahre Tatsache über sich aufzuschreiben, die niemand kennt
 - Ich hab in einer Rock-Band gespielt*
 - Ich stamme von 4 verschiedenen Kulturen ab*
 - Ich war einmal Briefträger etc..*
- Alle Papiere einsammeln und an den Nachbartisch abgeben
- Die MA haben 5 Minuten Zeit, sich zu entscheiden, welche Tatsache zu welcher Person am Nachbartisch gehört
- Eine Gruppe nach der anderen teilt Ihre Ansichten, Punkte werden verteilt

Begründung:

Wir sind alle einzigartig und erleben die Welt auf unterschiedliche Weise. Jeder Mensch ist verschieden und hat seine eigene Art zu sein.

Es gibt in den Gruppen, in denen wir arbeiten immer eine Vielzahl von verschiedenen Erfahrungen. Die meisten Leute sind überrascht, wenn sie neue und wichtige Dinge über ihre Kollegen erfahren, mit denen sie eng zusammenarbeiten.

Es ist schön, als Persönlichkeit anerkannt zu werden, anstatt als jemand, der nur eine Funktion im Betrieb erfüllt. Gleichzeitig fühlen sich Gäste wohl und wichtig, wenn Sie als einzigartige Persönlichkeiten angesehen werden, nicht als Umsatz auf Beinen.

Wir unterstellen schnell, manchmal liegen wir falsch, manchmal auch exakt richtig. Da wir oft Urteile fällen, ist es wichtig, herauszufinden, ob sie wirklich stimmen.

Wie offen und vertrauensvoll ist die Kultur in unserem Betrieb. Wie wohl fühlt Ihr Euch mit anderen, auch auf höherer Ebene in der hierarchischen Struktur, auf persönliche Art zu sprechen? Wie viel Erlaubnis geben wir anderen, unsere wahren Werte und Motive herauszufinden? Die Katze-aus-dem-Sack-Übung funktioniert so gut, weil wir etwas aus unserem Privatleben teilen.

Eins unserer Mottos sollte sein:

WIR PRAKTIZIEREN TEAMARBEIT UND BEHANDELN UNS GEGENSEITIG MIT DEM GLEICHEN RESPEKT, DEN WIR UNSERER FAMILIE UND BESTEN GÄSTEN ENTGEGENBRINGEN

1C (5min)

ERWARTUNGEN ÜBERTREFFEN

Der Gast im Mittelpunkt

Zielsetzung:

Gäste sagen WOW und kommen zu uns zurück, wenn wir

- beständig, gleichbleibend hohe Qualität bieten
- uns ständig selbst verbessern
- den extra Schritt tun, ERWARTUNGEN ZU ÜBERTREFFEN

unsere Fähigkeit, dies zu erreichen hängt davon ab, ob wir

- Qualität im Brennpunkt halten
- Kreativ und anders denken
- Unsere neuen Ideen umsetzen

Im heutigen Seminar steht der Gast im Mittelpunkt

Wir werden sprechen über:

WOW-Faktoren

3-Ring Modell

Gast-Fokus-Prozess

Denkweisen

Team-Herausforderungen

Positive Einstellungen

Persönliche Service-Verhaltensweisen

Persönliche Schlachtpläne

1D (30min)

PUZZLE - HERAUSFORDERUNG AN DAS TEAM

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter erkennen, wie eine Denkweise ihre Fähigkeit behindern kann, Möglichkeiten und Alternativen bei der Problemlösung zu finden
- Mitarbeiter erkennen die Wichtigkeit der Teamarbeit, Ideen zu teilen, Ideen „auszuleihen“ und die Macht der richtigen Planung
- Mitarbeiter sind ermutigt, neue, geschicktere Wege zu finden, guten Service zu bieten

Ablauf:

- Mitarbeiter sollen Teams von jeweils 4 Personen bilden –5 sind zuviel. Dies ist ein freundlicher Wettbewerb
- Jedes Team bekommt eine Box mit 2 Puzzles. Sie haben 20 Minuten Zeit, beide Puzzles zu vervollständigen. Sie wissen, dass einige Teile nummeriert sind, wissen aber nicht, ob dies wichtig ist.
- Nach 20 Minuten wird gestoppt. Lade die Gruppen ein, die anderen Puzzles zu begutachten. Lobe das beste Team. Frage die Gruppen, wie sie ihre Aufgabe bewältigt haben und warum sie erfolgreich waren oder nicht.

Begründung:

Viele Team schaffen es nicht, beide Puzzles zu vervollständigen. Manche schaffen ein Puzzle und beschwerten sich, es sei unmöglich, beide Puzzles zu schaffen.

Um die Aufgabe zu schaffen, und sogar noch Zeit übrig zu haben müssen die Team folgendes tun:

- Kurze Zeit aufwende, um zu planen, denken und Aufgaben verteilen
- Mit den Nummern auf den Puzzle-Teilen experimentieren (sie sind wichtig-ein Puzzle ist in exakter Anordnung nummeriert, das andere gar nicht nummeriert)
- Das nummerierte Puzzle umgekehrt aufbauen und dann umdrehen. So können sie das Puzzle in unter fünf Minuten schaffen und dann mehr Zeit für das schwierigere verwenden

Es passiert oft, dass wir mit einer anscheinend unkomplizierten Aufgabe konfrontiert werden und sofort loslegen. Wir arbeiten schnell und hart – aber nicht geschickt.

Um die letzte Übung erfolgreich zu meistern, brauchen wir eine geschickte Denkweise, die uns erlaubt, das Puzzle so zu fertigen, wie es nicht üblich ist. Wenn das, was Du tust, nicht funktioniert, tu etwas anderes. Wir brauchen kreative Wege, „Ja“ zu sagen und Lösungen zu finden.

1Dii (10min)

FLASCHEN-BALANCE

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter stimmen überein, dass der Wille zu gewinnen notwendig für ein Team ist, um großes zu leisten
- Mitarbeiter sind Zeuge geworden, wie mächtig unterstützende Teamarbeit ist
- Die Vorteile des „Aus-der-Box“-Denkens, Experimentierfreundlichkeit und die Umsetzung von Ideen anderer Leute sind überzeugend

Ablauf:

- Gruppen von je 6 Personen bilden
- Leg Dich auf den Boden und demonstriere...Die Aufgabe ist es, eine leere Bierflasche auf der Stirn zu balancieren und von liegender Position in die stehende Position zu kommen, ohne die Flasche fallen zu lassen.
- Niemand darf die Flasche berühren, von Hand oder mit Hilfsmitteln, während die Person aufsteht.
- Die Teams haben 5 Minuten Zeit. Das Team mit der höchsten Zahl von Mitgliedern die es schaffen, gewinnt.

Begründung:

Diejenigen, die die Herausforderung annehmen, wachsam sind und mögliche Wege suchen (und schauen, was andere Teams machen, um Ideen auszuleihen) und mit Selbstbewusstsein an die Aufgabe herangehen, werden die Gewinner sein.

1E (30min)

WOW-FAKTOREN – SERVICE AN DEN MAN SICH GERNE ERINNERT....

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter erkennen, wie sie die einzelnen Bausteine im täglichen Leben benutzen können, um hervorragenden Service zu bieten
- Die Gruppe ist motiviert und inspiriert, diese Dinge auszuprobieren

Ablauf:

- Präsentiere folgendes Modell und bereichere jeden der fünf Bausteine mit einer persönlichen Erfahrung

Dieses Prinzip Baut Auf Taten!

DETAIL	Ein kleiner Unterschied macht den großen Unterschied!
POSITIV	Servicequalität ist Einstellungssache, nicht Grins-Training
BEISPIEL	Tu den ersten Schritt! „Sei die Veränderung, die Du in der Welt sehen willst“ (Gandhi)
AUSWERTEN	Was messbar ist, ist machbar
TU ES!	Wenn einzelne sich entscheiden es zu tun, verändern sich ganze Organisationen

DETAIL

Wenn sich jeder von uns entscheiden würde, ab heute drei kleine Dinge zu ändern um die Qualität des Service zu verbessern, stellt Euch den Effekt vor...

Zum Beispiel: Namen benutzen, wenn bekannt (steht auf den Kreditkarten), Stühle rücken, Tür öffnen, in die Jacke helfen, Schnapps ausgeben bei großer Rechnung, Taxi rufen, sich daran erinnern, was für Vorlieben wiederkehrende Gäste haben.....)

In jeder Suite in Ritz-Carlton Hotels steht ein Obstkorb auf dem Tisch. Wenn der Gast beide Bananen isst, wird am nächsten Tag der Bananenbestand verdoppelt. Checkt dieser Gast ein Jahr später in irgendeinem Land in ein anderes Ritz-Carlton Hotel ein, wird in seinem Zimmer eine Staude Bananen auf ihn warten. Sein Gästeprofil zeigt nicht nur seinen Namen und Adresse, sondern auch seine Vorlieben!

POSITIV

Wir können nur richtig gut sein in dem, was wir tun, wenn wir es auch wollen. Wir brauchen die Leidenschaft und den Eifer, die positive Einstellung zu unserer Arbeit, die LUST AUF GASTFREUNDSCHAFT. Wenn wir unsere Arbeit nur ausführen, um Geld zu verdienen, oder weil wir nichts besseres gefunden haben, werden wir keinen außergewöhnlichen Service bieten.

Eine positive Einstellung, ein aufrichtiges Lächeln gegenüber Gästen und dem Team, Ja sagen zu neuen Ideen, unterstützen, konstruktiv sein und andere ermutigen, sich darauf konzentrieren was man tun kann, statt auf das was man nicht kann, bedeutet stetigen Fokus, Entschlossenheit und persönlichen Einsatz

BEISPIEL

Tu den ersten Schritt, sein ein Vorbild.

Ablauf:

- Stelle die Frage, warum Gäste oder Kunden ihr Geschäft, Restaurant oder Anbieter wechseln. Laß die Teilnehmer Prozentzahlen zuordnen:

STERBEN	Kunden sind gestorben
UMZUG	Kunden sind aus dem Gebiet weggezogen
NEUER KONTAKT	Kunden haben neuen Kontakt durch Empfehlung von Freunden oder Bekannten
PREIS	Kunden sind unzufrieden mit dem Preis
PRODUKT	Kunden glauben, ein anderer Anbieter bietet ein besseres Produkt
GLEICHGÜLTIGKEIT	Kunden, die nicht loyal sind, weil sie keine guten Gründe dafür finden können und deshalb zu Konkurrenz gehen.

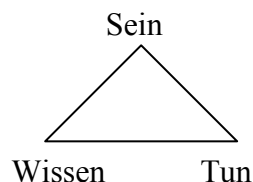
Die Prozenzahlen verteilen sich wie folgt: 1% sterben, 3% ziehen um, 5% haben einen neuen Kontakt, 9% sind mit dem Preis unzufrieden, 14% mit dem Produkt, 68% Gleichgültigkeit

Quelle: Umfrage in den USA „Firing on all Cylinders“ Jim Clemmer

Begründung:

Die große Schlussfolgerung liegt darin, dass fast 70 % der Kunden, die ihren Anbieter wechseln, keinen triftigen Grund dafür haben. Ihr Grund liegt in dem Gefühl, dem Anbieter nicht wichtig genug zu sein, nicht zu schätzen gewusst zu sein. Was für Signale können wir empfangen, oder geben, um dies zu verhindern?

Die meisten Menschen **wissen**, wie sie etwas tun müssen, wie sie ihre Aufgabe erledigen müssen. Das ist eine Grundvoraussetzung für ihre Position, das haben sie gelernt. Und da sie wissen wie, **tun** sie es auch, dafür werden sie bezahlt. Richtig interessant ist aber eine weitere Dimension – Das **Sein**



Die Menschen, die in der Sein-Ebene leben, stecken sich selbst, ihre Persönlichkeit und ihre Leidenschaft in ihre Arbeit. Das gibt ihnen Aufrichtigkeit und eine positive Aura. Sie mögen ihre Arbeit und sind einfühlsam gegenüber ihren Kunden. Wie wir alle machen sie Fehler, aber ihre Kollegen und Kunden vergeben ihnen, weil ihre Absichten eindeutig positiv sind. Solche Dienstleister, vielleicht nicht einmal bewusst, sehen ihre Arbeit, ihren Service, als ihre Art zu leben.

Wenn wir als Kunden solchen Menschen begegnen, fühlen wir ihre positive Energie und ihren Einsatz. Vielleicht sagen wir sogar WOW nachdem wir mit ihnen zu tun hatten. Und das ist der Punkt. Entweder wird der Kunde begeistert oder nicht. Entweder gehört er zu den 70 % die wechseln oder nicht.

AUSWERTEN

Wir müssen uns ständig neu herausfordern und Wege finden, unsere Kunden zu begeistern. Wie aber können wir wissen, ob wir gut sind? Suchen wir konstruktives Feedback, hören wir auf unsere Gäste oder Mitarbeiter? Wir müssen unsere Leistungen auswerten und vergleichen können, um zu wissen, ob wir auf dem Weg sind. Eine nützliche Art sind Fragebögen oder Gästeforen. Daraus lässt sich viel schöpfen.

TU ES!

When we put a man on the moon it wasn't a miracle...we just decided to go

Jim Lovell, Apollo 13

Phantastischen Service gibt es dann, wenn Leute sich verpflichten es zu tun, jedes Mal. Es liegt an uns, einen Kunden, jeden Kunden zu begeistern.

Die SAS (Special Air Service) bring ihren Leuten folgendes bei. Das Überleben wird von drei Faktoren bestimmt:

Wissen	20%
Fähigkeiten	30%
Wille	50%

Das bedeutet, wenn Du in der Wüste überleben willst, hast Du die gleichen Chancen wie jemand, der für solche Situationen trainiert hat, dem dieser Wille jedoch fehlt....

1F (10 Minuten)

TAI CHI – DER AUFTRIEB

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Das Team ist begeistert an einer positiven, team-orientierten Aktion teilgenommen zu haben
- Sie sind von der Macht des positiven Denkens überzeugt, sie haben gesehen das es funktioniert. Sie stimmen zu, dass mit einer positiven Einstellung Hindernisse überwunden werden können

Ablauf:

- Suche fünf freiwillige Personen
- Einer der freiwilligen soll sich auf einen Stuhl setzen. Die anderen vier Teilnehmer sollen in ihre Hände klatschen, sie falten und beide Zeigefinger von sich strecken.
- Positioniere die Personen, zwei seitlich hinter den Stuhl, die Zeigefinger in die Achselhöhlen geklemmt. Die anderen zwei stellen sich seitlich bei den Knien, die Zeigefinger in die Kniekehlen geklemmt.
- Frage jetzt die vier Träger, zu versuchen, den Sitzenden etwas hochzuheben, nur mit ihren Zeigefingern! Sie sollen auf ihren Rücken achten und sich nicht weh tun.

Sie werden den Sitzenden kaum ein paar Zentimeter hochheben können.

- Erkläre der Gruppe, das Du nun ein Energiefeld aufbauen wirst, das den Sitzenden leichter, und die Tragenden stärker machen wird. Du brauchst dazu die Konzentration und Energie der ganzen Gruppe.
- Die Träger platzieren ihre Hände über den Kopf des Sitzenden wie eine Säule, ohne sich dabei zu berühren. Frage alle, inklusive der Gruppe, sich auf einen unsichtbaren Punkt überhalb der Säule zu konzentrieren.
- Frage alle, die Augen zu schließen und beschreibe, wie das Gewicht von ihnen abfällt, und sie leichter und leichter werden, einschließlich des Sitzenden. Benutze VAKOG, um die Gruppe zu fesseln, Watte, weiche Federn, leichter Wind, Blätter, die zum Boden rieseln.....
- Während der Sitzende leichter wird, wird die Energie der ganzen Gruppe von der Handsäule aufgesogen, und die Träger werden stärker und stärker. Sie fühlen, wie ihre Hände und Arme anfangen zu kribbeln, wie ihre Muskeln durchblutet werden. Lass sie an Baumstämme denken, Superhelden, Eisenträger....
- Die Atmosphäre im Raum sollte jetzt total konzentriert auf die Träger sein. Frage die Träger, in die Ausgangsposition zurückzukehren und den Sitzenden wieder zu heben.

Sie werden in hoch in die Luft erheben, ohne erkennbare Anstrengung.

Begründung:

Wenn wir positiv denken und uns als Team auf eine Aufgabe konzentrieren können wir phantastische Ergebnisse erzielen.

1G (15min)

HERR DER RINGE

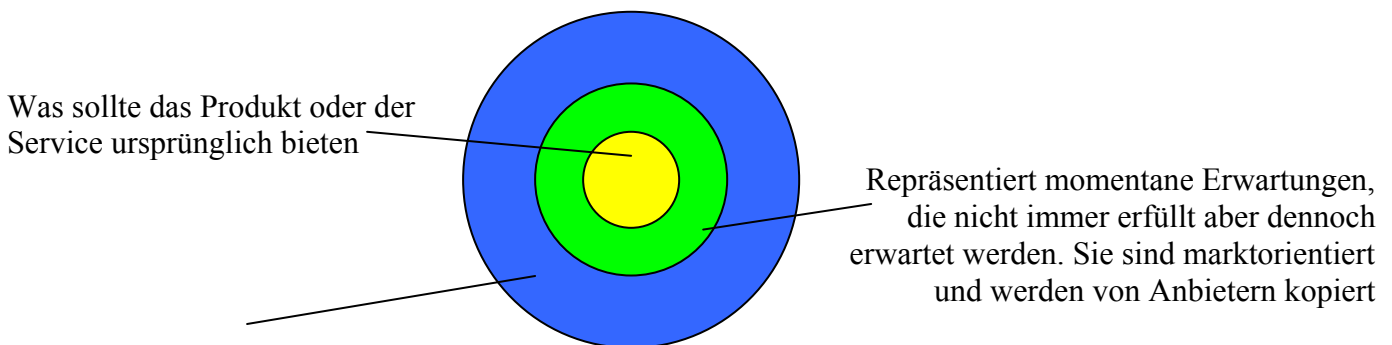
Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Das Team erkennt den positiven Einfluss, wenn Erwartungen übertroffen werden. Sie sind motiviert, neue Dinge auszuprobieren, um Erwartungen zu übertreffen.

Die drei Ringe helfen uns, zu verstehen, wie Werte und Erwartungen der Kunden sich ständig ändern.

Ablauf:

- Die Drei Ringe kreisen um die empfundene Leistung



Der WOW- Faktor: Was getan wird, um Kunden wirklich zu begeistern Und zu überraschen. Dieser Faktor wird Kunden binden und den Marktanteil vergrößern. Er wird meist von Einzelpersonen beeinflusst, man kann ihn nicht so leicht kopieren.

Beispiel Lebensmittelgeschäft:

Was konnte man vor 20 Jahren in Lebensmittelgeschäften kaufen und was bieten Supermärkte heute? Was werden sie in 10 Jahren bieten?

Einstellungen und Vorstellungen in der Serviceindustrie ändern sich ständig. Der WOW-Faktor ist ein bewegliches Ziel.

Was heute begeistert, ist morgen schon Erwartung. Deshalb müssen wir ständig neue Wege finden, Kundenerwartungen zu übertreffen

Lust auf Gast-Freundschaft

Workshop II

POSITIVES DENKEN Der Mensch im Mittelpunkt

2A	Heißes Händeschütteln – Warme Begrüßung	10min
2Bi	Ziel von Workshop II	5min
2Bii	Münz-Schnappen	10min
2C	Fantastische Begegnungen	30min
2D	Worte geben Macht	
2Di	Gastfreundliche Sprache	5min
2Dii	Der Einfluss positiver Worte	15min
2Diii	Positive Alternativen	20min
2Div	Das Pendel	10min
2E	Wie wir es sagen	10min
2F	Energizer –Wie man aufsteht	10min
2G	Rapport	15min

2A i (10min)

HEISSES HÄNDESCHÜTTELN – WARME BEGRÜSSUNG

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter werden persönlich willkommen geheißen
- Mitarbeiter werden in verschiedene Tischgruppen verteilt
- Mitarbeiter sind wach und bereit für den Workshop
- Mitarbeiter verstehen die Auswirkung einer kraftvollen Begrüßung für Kollegen und Gäste und verpflichten sich, sie in Zukunft zu benutzen

Ablauf:

- Begrüße die Mitarbeiter und bitte sie, aufzustehen
- Sage ihnen, dass Du sie gleich bitten wirst, leise im Raum umherzuwandern, die Augen geradeaus zu halten und Augenkontakt mit anderen zu vermeiden.
- Sag ihnen, dass Du spontan in die Hände klatschen wirst und eine Nummer von 1-10 ausrufen wirst
- Die Nummer wird entscheiden, wie warm und enthusiastisch Begrüßung und Handschlag ausfallen werden, und zwar mit der Person, die ihnen gerade am nächste steht. Die Begrüßung sollte mit der ausgerufenen Nummer korrespondieren. Wenn Du „1“ rufst, der Handschlag sollte dem eines feuchten Fisches gleichen. Bei „10“ bedarf es der heißesten Begrüßung, die sie aufbringen können. Nachdem sie sich das erste Mal begrüßt haben, frag die Mitarbeiter, weiter im Raum umherzuwandern. Vier Mal wiederholen, und zwar 3, 7, 5, 9, 10

Frag die Gruppe, bei welcher Zahl sie sich persönlich am wohlsten fühlen, wenn sie Gäste oder Mitarbeiter begrüßen (die meisten sagen 6 oder 7). Frage sie wie es wäre, wenn sie ihre Begrüßung um eine Zahl nach oben schrauben würden, von 6 nach 7, von 7 nach 8....

Begründung:

Frag die Mitarbeiter, wie die Gäste sich fühlen würden, wenn sie mit einer enthusiastischen 8 begrüßt werden würden, jedes Mal wenn sie ins Restaurant kämen. EIN KLEINER UNTERSCHIED MACHT EINEN GROSSEN UNTERSCHIED. Während für uns der Wechsel von 7 nach 8 tiefgreifend und übertrieben zu sein scheint, sehen die betroffenen Leute das nicht so.

2Bi

ZIEL VON WORKSHOP II

Unser Service ist nur so gut wie unser Verhalten gegenüber Kunden. Was wir sagen, wie wir es sagen und unsere Körpersprache macht den Unterschied zwischen durchschnittlichen Service und erinnerungswürdigen Service.

Ob uns unsere Gäste und Mitarbeiter als mensch-bezogen sehen, frisch, enthusiastisch, herzlich, warm, offen, selbstsicher, energetisch, freundlich, oder nicht, hängt größtenteils von unserer Einstellung und unserem Standpunkt ab.

Wie wir das schaffen, darüber sprechen wir in diesem Workshop.

2B ii (10 min)

MÜNZ-SCHNAPPEN

Entscheidende Erfolgs-Faktoren:

- Mitarbeiter verstehen, dass der Schlüssel zur Verbesserung des Service damit beginnt, Signale, die uns Gäste permanent geben zu beobachten und darauf zu reagieren.
- Mitarbeiter erfahren, wie sich Körpersprache ändert wenn sich unsere Stimmung ändert
- Mitarbeiter sind motiviert Wege zu finden, ihr Serviceverhalten zu verbessern um emotionalen Bedürfnisse der Gäste zu entsprechen

Diese Übung demonstriert, wie unsere Augen widerspiegeln wie wir denken.

Ablauf:

- Bilde Paare – „A“'s und „B“'s
- A hält eine Münze flach in der Hand
- B muss versuchen, die Münze zu schnappen, bevor A die Hand schließen kann.
- A sollte nicht die Hand schließen, bevor B zuschnappt.
- Um die Konzentration von A zu stören, soll B Fragen stellen, die A dazu verleiten, die Hand zu schließen. (Wenn B es schafft, Fragen zu stellen, die A dazu verleiten, richtig nachzudenken, werden die Augen von A abwandern und B hat die Möglichkeit zuzuschnappen. Wenn B Augenkontakt hält, sollte die Veränderung in A's Augen klar erkennbar sein)
- Frage, wie viele Personen erfolgreich waren – was waren die besten Fragen, um die Münze zu schnappen

Die Mitarbeiter werden sagen, die besten Fragen waren die, die zum nachdenken angeregt haben. Fragen, die Erinnerungen wachgerufen haben, dazu führten, sich an Details zu erinnern oder Emotionen hervorgerufen.

Begründung:

Diese Übung veranlasst uns, Augenbewegungen genau zu verfolgen. Sie zeigt, dass eine kleine Veränderung des mentalen oder emotionalen Zustands sich auf den physischen Zustand auswirkt. Man kann anhand der Richtung, in die die Augen sich bewegen sogar erkennen, wo der Gesprächspartner gedanklich gerade ist.

Wie einfühlsam sind wir gegenüber emotionalen Veränderungen und deren physischer Auswirkung ?

PHANTASTISCHE BEGEGNUNGEN

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Das Team erkennt anhand von persönlichen Beispielen, dass toller Service Enthusiasmus verlangt

Ablauf:

- Bitte das Team, an jemanden zu denken, mit dem sie gerne zusammen sind, sich gerne unterhalten.
Bitte sie, zu beschreiben, wie sie sich in deren Gesellschaft fühlen

- Schreibe die Worte auf, zum Beispiel

(Entspannt, offen, ehrlich, wertvoll, interessant.....)

- Frage: „Wie machen sie das?“
Wie verhalten sie sich im Gespräch mit Euch?

Augenkontakt
Kopfnicken
Lächeln
sanfte Stimme
vorbeugen
meine eigenen Worte benutzen
Fragen stellen

In diesem Workshop schauen wir uns diese Dinge im Detail an um herauszufinden, wie wir und unsere Mitmenschen bewusst und unbewusst kommunizieren.

2D i (10min)

GASTFREUNDLICHE SPRACHE

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter wissen zu schätzen, dass die Worte die sie benutzen verschiedene Auswirkungen auf die Personen haben, mit denen Sie sprechen.
- Mitarbeiter werden ermutigt, ihre Gewohnheiten zu brechen, Standard-Sätze zu benutzen, die den Gästen Desinteresse und Gleichgültigkeit vermitteln
- Mitarbeiter werden motiviert, positive begeisterte Sprache zu verwenden

Ablauf:

- Mitarbeiter sollen am Tisch diskutieren, welche Worte oder Sätze einen positiven Effekt auf Gäste oder Mitarbeiter haben.
- Frage jede Gruppe nach ihren Ergebnissen und schreibe auf dem FC mit

Begründung:



Diese Übung arbeitet mit der einfachen Voraussetzung, dass wir, wenn wir mit Gästen sprechen, Kontrolle über unsere Worte haben, und diese Worte Einfluss auf unsere Gäste haben. Deshalb können wir positivere Begegnungen mit unseren Gästen haben, wenn wir unsere Worte vorsichtig wählen.

DER EINFLUß POSITIVER WORTE

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Das Team erkennt, dass Worte, internal und external, einen großen Einfluß auf den Körper nimmt und uns entweder Energie geben oder nehmen können
- Sie werden herausgefordert über ihre eigenen Worte nachzudenken, ob sie positiv oder negativ sind

Ablauf:

- Frag nach einem freiwilligen mit einem starken Arm.
- Frage ihn, seinen stärkeren Arm im rechten Winkel von sich zu strecken. Versuche für ein paar Sekunden, seinen Arm runterzudrücken, dann lass ihn nach oben schnellen.
- Wiederhole den Versuch mit folgenden Variationen:
Halte einen Flip-Chart Stift an die Nase
Ein für den freiwilligen positives Objekt (Hochzeitsring, Apfel, Uhr...)
Lass ihn ein positives Wort sagen
Ein negatives Wort
Male  oder  auf ein Flip Chart

Begründung:

Wenn unser Unterbewusstsein bedroht wird, durch Gifte, Zigaretten oder ein negatives Wort, schein unser Gehirn den Energiefluß zu unserem Arm abzuschalten.

Genauso ist das Gegenteil wahr. Wenn wir unbewusst aufgebaut werden durch positive Dinge oder Worte, gibt uns unser Gehirn einen Energieschub. Die Kinäsiologie benutzt diese Tatsache, zum Beispiel um Allergien zu bestimmen.

2F (10min)

WIE MAN AUFSTEHT

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter erfahren die Wichtigkeit, klare Anweisungen zu geben
- Mitarbeiter verstehen, wie Einfühlvermögen Erfolge erzielt, indem man sich „in die Schuhe“ der Kollegen begibt

Ablauf:

- Mitarbeiter bilden Paare
- B legt sich auf den Boden
- A gibt B präzise Anweisungen, wie man aufsteht
- B muss den Anweisungen genau folgen und so tun, als ob B noch nie aufgestanden ist

Begründung:

Die beste Weise, das Ziel zu erreichen ist, indem man sich in die Schuhe des anderen begibt – sich daneben legt und vormacht und dabei jeden Schritt beschreibt. So können Sie sich besser einfühlen und kommunizieren mit weniger Vermutungen

3A (10min)

IM DUNKELN ARBEITEN

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter erfahren wie es ist, eine Aufgabe mit und ohne Anweisungen zu bewältigen
- Mitarbeiter verstehen es, wie schwierig eine Aufgabe ohne klare Anweisungen sein kann

Ablauf:

- Mitarbeiter bilden Paare, A und B. A bekommt eine Augenbinde
- Erkläre der Gruppe dass Du gleich im Raum Post-It`s verteilen wirst.
- A`s sollen die Augenbinde aufsetzen. Ihre Aufgabe ist es, so viele Sticker wie möglich zu finden. Die Aufgabe von B ist es, aufzupassen, dass A sich nicht verletzt. Sie dürfen nicht miteinander sprechen. B darf A nur an der Schulter berühren um zu signalisieren, dass A dabei ist, in ein Hindernis zu laufen
- Stop nach 3 Minuten
- Im zweiten Durchlauf darf B Anweisungen geben (A hat immer noch die Binde auf) und A darf auch Fragen stellen, um so viele Post-It`s wie möglich zu finden

Begründung:

Es ist schwer für uns eine Aufgabe zu bewältigen, wenn wir wenig oder keine Information, Hilfe und Unterstützung haben. Diese Isolation reduziert im allgemeinen die Selbstsicherheit und Fähigkeit der einzelnen.

WEISS ÜBER DEINE ARBEIT BESCHEID

Wie in „Erwartungen Übertreffen“, besprochen, kommt es darauf an, wie wir Service liefern – wie wir sprechen, die Worte die wir benutzen, wie wir aussehen und uns bewegen wenn wir mit Gästen und Kollegen kommunizieren. Eigentlich befinden wir uns bei der Kommunikation im Vakuum.

Es ist selten, dass wir in diesen Bereichen beständiges, persönliches Feed Back bekommen.

Nur im Spiegel betrachtet oder auf Videoaufnahmen können wir einen Einblick bekommen, wie wir persönlich kommunizieren. Meistens erkennen wir nicht, wie wir auf den Gast wirken – wir arbeiten im Dunkeln.

Wenn wir Feedback bekommen, dem wir trauen und auf das wir uns verlassen können, können wir uns in diesem Bereich verbessern.

FOLGE MEINER LINIE

Entscheidende Erfolgsfaktoren:

- Mitarbeiter erfahren, wie frustrierend es sein kann, Instruktionen nicht abklären zu dürfen und wie dies ihr Ergebnis beeinflusst
- Mitarbeiter werden erinnert wie wichtig es ist, sich auf gleiche Ebene zu begeben
- Mitarbeiter verstehen die Wichtigkeit Anweisungen abzuklären und zu verstehen

Ablauf:

- Erkläre der Gruppe, dass Du ein Bild malen wirst und beschreibst, was Du gerade malst. Sie sollen Deinen Anweisungen genau folgen, ohne Fragen zu stellen. Wenn Du Anweisungen wiederholen sollst, benutze die selben Worte wie vorher. Die Gruppe soll, wie in der schule, genau das tun was Du sagst:

Auf einem Blatt Papier, zeichnet eine lange gerade Linie. An ein Ende dieser Linie zeichnet eine neue Linie im 45 Grad-Winkel, ungefähr ein Fünftel so lang wie die erste Linie. Am anderen Ende der langen Linie zeichnet eine zweite 45-Grad Linie, genauso lang wie die zuletzt gezeichnete Linie.

Diese zwei kurzen Linien verbindet Ihr mit einer Schlangenlinie, dann zeichnet ihr noch ein paar Schlangenlinien parallel zur ersten Schlangenlinie.

Geht zurück zur ursprünglichen langen Linie und zeichnet davon ausgehend eine Linie im rechten Winkel, etwa die gleiche Länge wie die 45-Grad Linien, ein Viertel vom Ende der langen Linie entfernt. Tut das gleiche noch mal auf der anderen Seite, wieder ein Viertel vom anderen Ende entfernt und gleichlang wie die zuletzt gezeichnete Linie.

Zeichnet nun zwei schöne runde Kreise zwischen die zwei zuletzt gemalten Linien, im gleichen Abstand zueinander und den Linien entfernt. Verbindet die zwei Linien mit einer geraden.

Malt jetzt ein kleines Rechteck, im rechten Winkel zur zuletzt gemalten Linie. Malt noch eine Schlangenliniesenkrecht nach oben, die aus dem Rechteck herauskommen soll.

Begründung:

Ein weiteres klassisches Beispiel wie wichtig es ist, sich auf die gleiche Ebene zu begeben.

Wenn wir nicht sichergehen ob verstanden wird, was Du erklärst, sind die Chancen dass es nicht richtig klappt sehr groß

Verschiedene Menschen interpretieren die gleichen Anweisungen auf unterschiedliche Weise. Einfache Anweisungen geben bedeutet noch keinen Erfolg.