

Ζαχαρίας Χνάρης
Ιδρυτής, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου CHC GROUP – Chnaris Hotel, Management, Development & Consulting SA.

Ζαχαρίας Χνάρης

Αυθεντική Φιλοξενία: Η τέχνη να νιώσει ο επισκέπτης σαν στο σπίτι του

Κυρίες και κύριοι,

Με χαρά συμμετέχω στην 6η Παγκρήτια Ημερίδα Τουρισμού Κρητών Φιλοξενείν, εδώ στο πανέμορφο Οροπέδιο Λασιθίου, στο φιλόξενο Τζερμιάδο.

Όταν μιλάμε για τουρισμό, συχνά μιλάμε για προορισμούς, ξενοδοχεία, υποδομές, υπηρεσίες, ποιότητα, ικανοποίηση πελατών και ανταγωνιστικότητα.

Μιλάμε για δωμάτια, γαστρονομία, εγκαταστάσεις, ψηφιακές εφαρμογές, δείκτες απόδοσης και αξιολογήσεις.

Όλα αυτά, φυσικά και είναι πολύ σημαντικά. Είναι απαραίτητα για να λειτουργεί σωστά μια ξενοδοχειακή επιχείρηση και να ανταποκρίνεται στις προσδοκίες κάθε σύγχρονου ταξιδιώτη.

Αλλά θα ήθελα σήμερα να θέσω ένα διαφορετικό ερώτημα: Τι είναι αυτό που κάνει έναν επισκέπτη να θυμάται πραγματικά ένα ξενοδοχείο; Τι είναι αυτό που τον κάνει να επιστρέφει; Τι είναι αυτό που τον κάνει να μιλά για την εμπειρία του με ενθουσιασμό; Τι είναι αυτό που τον κάνει να αισθάνεται ότι, πέρα από έναν όμορφο τόπο και μια ποιοτική διαμονή, γνώρισε κάτι ουσιαστικό;

Πιστεύω ότι η απάντηση βρίσκεται σε μια λέξη που είναι βαθιά ριζωμένη στην ελληνική μας ταυτότητα, ακόμα πιο έντονα ριζωμένη στο DNA των Κρητικών: τη φιλοξενία. Και ειδικότερα, στην αυθεντική φιλοξενία. Εκείνη που δεν εξαντλείται σε ένα χαμόγελο υποδοχής ή σε μια άψογη εξυπηρέτηση, αλλά μετατρέπεται σε ανθρώπινη σχέση, σε συναίσθημα, σε ανάμνηση.

Γιατί η υπηρεσία μπορεί να ικανοποιήσει μια ανάγκη. Η αυθεντική φιλοξενία μπορεί να αγγίξει έναν άνθρωπο.

Για πολλά χρόνια, η επιτυχία ενός ξενοδοχείου συνδεόταν κυρίως με την ποιότητα των υπηρεσιών του. Ένα καθαρό δωμάτιο, ένα καλό πρωινό, μια αποτελεσματική υποδοχή, μια γρήγορη εξυπηρέτηση, μια οργανωμένη διαδικασία check-in και check-out.

Και δικαίως. Η επαγγελματική συνέπεια, η οργάνωση και η ποιότητα αποτελούν τη βάση κάθε σοβαρής ξενοδοχειακής λειτουργίας.

Ωστόσο, σήμερα, σε ένα περιβάλλον όπου οι ταξιδιώτες έχουν πρόσβαση σε αμέτρητες επιλογές και μπορούν να συγκρίνουν σχεδόν τα πάντα, η καλή υπηρεσία δεν αρκεί από μόνη της για να μας διαφοροποιήσει.

Ο επισκέπτης μπορεί να βρει ένα άνετο δωμάτιο σε πολλά ξενοδοχεία. Μπορεί να απολαύσει ένα εξαιρετικό γεύμα σε πολλούς προορισμούς. Μπορεί να συναντήσει υψηλά επίπεδα επαγγελματισμού σε διαφορετικές χώρες.

Αυτό που είναι πολύ δυσκολότερο να αντιγράψει κανείς είναι ο τρόπος με τον οποίο ένας τόπος και οι άνθρωποί του τον κάνουν να αισθανθεί.

Εδώ ακριβώς βρίσκεται η μετάβαση από την παροχή υπηρεσίας στη δημιουργία εμπειρίας.

Δεν αρκεί να προσφέρουμε στον επισκέπτη αυτό που περιμένει. Χρειάζεται να δημιουργούμε τις συνθήκες ώστε να ανακαλύπτει κάτι που δεν μπορεί να περιγραφεί πλήρως σε μια ιστοσελίδα ή να αποτυπωθεί σε μια φωτογραφία.

Μια γεύση που συνδέεται με μια ιστορία. Μια συζήτηση που αποκαλύπτει έναν διαφορετικό τρόπο ζωής. Μια αυθόρμητη κίνηση ενδιαφέροντος. Μια προσωπική πρόταση που δείχνει ότι κάποιος άκουσε πραγματικά τις ανάγκες του.

Η εμπειρία γεννιέται όταν η υπηρεσία αποκτά νόημα.

Και το νόημα δημιουργείται από τους ανθρώπους.

Συχνά χρησιμοποιούμε τη λέξη «αυθεντικότητα» στον τουρισμό. Την εντάσσουμε στη στρατηγική μας, στις παρουσιάσεις μας και στην επικοινωνία των ξενοδοχείων μας.

Αλλά τι σημαίνει πραγματικά να είμαστε αυθεντικοί;

Σημαίνει να μην προσπαθούμε απλώς να αναπαράγουμε αυτό που θεωρούμε ότι θέλει να δει ο επισκέπτης. Σημαίνει να του δίνουμε την ευκαιρία να γνωρίσει αυτό που πραγματικά είμαστε.

Η αυθεντικότητα δεν είναι σκηνικό. Δεν είναι μια παραδοσιακή διακόσμηση, μια τοπική φορεσιά ή ένα πιάτο με κρητικά προϊόντα, όταν όλα αυτά δεν συνδέονται με την πραγματική ζωή του τόπου.

Είναι η συνέπεια ανάμεσα σε όσα λέμε και σε όσα κάνουμε. Είναι η ειλικρίνεια στη συμπεριφορά μας, η σχέση μας με την τοπική κοινωνία, ο σεβασμός στην παράδοση και η ικανότητά μας να εξελισσόμαστε χωρίς να χάνουμε την ταυτότητά μας.

Ένα ξενοδοχείο μπορεί να διαθέτει εντυπωσιακές εγκαταστάσεις. Μπορεί να επενδύει στην τεχνολογία και να προσφέρει υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών.

Όμως, αν θέλει να δημιουργήσει μια εμπειρία που πραγματικά ξεχωρίζει, χρειάζεται να απαντήσει σε ένα ουσιαστικό ερώτημα: Τι είναι αυτό που μπορεί να προσφέρει μόνο εδώ, με αυτούς τους ανθρώπους, μέσα σε αυτήν την τοπική κουλτούρα;

Αυτή είναι η αφετηρία της διαφοροποίησης.

Δεν χρειάζεται να επινοήσουμε μια ταυτότητα. Χρειάζεται να αναγνωρίσουμε, να προστατεύσουμε και να αναδείξουμε εκείνη που ήδη έχουμε. Και να αναδείξουμε τον ανθρώπινο παράγοντα, ως την καρδιά της φιλοξενίας.

Ως άνθρωπος του τουρισμού εδώ και πολλά χρόνια, γνωρίζω ότι πίσω από κάθε επιτυχημένη εμπειρία υπάρχει μια ομάδα ανθρώπων.

Άνθρωποι στην υποδοχή, στο επισιτιστικό τμήμα, στην κουζίνα, στην καθαριότητα, στη συντήρηση, στις κρατήσεις και σε κάθε σημείο της λειτουργίας ενός ξενοδοχείου.

Κάθε ένας από αυτούς συμμετέχει στη διαμόρφωση της εμπειρίας του επισκέπτη. Ακόμη κι όταν ο επισκέπτης δεν βλέπει την εργασία που έχει προηγηθεί, αισθάνεται το αποτέλεσμά της.

Μπορούμε να εκπαιδεύσουμε τους ανθρώπους μας σε διαδικασίες. Μπορούμε να θέσουμε πρότυπα ποιότητας, να οργανώσουμε πρωτόκολλα και να αξιοποιήσουμε την τεχνολογία για να γίνουμε αποτελεσματικότεροι.

Αλλά δεν μπορούμε να περιορίσουμε την αυθεντική φιλοξενία σε ένα εγχειρίδιο οδηγιών.

Το πραγματικό ενδιαφέρον δεν επιβάλλεται με μια διαδικασία. Καλλιεργείται μέσα από την κουλτούρα της επιχείρησης, την εμπιστοσύνη, την εκπαίδευση και τον σεβασμό προς τους εργαζομένους.

Γιατί είναι δύσκολο να ζητάμε από έναν άνθρωπο να προσφέρει ζεστασιά, όταν ο ίδιος δεν αισθάνεται ότι τον εκτιμούν. Είναι δύσκολο να ζητάμε προσωπική φροντίδα, όταν έχουμε μετατρέψει κάθε επαφή σε μια απρόσωπη συναλλαγή.

Για να αισθανθεί ο επισκέπτης άνθρωπος και όχι αριθμός, πρέπει πρώτα να αισθάνεται άνθρωπος και ο εργαζόμενος.

Αυτό είναι, κατά τη γνώμη μου, μία από τις σημαντικότερες ευθύνες της σύγχρονης ξενοδοχειακής διοίκησης: να δημιουργεί ένα περιβάλλον όπου οι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν όχι μόνο την εργασία τους, αλλά και τον καλύτερο εαυτό τους.

Γιατί η φιλοξενία δεν είναι αποκλειστικά ευθύνη του τμήματος υποδοχής. Είναι υπόθεση ολόκληρης της επιχείρησης. Είναι ο τρόπος με τον οποίο συνεργαζόμαστε, επικοινωνούμε, αντιμετωπίζουμε τις δυσκολίες και φροντίζουμε ο ένας τον άλλον.

Το DNA των Κρητικών, έχει τη φιλοξενία ως τρόπος ζωής. Ως άνθρωποι που δραστηριοποιούμαστε στην Κρήτη, έχουμε ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα. Η φιλοξενία δεν είναι κάτι που χρειάζεται να ανακαλύψουμε από την αρχή. Είναι μέρος της πολιτισμικής μας κληρονομιάς.

Στην κρητική παράδοση, ο ξένος δεν ήταν απλώς ένας περαστικός. Ήταν ένας άνθρωπος που έμπαινε στο σπίτι, καθόταν στο τραπέζι, μοιραζόταν το φαγητό και γινόταν, έστω για λίγο, μέρος της καθημερινότητας της οικογένειας.

Ένα ποτήρι νερό, ένα κέρασμα, ένα πιάτο φαγητό, μια κουβέντα, μια ειλικρινής πρόσκληση να καθίσει λίγο ακόμη.

Μικρές πράξεις, που όμως έκρυβαν μέσα τους μια ολόκληρη αντίληψη για τον άνθρωπο και τη σχέση μας μαζί του.

Αυτό είναι το DNA της κρητικής φιλοξενίας: η γενναιοδωρία, η αμεσότητα, η λεβεντιά, η περηφάνια για τον τόπο, η σύνδεση με την οικογένεια και την κοινότητα, ο σεβασμός στον επισκέπτη και η χαρά του μοιράσματος.

Και το σημαντικότερο είναι ότι αυτές οι αξίες δεν αποτελούν μόνο μέρος του παρελθόντος μας. Μπορούν να αποτελέσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του μέλλοντός μας.

Αρκεί να μην τις αντιμετωπίσουμε ως ένα τουριστικό προϊόν που πρέπει να συσκευάσουμε και να πουλήσουμε.

Η κρητική φιλοξενία έχει αξία ακριβώς επειδή είναι αληθινή.

Όταν ο επισκέπτης δοκιμάζει ένα τοπικό προϊόν και ακούει την ιστορία του ανθρώπου που το παράγει, δεν γνωρίζει μόνο μια γεύση. Γνωρίζει έναν τρόπο ζωής.

Όταν συμμετέχει σε μια δραστηριότητα της τοπικής κοινότητας, δεν βλέπει απλώς ένα αξιοθέατο. Αποκτά μια προσωπική σύνδεση με τον τόπο.

Όταν ένας εργαζόμενος τού προτείνει ένα μικρό χωριό, ένα οικογενειακό καφενείο ή μια λιγότερο γνωστή διαδρομή, επειδή πραγματικά αγαπά και γνωρίζει την περιοχή, τότε η εμπειρία ξεπερνά τα όρια του ξενοδοχείου.

Ο επισκέπτης δεν καταναλώνει απλώς τον προορισμό. Αρχίζει να τον κατανοεί.

Και ίσως τότε συμβαίνει κάτι ακόμη πιο σημαντικό: φεύγει έχοντας γνωρίσει όχι μόνο την Κρήτη, αλλά και ένα κομμάτι του εαυτού του μέσα από αυτήν.

Βέβαια, η αυθεντικότητα δεν σημαίνει ότι πρέπει να μένουμε προσκολλημένοι στο παρελθόν. Η Κρήτη μπορεί να είναι ταυτόχρονα παραδοσιακή και σύγχρονη, φιλόξενη και επαγγελματική, περήφανη για τις ρίζες της και ανοιχτή στον κόσμο.

Το ζητούμενο δεν είναι να αναπαραστήσουμε την παράδοσή μας. Είναι να μεταφέρουμε τις αξίες της στο σήμερα.

Αν θέλουμε, λοιπόν, να επαναπροσδιορίσουμε την εμπειρία φιλοξενίας, χρειάζεται να αλλάξουμε και τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε την επιτυχία μας.

Δεν αρκεί να αναρωτιόμαστε αν ο επισκέπτης έμεινε ικανοποιημένος από το δωμάτιο ή αν βαθμολόγησε θετικά το πρωινό μας.

Χρειάζεται να αναρωτηθούμε αν ένιωσε ότι τον προσέξαμε. Αν ανακάλυψε κάτι καινούργιο. Αν γνώρισε ανθρώπους που θα θυμάται. Αν αισθάνθηκε ότι δεν βρέθηκε απλώς σε ένα ξενοδοχείο, αλλά έγινε, έστω προσωρινά, μέρος ενός τόπου.

Αυτό δεν σημαίνει ότι υποτιμούμε τους δείκτες, τις αξιολογήσεις ή την οικονομική απόδοση. Αντίθετα, αναγνωρίζουμε ότι η μακροπρόθεσμη επιτυχία μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης χτίζεται και μέσα από σχέσεις εμπιστοσύνης, θετικές αναμνήσεις, επαναλαμβανόμενες επισκέψεις και αυθεντικές συστάσεις.

Η τεχνολογία μπορεί να μας βοηθήσει να κατανοούμε καλύτερα τις ανάγκες των επισκεπτών. Οι υποδομές μπορούν να κάνουν τη διαμονή πιο άνετη. Η εκπαίδευση μπορεί να ενισχύσει την ποιότητα.

Όμως, όλα αυτά αποκτούν πραγματική αξία όταν υπηρετούν έναν κοινό σκοπό: να κάνουμε τον άνθρωπο να αισθάνεται ότι βρίσκεται σε έναν τόπο όπου τον υποδέχονται με σεβασμό και ενδιαφέρον.

Και αυτό απαιτεί συνέπεια. Από την πρώτη επικοινωνία μέχρι την αναχώρηση. Από την πρώτη καλημέρα μέχρι την τελευταία στιγμή της διαμονής. Από την ατομική συμπεριφορά κάθε εργαζομένου μέχρι τη συνολική φιλοσοφία της διοίκησης.

Η εμπειρία δεν είναι μία εντυπωσιακή στιγμή που σχεδιάζουμε για τον επισκέπτη. Είναι το σύνολο των μικρών στιγμών που, τελικά, δημιουργούν μια μεγάλη ανάμνηση.

Κυρίες και κύριοι, κλείνοντας αυτή την τοποθέτηση, θα ήθελα να εκφράσω και δημόσια συγχαρητήρια στον Δήμο Οροπεδίου Λασιθίου, την Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων και την Κρητών Επιχειρείν για την πολύ καλή διοργάνωση και να επισημάνω το εξής:

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που φιλοξενεί ανθρώπους από διαφορετικές χώρες, πολιτισμούς και αντιλήψεις. Μας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργούμε θέσεις εργασίας, να ενισχύουμε την οικονομία και να αναδεικνύουμε τον τόπο μας.

Αλλά μας δίνει και μια βαθύτερη δυνατότητα: να δημιουργούμε ανθρώπινες συνδέσεις.

Στην εποχή της αυτοματοποίησης, της ταχύτητας και της ψηφιακής επικοινωνίας, η ανθρώπινη επαφή μπορεί να γίνει ακόμη πιο πολύτιμη.

Δεν θα ξεχωρίσουμε επειδή απλώς θα προσφέρουμε περισσότερα. Θα ξεχωρίσουμε επειδή θα προσφέρουμε με μεγαλύτερο νόημα.

Δεν θα κερδίσουμε τον επισκέπτη μόνο με όσα έχουμε. Θα τον κερδίσουμε με όσα είμαστε.

Και εμείς, στην Κρήτη, έχουμε μια σπουδαία παρακαταθήκη. Έχουμε έναν τόπο με ιστορία, γεύσεις, τοπία και πολιτισμό. Αλλά, πάνω απ' όλα, έχουμε ανθρώπους και αξίες που μπορούν να μετατρέψουν μια διαμονή σε βίωμα και μια επίσκεψη σε προσωπική ανάμνηση.

Ας μην περιορίσουμε, λοιπόν, τη φιλοξενία σε μια υπηρεσία που πρέπει να παραδοθεί σωστά.

Ας την αντιμετωπίσουμε ως μια υπόσχεση που δίνουμε στον άνθρωπο που μας εμπιστεύεται τον χρόνο του: ότι θα τον υποδεχθούμε με σεβασμό, θα του προσφέρουμε κάτι αληθινό και θα τον αφήσουμε να φύγει λίγο πιο πλούσιο σε εμπειρίες.

Γιατί, τελικά, ο επισκέπτης μπορεί να ξεχάσει το μέγεθος του δωματίου, τις λεπτομέρειες μιας παροχής ή ακόμη και το όνομα ενός ξενοδοχείου. Δύσκολα, όμως, ξεχνά πώς τον κάναμε να αισθανθεί.

Και ίσως αυτή να είναι η ουσία της αυθεντικής φιλοξενίας: Να κάνουμε έναν άνθρωπο που έρχεται από μια γωνιά του κόσμου στον τόπο μας ως επισκέπτης, να φεύγει με την αίσθηση ότι γνώρισε κάτι αληθινό. Ότι μοιράστηκε κάτι ανθρώπινο και ότι, για όσο έμεινε κοντά μας, δεν ήταν απλώς πελάτης. Ήταν καλεσμένος μας.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας.

