



### Seks verkoopt, maar hoe?

Mijn dierbare collega hoor ik het nog roepen: die ballen gaan als een malle. Hij doelde op seksspeeltjes die hij toen net had geïntroduceerd in zijn hippe hotelkamers. Tezamen met veertjes, olie, blinddoeken, cockringen en handzame vibrators een regelrechte hit, aldus de connaisseur. Als iets goed verkoopt, probeer ik een beeld te vormen van hoe dat in onze kleine hotels ingepast zou kunnen worden. Meer marge betekent meer ruimte voor innovatie. De afgelopen jaren heb ik dit onderwerp van diverse kanten bekeken. Ik kom er niet goed uit. Hoe kunnen we een luxe erotiekdoos introduceren zonder gedoe met gasten? Een meerderheid van het team kreeg spontaan rimpels van deze vraag.

Het geldt voor meer innovatieve zaken in het hotel. Vaak is invoering appeltje-eitje. Wij hebben tenslotte geen hoofdkantoor. We doen wat we willen. De voorwaarde is dat het team achter het idee staat. Soms leidt dat tot boeiende discussies.

In een van mijn hotels is een aantal kamers uitgerust met douche-wc's. Om deze investering uit te breiden naar alle kamers willen we graag weten of onze gasten deze innovatie appreciëren. We hebben van alles geprobeerd om reacties binnen te hengelen. Een kans op een gratis overnachting in ruil voor commentaar, een cadeautje in ruil voor een (digitaal) ingevuld mini-enquêteformulier, gratis proefslapen & stoelgangen... Het leverde verdomd weinig zinvolle feedback op.

„Verwacht je dan dat we bij het uitchecken vragen of de wc is bevallen?” Nee, dat moesten we maar niet doen. Feitelijk is dit ook de reden waarom de erotiekdoos geen brede genade vindt: op het onderwerp rust een taboe.

Het kleinood van 150 euro kunnen we eenvoudig online bij de kamerboeking verkopen. Dat brengt niemand in verlegenheid. Maar zo creëer je geen hardlopers. De doos vrijmoedig op de kamer presenteren is vermoedelijk te aanstootgevend voor de gemiddelde gast. En wat als in de suite de nieuwsgierigheid het bij de gast wint en de verpakking wordt geopend? De speeltjes moeten worden afgerekend. Hoe gaan we dat zonder gedoe controleren en vooral charges bij de weinig anonieme receptietafel in de lobby?

„Ik ga bij de check-out écht niet vragen of ze lekker hebben geslapen, gebruik hebben gemaakt van de minibar én vragen of de erotiekbox is gebruikt”, zei een teamlid. Tsja.

*Sex sells.* Maar hoe?

