

BEZOEKERSCENTRUM LIETEBERG



Hoe speel je slim in op de psychologie van je publiek?

Bezoekerscentrum Lieteberg, in het Limburgse Zutendaal, is vooral bekend vanwege het Blotevoetenpad – het allereerste in Vlaanderen. Over een paar jaar gaan ze hun infrastructuur compleet vernieuwen, maar daar hebben ze niet op gewacht om de bezoekerservaring nu al te verbeteren.

Directeur Wim Tollenaers en communicatieverantwoordelijke Harmonie Carlier hebben allebei deelgenomen aan de opleiding 'Door de bril van de bezoeker'. Ze deden er waardevolle ideeën op, die ze meteen in de praktijk konden brengen.

Wim: "We hadden wel het gevoel dat we goed bezig waren, maar toch waren er een paar issues. Het Blotevoetenpad bezorgde ons in het begin veel gratis reclame, maar dat effect is toch wat weggeëbd. We zijn ook een toegangspoort tot het Nationaal Park Hoge Kempen, maar zo zijn er nog meer. De vraag was met

andere woorden: hoe kunnen we ons onderscheiden van andere attracties in de regio? Daarvoor moesten we weten wie onze bezoekers precies waren – door corona was dat alleen maar urgenter geworden. Bovendien wordt ons gebouw over enkele jaren verbouwd en uitgebreid, en dat willen we grondig aanpakken. Om al die redenen hebben we ons ingeschreven voor 'Door de bril van de bezoeker'."

Op zoek naar parking

"De opleiding startte met een mystery visit. Daaruit kwamen enkele verbeterpunten naar voren. Om te beginnen: onze bezoekersparking was moeilijk te vinden via Waze of Google Maps. Dat gaan we binnenkort oplossen door de parking een eigen adres te geven."

Harmonie: "Het tweede punt had te maken met onze shop: die bevond zich achter de balie. De architect had dat ooit zo getekend, maar in die tijd werd er nog niet zo nagedacht over de bezoekersbeleving. Door die

opstelling voelden veel bezoekers zich geremd om iets te kopen. Dat vermoedden we al wel, maar door die mystery visit, en door deel te nemen aan de opleiding, beseften we dat het probleem groter was dan we dachten. En vooral: dat de oplossing helemaal niet zo ingewikkeld was.”

Isabeau uit Herentals

Wim: “Tijdens de opleiding leer je hoe je persona’s kan ontwikkelen: profielen van de verschillende bezoekerstypes die je wil bereiken. Eerst hebben we een enquête opgesteld, die we gemaaid hebben naar zowat 5000 bezoekers. Iets meer dan zes procent van hen heeft de enquête ingevuld. Op basis van hun antwoorden hebben we één persona uitgewerkt. We hebben haar Isabeau genoemd: een vrouw van 33 jaar, een bankbediende met twee jonge kinderen en een partner die ingenieur is. Isabeau komt uit Herentals, in de provincie Antwerpen, en dat is geen toeval: zowat twee derde van onze bezoekers komt van buiten Limburg. Die oefening deed ons inzien dat we ons meer op gezinnen met kinderen moesten richten.”

Harmonie: “In de opleiding werden we ook vertrouwd gemaakt met de customer journey - zeg maar: het parcours dat bezoekers afleggen – en leerden we hoe die stap voor stap uit te tekenen. Hoe bereiden mensen zich voor op een bezoek aan Lieteberg, wat doen ze als ze er zijn, welke route volgen ze door het bezoekerscentrum, waar liggen de pijnpunten... Daardoor heb ik ook Miro leren kennen, een soort digitaal plakbord waarop

je met heel het team ideeën kan uitwisselen. We werken daar nu voortdurend mee.”

Geen zotte kosten

Wim: “Met al die bevindingen zijn we vervolgens aan de slag gegaan om een oplossing te bedenken voor onze shop. We wilden geen zotte kosten doen – juist omdat die verbouwing eraan komt - maar we hoopten dat we met een kleine ingreep toch een mooi resultaat zouden kunnen bereiken. Uiteindelijk hebben we twee nieuwe glazen vitrines besteld, die we vóór de balie hebben gezet. Met die plaatsing spelen we in op de psychologie van onze bezoekers: die komen langs de vitrines als ze hier binnenkomen, dus ze kunnen er onmogelijk naast kijken. Tegelijk blijft er een kleinere verkoopruimte achter de balie, met hetzelfde aanbod: zo kunnen onze baliemedewerkers daar uitleg over geven aan mensen die meer willen weten.”

Harmonie: “We hebben het aanbod ook verruimd met leuke spulletjes voor kinderen, gemaakt van natuurlijke materialen: fluitjes, katapulten... Dingen die aansluiten bij ons outdoor-imago én bij ons nieuwe doelpubliek – Isabeau en haar kinderen, zeg maar. We hebben die spullen bovendien op kindelhoogte gelegd. Resultaat: ze waren in géén tijd uitverkocht. Zelfs de leverancier was verbaasd.”

“We hebben ook ons assortiment streekproducten uitgebreid, onder meer met een eigen honingbier. Dat verkoopt fenomenaal goed. Sowieso is de nieuwe balie een groot succes:

alleen al in de eerste maanden van 2022 steeg de verkoop met 38%. En dat merken onze baliemedewerkers ook. Ze hebben het drukker door de gestegen verkoop, maar ze vinden de nieuwe vitrines allemaal een verbetering.”

Tijdelijke oplossing

Wim: “Natuurlijk: de vitrines zijn maar een tijdelijke oplossing. We zijn nog volop bezig met de plannen voor de verbouwing, maar we zullen zeker rekening houden met de inzichten die we tijdens ‘Door de bril van de bezoeker’ hebben opgedaan. We gaan bijvoorbeeld goed nadenken over het parcours dat de bezoekers straks zullen volgen.”

“In het vernieuwde gebouw komt ook een permanente tentoonstelling rond het thema biodiversiteit. Nu hebben we een tentoonstelling over insecten, maar die verdwijnt. Tijdens de opleiding hebben we namelijk ingezien dat die te weinig afgestemd is op ons doelpubliek: gezinnen met kinderen. Ze is bijvoorbeeld te weinig interactief. In de nieuwe tentoonstelling pakken we dat anders aan.”

Harmonie: “Nee, we zijn erg tevreden over de technieken die we tijdens opleiding hebben geleerd. Op zich zijn ze vaak perfect logisch, maar we hadden er nog nooit op zo’n creatieve manier naar gekeken. We hebben er allebei veel van opgestoken. En die kennis nemen we mee naar nieuwe projecten.”

\\ IN MEMORIAM //

Kort na het afnemen van deze getuigenis vernam Toerisme Vlaanderen het plotse en veel te vroege overlijden van directeur Wim Tollenaers. Wim was een gedreven deelnemer van ons opleidingstraject ‘Door de bril van de bezoeker’ en heeft voor Lieteberg echt bakens verzet. We hebben veel respect voor wat Wim op korte tijd heeft verwezenlijkt en zijn er zeker van dat hij een blijvende inspiratiebron zal zijn bij de verdere ontwikkeling van hem zo dierbare Lieteberg.