



TINA VANHOYE:

DE TIJD NEMEN OM IN EEN SFEER VAN VERTROUWEN SAMEN VERANDERINGEN DOOR TE VOEREN



Mechelen weet elk jaar opnieuw duizenden bezoekers te bekoren met een brede waaier toeristische activiteiten. De sterkte van dat aanbod is onlosmakelijk verbonden met de nauwe samenwerking tussen de stedelijke dienst voor toerisme en de lokale gidsenbond. “Die samenwerking zit verankerd in een convenant dat aan het begin van elke bestuursperiode hernieuwd wordt”, vertelt Tina Vanhoye, afdelingshoofd Toerisme en UIT in Mechelen. “Het convenant leeft en maakt een kwalitatief aanbod mogelijk dankzij frequente en intense contacten tussen Toerisme Mechelen en de Koninklijke Gidsenbond Mechelen. Op de bestuursvergadering van de gidsenbond is bijvoorbeeld altijd een medewerker van onze dienst aanwezig. Toen Toerisme Vlaanderen ons voorstelde om mee te stappen in het proefproject rond kwaliteitsverbetering, vonden we het niet meer dan logisch om de gidsenbond daar meteen bij te betrekken.”

Als ‘proefkonijnen’ kregen Toerisme Mechelen en de Koninklijke Gidsenbond Mechelen hulp bij het aanvangen van hun verbeterproces. Tina Vanhoye: “In het begin was het wat zoeken naar waarover we het wilden hebben. Kwaliteit verbeteren, wat wil dat juist zeggen? Dankzij de pertinente vragen en de frisse kijk van de externe begeleider kwamen we uit bij de nood om zowel de klanten als de gidsen profielen te geven zodat we ze beter op elkaar kunnen afstemmen. De klanten splitsten we op in verschillende groepen: scholen, vriendengroepen en gezinnen, bedrijven, andersvaliden, (socio)culturele verenigingen ... Voor elke groep stelden we ons vervolgens de vraag wie ze zijn en wat ze willen horen of doen. Die oefening leverde groepsprofielen op die de baliemedewerkers van Toerisme Mechelen nu gebruiken om de bezoekersaanvragen te verwerken.”

De klantprofielen kunnen pas ten volle hun nut bewijzen als er ook gidsprofielen aan gekoppeld worden. In een volgende fase vroeg de Koninklijke Gidsenbond Mechelen daarom aan zijn 77 actieve gidsen in welk(e) profiel(en) ze zich zelf het meest herkennen. “Op basis van hun antwoorden brengen we nu samen met het bestuur van de gidsenbond in kaart voor welke groep klanten we welke groep gidsen kunnen inschakelen. Op die manier zullen we beter kunnen voldoen aan de verwachtingen van onze klanten en dus betere kwaliteit kunnen bieden.”

Om te achterhalen of het werken met groepsprofielen effectief tot een grotere klanttevredenheid leidt, is het de kunst om te weten te komen hoe de klant het aanbod ervaren heeft. “We hebben daarom ook ons klantevaluatiesysteem kritisch bekeken en aangepast. Ik zie dat als een integraal onderdeel van kwaliteitsverbetering. In een formulier dat we een week na de activiteit naar de klant mailen, stellen we vragen over drie aspecten: de reserveringen, de gidsen en de attracties. Het klantevaluatiesysteem is ingebed in het reserveringssysteem zodat we weten welke opmerkingen over welke specifieke activiteit gaan. Ook dat luik is grondig doorgepraat met de gidsenbond. We vinden het belangrijk dat de gidsen weten welke vragen we stellen aan de klanten.”

Hoe blikt Tina Vanhoye terug op het afgelegde traject? “We hebben nog een lang parcours te gaan, hoor! Zo’n proces gaat traag. Dat is normaal, want het gaat over veranderingen en je werkt met mensen. Je hebt dus tijd nodig. Je moet die tijd nemen om ervoor te zorgen dat zo veel mogelijk mensen mee zijn in het verhaal. Naast de factor tijd is er natuurlijk de factor vertrouwen. Je werkwijze in vraag stellen en die veranderen, lukt alleen in een sfeer van wederzijds vertrouwen.”