

TOERISMEVLAANDEREN

Hoe kwaliteit meten en monitoren?

Er zijn verschillende manieren om over je dienstverlening feedback te verzamelen, elk met hun eigen sterke en zwakke punten. Je kan daarom ook best meerdere instrumenten tegelijk inzetten. Hou daarbij rekening met de kosteneffectiviteit: zeker in het begin van een ontwikkelingstraject kunnen ook eenvoudigere methodes of methodes die relatief weinig tijd, geld of personeelsinzet vergen je de weg wijzen naar betekenisvolle kwaliteitswinsten.

Zorg in elk geval voor systematiek. Blijf meten en wees consequent in de manier waarop! Op die manier kan je niet alleen zien of maatregelen effect sorteren, het houdt je ook scherp om het bereikte kwaliteitsniveau op peil te houden en om je kwaliteitswerking afgestemd te houden op de snel veranderende omgeving.

Hieronder vind je een overzicht van de meest gehanteerde methoden om kwaliteit te meten en te monitoren. Eén (belangrijke!) informatiebron laten we onbesproken: de onthaalmedewerkers zelf. Door hun dagdagelijkse omgang met klanten en eigen waarnemingen kunnen ze makkelijk tekortkomingen detecteren, signaleren en als het even kan ook meteen aanpakken. Meestal is het alleen zaak om ervoor te zorgen dat dit ook effectief gebeurt.

Tevredenheidsscore

Een eenvoudige manier om directe klantenfeedback te genereren is om aan je klanten te vragen hoe goed ze je vinden. Dit kan bijvoorbeeld aan de hand van een puntenschaal, sterren (denk bijv. aan Tripadvisor) of emoticons. Dat zegt op zich misschien nog weinig of niets over wat er dan precies zo goed of slecht loopt, maar het stelt je in elk geval wel in staat om de vinger aan de pols te houden of om de evolutie van de scores in verband te brengen met bepaalde omstandigheden. Denk daarbij bijvoorbeeld aan grote drukte of een veranderde samenstelling van het team. Mindere scores kunnen een reden zijn om dieper te graven en om met andere meetmethodes op zoek te gaan naar verklarende factoren. En die kunnen dan op hun beurt weer aanleiding kunnen tot gerichte verbeteracties.

In een onthaalcontext verzamel je dit soort klantenfeedback omwille van de verwerking best digitaal. Zorg voor een goed gekozen locatie en hou daarbij rekening met zowel de bezoekersstroom als de mogelijkheid om buiten de blik van de dienstverlener zelf een score toe te laten kennen. Samen met een goed doordachte communicatie en layout kan je er op die manier een hoge respons genereren.

Klantentevredenheidsenquête

Als we een stap verder willen gaan dan de loutere meting van het algemene tevredenheidsgevoel, moeten we een echte enquête uitvoeren waarbij ook dieper wordt ingegaan op de componenten die mee de kwaliteit van het aanbod bepalen. Rekening houdend met de meestal korte verblijfsduur in onthaalcentra, wordt die bevraging in de regel ook ter plaatse gehouden. Ofwel worden er enquêteurs voor

ingeschakeld, ofwel wordt de bezoeker uitgenodigd om een vragenlijst in te vullen, tegenwoordig meestal digitaal.

Meer over de klantentevredenheidsbevraging vind je in de *toolkit* (kwaliteit.toerismevlaanderen.be). Onthaalcentra die deel uit maken van het internationale onthaalnetwerk kunnen zich daar ook aanmelden voor een kant-en-klare enquête met bijhorend digitaal platform voor de rapportering.

Klachten- en complimentenregistratie

Klachten en complimenten vormen een uitstekende bron om meer over het niveau van je dienstverlening te weten te komen. Maak het je bezoekers daarom makkelijk om ze over te maken. Hou ze ook bij om goed hun aantal, spreiding in de tijd, en aard te kunnen volgen. Klachten zijn ook kansen: grijp ze aan om je dienstverlening te verbeteren. Complimenten van hun kant kan je dan weer een perfect plaatsje geven in je HR-beleid.

Mystery visiting

Bij een mystery visiting wordt je dienstverlening gescreend door iemand die zich voordoeft als klant. De identiteit van de mystery visitor (ook wel 'guest' of 'shopper' genoemd) en het precieze ogenblik van de mystery visit zijn niet bekend. Daardoor kan de dienstverlening in normale omstandigheden beoordeeld worden. Een dergelijke doorlichting wordt goed voorbereid. De mystery visitors zijn ook gewend om op een korte tijd, zonder dat het opvalt, op voorhand geselecteerde aspecten van de dienstverlening te meten. Hun aanpak is gestandaardiseerd, zodat bezoeken van verschillende mystery visitors op verschillende plaatsen en tijdstippen objectief vergelijkbaar zijn. Er zijn ook varianten zoals 'mystery calling', waarbij de dienstverlener wordt opgebeld.

Meestal is mystery visiting niet eenmalig, maar wordt het ingezet om de dienstverlening over langere periodes te monitoren. Dit heeft als bijkomend voordeel dat de kans op toevallig goede of slechte resultaten verkleint.

Onthaalcentra die deel uit maken van het internationale onthaalnetwerk kunnen zich via kwaliteit.toerismevlaanderen.be aanmelden voor een door Toerisme Vlaanderen gesubsidieerd mystery visiting traject.

De collega's op bezoek

Je hoeft niet per se een bureau in te huren om met de ogen van de klant je dienstverlening te laten screenen. Je kan daarvoor ook een beroep doen op collega's van binnen of buiten je eigen organisatie. Terwijl je zelf na verloop van tijd het risico loopt om min of meer bijziend te worden voor goede en slechte punten in je eigen werking, mag je van je collega's een frisse blik verwachten. Collega's uit andere afdelingen van je organisatie benaderen vaak goed het profiel van de gebruikelijke klant. Nodig ze uit om eens grondig door je dienstverlening te gaan, en ga daarna samen met hen rond tafel zitten om feedback te verzamelen of om toe te lichten waarom de dingen zijn zoals ze zijn of waarom je bepaalde keuzes

hebt gemaakt. Laat je uitdagen! Bijkomend voordelen: je verhoogt de betrokkenheid van deze collega's bij je eigen werking én je krijgt vaak adviezen die meteen afgetoetst zijn aan de bredere organisatiecontext.

Ook van je collega's van andere toeristische onthaalteams kan je heel wat opsteken. Zij zijn net als jij specialisten in de materie en hebben soms (andere) oplossingen voor gelijkaardige problemen. Ze kunnen je alerter maken voor problemen of op een pluim op je hoed steken als jou dienstverlening ergens voorop loopt. En dit hoeft uiteraard geen eenrichtingsverkeer te zijn. Ga bij elkaar of bezoek of trek de ervaringsuitwisseling open naar een grotere groep van vergelijkbare dienstverleners.

Zelfscan

Een zelfscan is in de context van kwaliteitszorg een systematische doorlichting van je werking aan de hand van allerlei criteria die van belang zijn voor klantentevredenheid en kwaliteit. Bij een zelfscan ga je de criteria zelf scoren. Als je dat zo objectief mogelijk probeert te doen, krijg je een goede diagnose.

Hoewel het invullen van de zelfscan in principe gebeurt door de kwaliteitsverantwoordelijke, kan je bij het scoren van de criteria ook je medewerkers betrekken en wordt het op die manier ook een HR-instrument.

Met de zelfscan kan je detecteren op welke domeinen er het meeste werk aan de winkel is of waar je snel vooruitgang zou kunnen boeken, en dus ook waar je actiegericht best prioritair op inzet. Herhaal de zelfscan na verloop van tijd, meet de vooruitgang en actualiseer je actieplan.

Je vindt een zelfscan voor toeristische onthaalcentra in de *toolkit* (kwaliteit.toerismevlaanderen.be).

Sociale media

Met je bestemming actief zijn op sociale media zoals Facebook op Tripadvisor is stilaan gemeengoed. Voor grotere toeristische onthaalcentra met meervoudige functies en zeker bezoekerscentra kan het echter ook zinvol zijn om zich specifiek met de eigen dienstverlening te profileren. Als onderdeel van een ruimer beleid gericht op het versterken en uitdiepen van de relatie met je (potentiële) bezoekers, biedt dit ook mogelijkheden om feedback over je dienstverlening te verzamelen. In de praktijk zijn er niet nog zoveel geslaagde voorbeelden hiervan. Het opzetten van een pagina lukt vaak nog wel, maar er voldoende mee in de kijker komen en interactie genereren is al een heel ander paar mouwen. Alvast iets om op voorhand goed te overdenken, ook al omdat je het beheer van deze media ingepast moet krijgen in de dagdagelijkse werking.

Versie: 1.1