



---

**TOERISTISCH ONTHAAL IN DE DIGITALE TRANSFORMATIE**  
**RESULTATEN ZELFSCAN**

---

De enquête werd ingevuld door Testpersoon  
voor Bestemming  
op January 13, 2021 at 5:01:03 PM

---



## Eerst en vooral: proficiat.

Dit rapport bevat de resultaten van je evaluatie voor dit jaar.

Je kan dit gebruiken om de acties op het vlak van digitaal onthaal bij te sturen.

Eerst geven we je scores op verschillende domeinen. In principe zijn alle scores goed. Beschouw deze zelfscan de eerste keer als een nulmeting, die je kan gebruiken om te verbeteren.

In het tweede stuk krijg je een overzicht van je antwoorden.

Hou dit rapport zeker bij. Als je de evaluatie volgend jaar opnieuw doet, kan je dit gebruiken ter vergelijking.

## Je Totale Score

Dit percentage geeft je algemene score weer.

Dit eerste getal houdt rekening met wegingen op vlak van functies (verwelkomen-informereren-inspireren-ontzorgen-verkopen) en het soort acties (70%-20%-10%). De score voor acties die betrekking hebben op een functie die je een groter gewicht toebedeelde weegt dus zwaarder door dan de score voor acties passend bij een minder belangrijke functie. Daarnaast hebben we het rekensysteem zo ingesteld dat '70%-acties' meetellen voor ongeveer 70%, '20%-acties' voor ongeveer 20% en '10%-acties' voor ongeveer 10%.

Maar je totale score is dus ...



Totale Score

46

---

## Randvoorwaarden

De randvoorwaarden tellen niet mee voor je algemene score. Maar ze zijn cruciaal: een hoge score heeft minder betekenis, naarmate minder is voldaan aan de randvoorwaarden.

Digitaal gaat niet over technologie implementeren. Het gaat om het snappen van de impact, van een cultuur en van een manier van werken. Het gaat ook om die inzichten te gebruiken om te voldoen aan de behoeftes, gedragingen en nieuwe verwachtingen van mensen.

Dat heeft niet alleen impact op je strategie en je acties. De bestemmingen die ook dit niveau van randvoorwaarden kunnen implementeren, hebben meer kans om relevant te blijven voor die bezoeker in een meer digitale wereld.

Je score op het aspect van de Randvoorwaarden is

50%.

Ter volledigheid krijg je op het einde nog een overzicht met alle antwoorden die je gaf op deze vragen.

---

## De functies van onthaal

Hieronder krijg je mee hoe je de verschillende functies van onthaal gewogen hebt voor jouw bestemming.

De functie van onthaal	De weging die je gaf
Verwelkomen	25%
Informereren	15%
Inspireren	15%
Ontzorgen	25%
Verkopen	20%

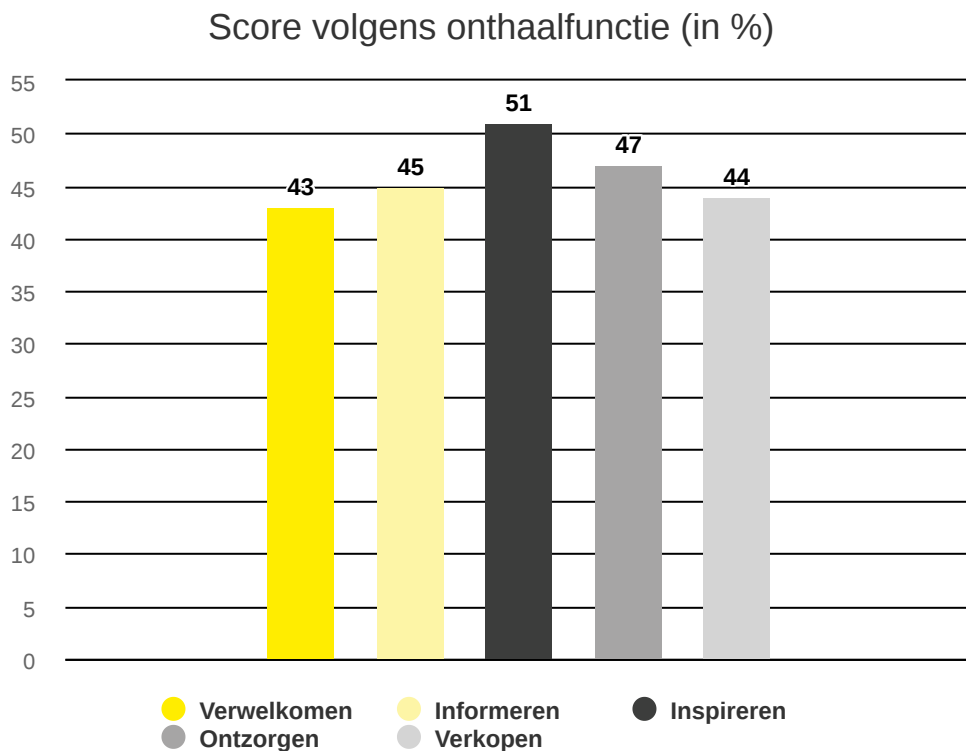
---

## Je scores per functie

De weging die je aan de functies hebt gegeven heeft niet alleen invloed op je totaalscore. Deze cijfers helpen ook om te kijken of de focus van je inspanningen goed zit.

Als je bijvoorbeeld opvallend minder zou scoren op een functie die wel prioritair is voor jullie, moet je daar misschien wat meer aandacht aan besteden in de toekomst.

In deze grafiek vind je je scores per functie.



---

## De soorten acties

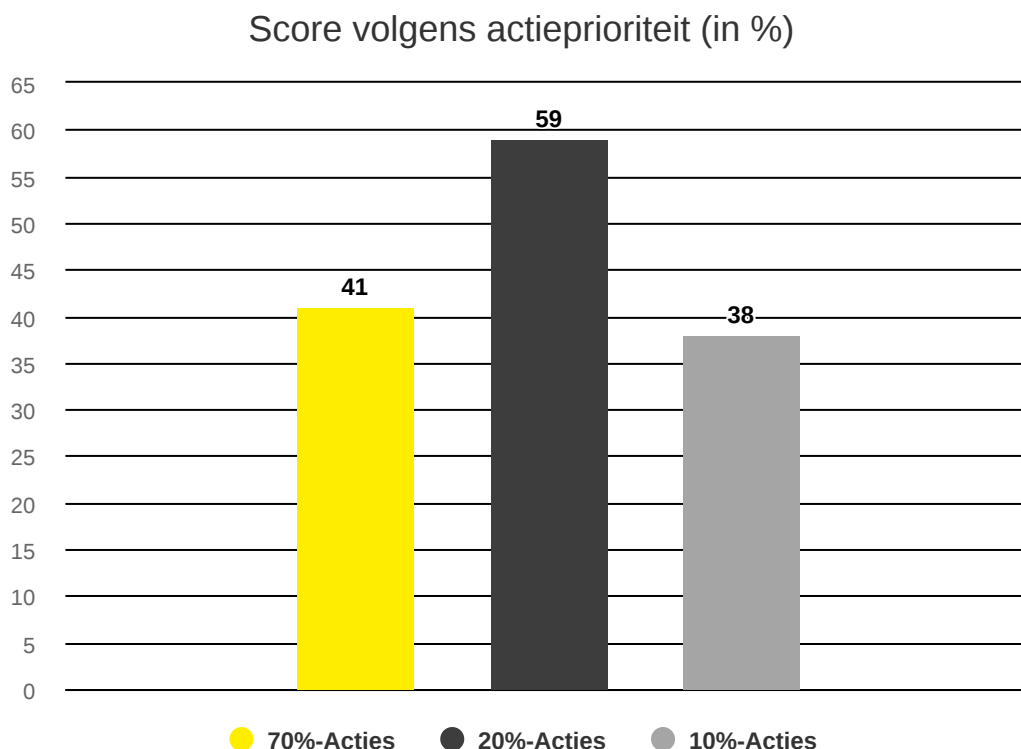
In de Matrix van Mogelijke Acties maken we een onderscheid op vlak van de prioriteiten van de actie:

- een 70%-Actie is een must-do-actie, iets wat meteen impact kan hebben.
- een 20%-Actie is een innovatie-actie, iets waar je nu aan moet beginnen om later impact te hebben.
- een 10%-Actie is een experiment-actie, iets wat geen onmiddellijke impact zou kunnen hebben, maar wat we moeten onderzoeken.

Als globale richtlijn stellen we voorop om 70 procent van je middelen in te zetten op 70%-Acties, 20 procent op 20%-Acties en 10 procent op 10%-Acties.

## Je score op vlak van prioriteiten

Met deze scores kan je kijken of je inspanningen goed verdeeld zijn. Stel dat je op 10%-acties opvallend hoger scoort dan op 70%-acties: dan ben je misschien net iets te veel aan het experimenteren en moet je je inspanningen wat meer afstemmen op de must-do-acties.



---

## De acties in relatie tot trends

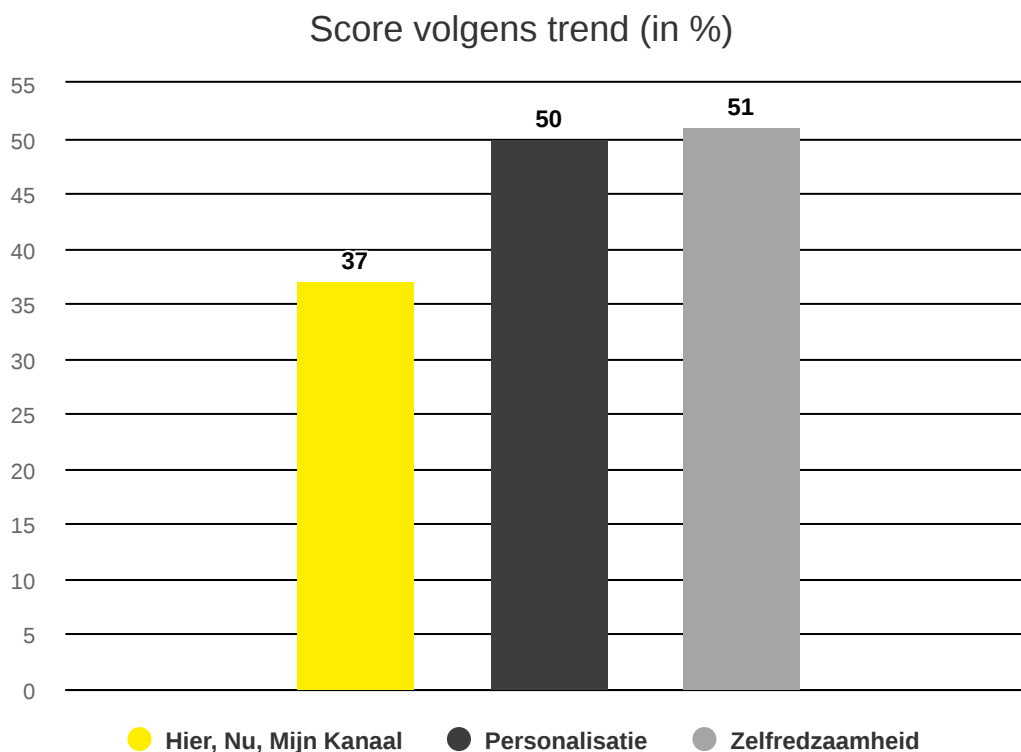
In het stappenplan en in de Matrix van Mogelijke Acties maken we ook een onderscheid op vlak van de consumententrends. Elke actie speelt (primair) in op een specifieke trend. We hebben de drie belangrijkste trends gedefinieerd als:

- Hier, Nu, Mijn Kanaal
- Personalisatie
- Zelfredzaamheid.

## Je score op vlak van trends

Met deze scores kan je kijken of je inspanningen kloppen met de trends die voor jouw bestemming belangrijk zijn.

Stel dat je relatief laagt scoort voor Zelfredzaamheid-acties, maar je weet uit onderzoek dat die trend voor jouw bezoekers net heel belangrijk is, overweeg dan om sterker in te zetten op acties die in de MaMA gelinkt worden aan de trend Zelfredzaamheid.



---

## Acties met betrekking tot verschillende kanalen

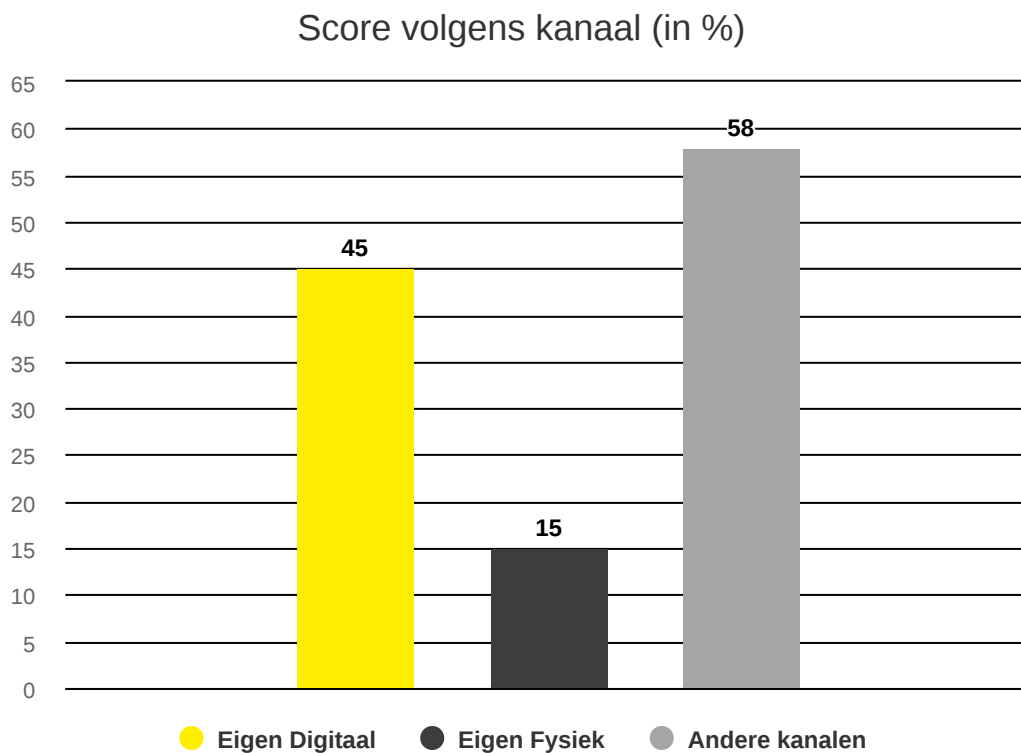
In de Matrix van Mogelijke Acties maken we ook een onderscheid op vlak van de kanalen. Acties kunnen slaan op:

- je eigen digitale kanalen
- je eigen niet-digitale (fysieke) kanalen
- kanalen van andere partijen.

### Je score op vlak van kanalen

Met deze scores kan je kijken of je inspanningen kloppen met de kanalen die voor jouw bestemming belangrijk zijn.

Stel: je wil hard inzetten op het faciliteren van je toeristische industrie, maar je scoort relatief gezien weinig op 'kanalen van andere partijen'. Dan is dat weer een aspect waar je in kan bijsturen.





---

## Addendum - een overzicht van je antwoorden per actie

Tot slot krijg je nog een overzicht van de antwoorden per actie, met eventuele notities die je maakte. Een toelichting bij deze acties vind je in het Stappenplan.

Gebruik dit als archief en bekijk het zeker ook volgend jaar, als je de zelfevaluatie opnieuw doet.

We geven naast je antwoord ook een numerieke score mee, die gebruikt wordt bij het uitrekenen van je scores. In maart krijg je een tweede rapport met een overzicht van de gemiddelde scores per actie over alle bestemmingen. Dit getal kan dan helpen om je eigen status en inspanningen beter te plaatsen.

De actie	Je evaluatie	Score gerelateerd aan je keuze	Eventuele notities die je gaf
Verwelkom bezoekers op sociale media door hun posts te monitoren en erop te reageren.	Staat ingepland	25%	Dat is gepland voor Q3 van dit jaar.
Promoot je digitale (service) kanalen.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	Als team beslist dat dat wel goed is, maar we hebben daar nog geen project van gemaakt.
Claim je gebruikersnaam op sociale media.	Eerste stappen gezet	50%	Collega x is daar mee bezig.
Verwelkom bezoekers via 'Targeted social media advertising posts'.	Goed op weg	75%	Project van Collega Y. Eerste resultaten zien er goed. Zie rapport ...
Gebruik online beeldmateriaal waarmee je doelpubliek zich kan identificeren.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	Doen we. De evaluatie van 2020 was zeer goed. We sturen een beetje bij op basis van redactievergadering.
Stuur een bedankbericht na het bezoek aan je TOC.	Analyse gemaakt en actie is niet van toepassing	25%	Naar gekeken, maar past niet bij strategische doelstelling x.
Promoot je digitale (service-) kanalen via je niet-eigen kanalen.	Eerste stappen gezet	50%	
Stimuleer je lokale ondernemers om hun gebruikersnaam op sociale media te claimen.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Stimuleer je lokale ondernemers om de 'customer journey' na het bezoek te verfijnen.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	

Maak je website goed toegankelijk voor mobiele toestellen.	Eerste stappen gezet	50%	
Verbeter de Usability van je website, zodat je bezoeker snel vindt wat hij/zij nodig heeft.	Goed op weg	75%	
Optimaliseer je web content voor zoekopdrachten (SEO).	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Maak mobiele (fysiek verplaatsbare) onthaalpunten als aanvulling op je TOC.	Staat ingepland	25%	
Decentraliseer je onthaal en je dienstverlening in plekken waar bezoekers komen.	Analyse gemaakt en actie is niet van toepassing	25%	
Optimaliseer je web content voor zoekopdrachten via stem.	Eerste stappen gezet	50%	
Produceer een Augmented Reality app om 'in situ' relevante informatie aan te bieden.	Goed op weg	75%	
Maak in je TOC een digitale kaart op maat van de bezoeker.	Staat ingepland	25%	
Pas de content van je mobiele site aan, op maat van de gebruiker.	Analyse gemaakt en actie is niet van toepassing	25%	
Definieer een SmartCity project.	Eerste stappen gezet	50%	
Controleer de online bedrijfsinformatie van je toeristische ondernemers.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Zorg ervoor dat je TOC-informatie tot bij hotels, Airbnb en andere belangrijke contactpunten geraakt.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Begeleid je toeristische ondernemers met Google Mijn Bedrijf, ...	Goed op weg	75%	
Maak een digitaal servicekanaal voor je partners.	Staat ingepland	25%	

Ontwikkel een computerprogramma dat bedrijfsinfo op websites controleert.	Goed op weg	75%	
Maak een content plan voor je sociale media en je website.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Maak digitale kaarten en deel ze.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Experimenteer met Virtual Reality.	Eerste stappen gezet	50%	
Laat lokale ambassadeurs tips maken en deel ze.	Goed op weg	75%	
Maak '10 tips'-achtige content op maat van persona's.	Staat ingepland	25%	
Positioneer de TOC-medewerkers in je onthaalcentrum op basis van van hun expertise.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Gebruik 'Targeted advertising' om relevante inspiratiecontent aan te bieden in sociale media.	Eerste stappen gezet	50%	
Cureer content in je TOC en geef die mee als persoonlijke, digitale lijst.	Staat ingepland	25%	
Maak een chatbot die connecteert met lokale ambassadeurs/bewoners.	Analyse gemaakt en actie is niet van toepassing	25%	
Geef tips op maat via een personalisatie-applicatie.	Goed op weg	75%	
Positioneer je TOC-medewerkers ook online op basis van hun expertise.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Gebruik personalisatie op basis van gegevens die de bezoeker zelf 'meebrengt'.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Gebruik personalisatie op basis van 'Wearables' / Emotie.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	

Zorg ervoor dat horeca, attracties en andere toeristische partners je inspiratiecontent hebben/vinden/delen.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Leid een netwerk van ambassadeurs op tot 'medewerkers' van je TOC.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Zorg dat je website (zeker op mobiele toestellen) voor adressen doorlinkt naar Google Maps en maak telefoonnummers klikbaar.	Eerste stappen gezet	50%	
Installeer een chatfunctie op je website.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Monitor je socialmediakanalen voor feedback/vragen.	Staat ingepland	25%	
Implementeer een chatbot.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Experimenteer met real-time data.	Goed op weg	75%	
Gebruik vertaaltools om mensen in je TOC of aan mobiele punten in hun eigen taal vragen te laten stellen.	Analyse gemaakt en actie is niet van toepassing	25%	
Wees bereikbaar via video-call.	Goed op weg	75%	
Wees bereikbaar via virtuele avatars.	Staat ingepland	25%	
Verwerk je veelgestelde vragen in online FAQ-content.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Help je toeristische ondernemers met adresgegevens op hun website klikbaar te maken.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Help je toeristische ondernemers met het beheren van vragen op hun socialmediakanalen.	Goed op weg	75%	
Optimaliseer de online aankoop (inclusief betaling) voor mobile.	Staat ingepland	25%	

Zet een e-commerce platform op om online producten/tickets te verkopen.	Eerste stappen gezet	50%	
Bied mogelijkheid tot levering aan.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Experimenteer met social-shoppinginitiatieven van de grote platformen.	Goed op weg	75%	
Gebruik je email-database om je online winkel te promoten.	Eerste stappen gezet	50%	
Gebruik geavanceerde e-commercetactieken voor een gepersonaliseerd aanbod.	Nog niet mee bezig, maar belang wordt erkend	0%	
Partner met toeristische bedrijven om hun services/producten op jouw online platform aan te bieden.	Goed op weg	75%	
Deel je inzichten en learnings over e-commerce met je toeristische ondernemers.	Staat op punt en wordt geëvalueerd	100%	
Deel je inzichten en 'learnings' over social shopping met je toeristische ondernemers.	Staat ingepland	25%	

De randvoorwaarde	Je evaluatie	Score gerelateerd aan je keuze
1. Extreme focus op de gebruiker Dit gaat over je bezoekers kennen en daar bij elke actie rekening mee houden. Dat kan bijvoorbeeld door vaak 'user interviews' af te nemen, persona te gebruiken, 'customer journeys' te maken, ...	We doen wel eens iets, maar eerder ad hoc.	50%
2. Snelheid en flexibiliteit Dit gaat over een cultuur waarbij je dingen snel doet, test, meet en eventueel aanpast. Dat kan door andere vormen van projectmanagement ('agile', ...), door open communicatie, door een instelling om te leren en bij te sturen, ...	We hebben een eerste project lopen.	50%
3. Sterk leiderschap Dit gaat over het management dat de impact van 'digitaal' begrijpt en daar het juiste plan voor maakt/ondersteunt.	We/ze zijn eerste stappen aan het zetten om 'digitaal' te snappen.	25%
4. Middelen Er moeten voldoende middelen vrijgemaakt worden, zowel op vlak van tijd als budget. Dit gaat over het verdelen van mankracht en budget over die 70/20/10 prioriteiten, het aanpassen van takenpakketten, het aangaan van partnerships aan te gaan, ...	We krijgen best veel ruimte, tijd en middelen om 'digitaal' te doen.	75%
5. Vaardigheden Identificeer relevante vaardigheden en pas je recruiters-, opleidings- én outsourcingbeleid daar op aan. Dit gaat zowel over digitale skills als over soft skills.	De vaardigheden zijn zo goed als perfect. Er is voldoende training en nieuwe aanwervingen gebeuren volledig in dit verhaal.	100%
6. Deel kennis en informatie. Dit gaat over een cultuur waarin open communicatie en samenwerking centraal staan. Dit gaat over werken in project-teams, open kennis delen en samenwerken met andere diensten.	Nee, bij ons is dat 'old school'. Ieder doet zijn ding.	0%
7. Creëer digitale expertise, samen met je netwerk. Dit gaat over een cultuur waarin je de ondernemers in je bestemming én elkaar helpt om ook relevant te blijven in deze digitale transformatie. Dit speelt in op de trend rond Zelfredzaamheid en het feit dat de functie van een TOC potentieel meer opschuift naar een ondersteunende en faciliterende functie.	We hebben een eerste project lopen.	50%
8. Kritische, maatschappelijke blik. Dit gaat over een cultuur waarbij je oog hebt voor de bredere impact van 'digitaal' en de industrie errond. Dit gaat over privacy, niet-Europese technologie monopolies, digitale overload, ...	We hebben die factoren al eens laten meespelen.	50%



**Nog eens bedankt om de scan te doen!**

Sla deze PDF ergens veilig op.

Zoals gezegd, het is vooral belangrijk om te blijven werken aan het onthaal van de toekomst en hopelijk heb je met deze zelfscan wat richting gekregen.

Volgend jaar krijg je een uitnodiging om deze enquête opnieuw te doen en kan je evalueren of jullie inspanningen opgeleverd hebben.

Veel succes!

---

Heb je vragen, contacteer dan gerust [kwaliteit@toerismevlaanderen.be](mailto:kwaliteit@toerismevlaanderen.be) of raadpleeg [kwaliteit.toerismevlaanderen.be/onthaal](http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be/onthaal).

---