



Vlaanderen
is toerisme



Door de bril van de bezoeker

Op weg naar meer kwaliteit en een betere bezoekerservaring
in attracties, bezoekerscentra, erfgoedsites en musea.

ZELFSCAN 4: Beleid, organisatie en medewerkers

TOERISMEVLAANDEREN



WOORDJE UITLEG

Deze zelfscan is een zelfevaluatieformulier waarmee jij samen met je collega's globaal kan inschatten hoe ver je al bent gevorderd op de weg naar meer kwaliteit en een betere bezoekerservaring in jouw attractie, bezoekerscentrum, erfgoedsite of museum. Hij maakt deel uit van een set van zes zelfscans. Idealiter voer je die alle zes uit om (mede) op basis daarvan prioriteiten te stellen of een actieprogramma te ontwikkelen, maar je kan er net zo goed één uitpikken - bewust of op goed geluk - en daarmee starten.

IN TE VULLEN SCORES EN HUN BETEKENIS:

- nvt** → niet van toepassing
- 0** → nog geen actie(s) gedefinieerd of gepland
- 1** → actie(s) gedefinieerd en uitvoering gepland
- 2** → actie(s) in uitvoering maar afronding nog niet nabij
- 3** → actie(s) in uitvoering en afronding nabij
- 4** → actie(s) uitgevoerd en verdere opvolging ervan geregeld (evaluatie actie is ingepland)



De meeste **checkpunten** of vragen in deze zelfscan gaan op voor zowel musea als attracties, bezoekerscentra en erfgoedsites. Mocht een bepaald checkpoint in de zelfscan toch beter bij het ene dan bij het andere passen, en minder voor je eigen organisatie, kies dan voor de optie “niet van toepassing”.



Wettelijke verplichtingen (met een directe of indirecte impact op dienstverlening of beleving) blijven in deze zelfscan buiten beeld.

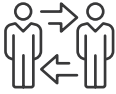
De zelfscan is bedoeld voor intern gebruik.

De informatie die uit de zelfscan voortkomt, moet vertrouwelijk behandeld worden en dient om acties rond kwaliteit in de eigen organisatie op te zetten. Het is nuttig om een zelfscan uit te voeren alvorens met een publieksbevraging te beginnen. Het vermijdt dat je bezoekers dingen vraagt die overbodig zijn.



Bepaalde stellingen die in eerste opzicht algemeen zijn omschreven, bevatten **groene tekst met extra informatie** ter verduidelijking.

Vul zo waarheidsgetrouw mogelijk in. Je hebt er **geen belang** bij om de **resultaten op te smukken**. Ben je van mening dat het item voor jullie niet belangrijk is, kies dan voor de optie “niet van toepassing”.



Twee weten meer dan één.

Overloop eventueel een deel van de items met een collega, of vul de lijst in met meerdere personen en leg dan de resultaten naast elkaar. Je kunt de discussie dan beperken tot de afwijkende scores. Het bespreken van de normeringen en hun scoring kan verrijkend zijn voor het kwaliteitsbesef, maar bewaak de invultijd. Bepaal eventueel vooraf de tijd om de scores binnen een groeidomein toe te kennen.



PER ACTIE IS ER RUIMTE WAAR JE EEN TOELICHTING KUNT GEVEN.

Doe dit zoveel mogelijk: het staft je score en helpt jou of een collega later te herinneren waarom je precies die score toekende.



Berekening totaalscore voor het domein:

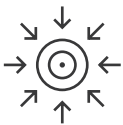
Neem enkel de relevante acties van het verbeterdomein in aanmerking, d.w.z. sluit de acties met score “n.v.t.” uit. Maak het totaal van de punten die je aan alle relevante acties toekende en relateer dit aan het maximum, zijnde het aantal relevante acties vermenigvuldigd met 4. Je kan het resultaat omvormen tot een percentage door het met 100 te vermenigvuldigen. Op een analoge manier kan je een score berekenen voor elk subdomein.



Wat het resultaat van de zelfscan aangaat:

Een hoge score is goed, maar een lage score is ook goed!

De zelfscan wil je gewoon een indicatie geven waar je staat. Vooral: op welke terreinen valt er nog veel winst te halen en waar zet je ontwikkelingsgewijs dus best op in? Het gaat m.a.w. niet om de score op zich, maar om het nemen van acties die de toegekende scores kunnen beïnvloeden.



Tot slot:

Laat je verbeteractieplan niet uitsluitend van de resultaten van de zelfscan afhangen.

Leg er ook de resultaten van andere meetinstrumenten (bijv. mystery visits, audits ...) en klantenfeedback naast. Hou ook rekening met bijvoorbeeld beleidsprioriteiten of vroegere ervaringen en acties.

Wij adviseren ook om de zelfscan nadat deze is ingevuld binnen het jaar opnieuw in te vullen. Op deze manier kunnen de resultaten met elkaar worden vergeleken en kan progressie worden gemeten.



BELEID, ORGANISATIE EN MEDEWERKERS



neem ook het personeel van uitbestede functies (vb. retail, re-ca) mee in ogenschouw.

		SCORES	TOELICHTING
4.1	COMPETENTIES CONTACTPERSONEEL		
4.1.1	<p>Ons HR-instrumentarium (functieprofielen, opleidingen, personeelsevaluatie ...) is zodanig ingericht dat ons contactpersoneel beschikt over sterk ontwikkelde competenties met relevantie voor de bezoekerservaring (zie zelfscan 1) vrijheid en beleving.</p> <p><i>Het contactpersoneel is vriendelijk, behulpzaam, open, attent, heeft kennis van zaken, is oplossingericht, efficiënt, klantgericht, verzorgd, stelt zich op als ambassadeur van de site en de bestemming, is communicatief vaardig, eventueel meertalig en weet om te gaan met diversiteit en beperkingen.</i></p>	nvt 0 1 2 3 4	
4.1.2	<p>Onze medewerkers zijn herkenbaar.</p> <p><i>Voor de bezoeker moet duidelijk zijn wie medewerker is van de site (incl. shop, catering, zaalpersoneel) - en als zodanig aanspreekbaar - en wie medebezoeker is.</i></p>	nvt 0 1 2 3 4	
4.1.3	Onze medewerker beschikt over interculturele vaardigheden.	nvt 0 1 2 3 4	
4.1.4	Onze medewerker kan feedback geven en ontvangen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.1.5	<p>Onze medewerkers kunnen samenwerken.</p> <p><i>De medewerker kan het eigen standpunt loslaten ten bate van het gemeenschappelijk doel.</i></p>	nvt 0 1 2 3 4	
4.1.6	Onze medewerkers zijn in staat om om te gaan met pieken in de bezoekersstromen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.2	GASTHEERSCHAP		
4.2.1	Onze medewerkers zijn opgeleid om vragen van bezoekers te beantwoorden en op bezoekersnoden te anticiperen.	nvt 0 1 2 3 4	

4.2.2	<p>Onze medewerkers brengen relevante informatie die de bezoeks-ervaring kan verhogen onder de aandacht.</p> <p><i>Bijv. de beschikbaarheid van combi tickets, de openingstijden van de facilitaire voorzieningen, een geschikte route, een geschikt tijdstip voor het bezoek, de speciale events, seizoensgebonden activiteiten, de lockers of locaties om spullen op te bergen.</i></p>	nvt	0	1	2	3	4	
4.2.3	<p>Onze medewerkers kunnen met alle types bezoekers omgaan.</p> <p><i>Introverte klanten, sociale klanten, klanten die op details letten ...</i></p>	nvt	0	1	2	3	4	
4.2.4	Onze medewerkers kunnen met klachten van bezoekers omgaan.	nvt	0	1	2	3	4	
4.2.5	Onze medewerkers zijn oprecht gastvrij en authentiek.	nvt	0	1	2	3	4	
4.3	LOKAAL AMBASSADEURSCHAP							
4.3.1	Onze medewerkers zijn trots op hun site en laten dit ook duidelijk blijken in hun gesprekken met de bezoekers.	nvt	0	1	2	3	4	
4.3.2	Onze medewerkers kennen hun site door en door. Zij zijn er dermate vertrouwd mee dat ze de bezoekers kunnen inspireren en gericht doorverwijzen in functie van hun behoeften.	nvt	0	1	2	3	4	
4.3.3	Onze medewerkers zijn trots op hun werkgever en collega's en laten dit ook duidelijk blijken in hun gesprekken met de bezoekers.	nvt	0	1	2	3	4	
4.3.4	Onze medewerkers uiten de passie voor hun site zowel online als offline.	nvt	0	1	2	3	4	
4.3.5	Onze medewerkers sporen tevreden bezoekers aan om ambassadeur te worden van de site.	nvt	0	1	2	3	4	

4.3.6	Onze medewerkers sporen lokale bewoners aan om ambassadeur of vrijwilliger te worden van onze site.	nvt	0	1	2	3	4	
4.4	MANPOWER PLANNING							
4.4.1	Bij de inzet van medewerkers houden we rekening met beschikbaarheid, vereiste competenties en prioriteiten in de dienstverlening.	nvt	0	1	2	3	4	
4.4.2	Onze medewerkers worden op basis van vereiste competenties op de juiste plaats ingezet.	nvt	0	1	2	3	4	
4.4.3	Het personeelseffectief en de samenstelling van het personeel zijn van die aard dat we verschillende bezettingsscenario's kunnen opvangen. <i>Hoog scenario, midden scenario, laag scenario.</i>	nvt	0	1	2	3	4	
4.4.4	Om de dienstverlening te verzekeren hebben we een systeem van backups bij afwezigheden en/of oproep van extra medewerkers.	nvt	0	1	2	3	4	
4.5	PERSOONLIJKE ONTWIKKELING							
4.5.1	Onze medewerkers worden uitgenodigd en aangemoedigd om hun ideeën voor de verbeteringen van de dienstverlening of producten te uiten en zo bij te dragen tot een betere beleving.	nvt	0	1	2	3	4	
4.5.2	Wij voeren geregeld een personeelstevredenheidsonderzoek uit.	nvt	0	1	2	3	4	
4.5.3	Wij ondernemen acties om geconstateerde klachten van medewerkers tegemoet te komen.	nvt	0	1	2	3	4	
4.5.4	Onze medewerkers krijgen geregeld feedback over hun prestaties.	nvt	0	1	2	3	4	

4.5.5	Onze medewerkers krijgen ruime kansen om zich te ontwikkelen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.5.6	Onze medewerkers krijgen lof en waardering voor uitstekende prestaties.	nvt 0 1 2 3 4	
4.5.7	Onze medewerkers krijgen de vrijheid om bepaalde problemen zelfstandig op te lossen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.5.8	Wij werken bewust rond samenwerking/teamontwikkeling.	nvt 0 1 2 3 4	
4.6	RECRUTERING, VORMING & OPLEIDING		
4.6.1	Ons aanwervingsbeleid ondersteunt het streven naar een gastvrije, professionele en inclusieve organisatie.	nvt 0 1 2 3 4	
4.6.2	Wij heten nieuwe medewerkers hartelijk welkom en werken bewust aan hun integratie in onze organisatie.	nvt 0 1 2 3 4	
4.6.3	Wij hebben geschreven procedures voor oriëntatie en training van nieuwe medewerkers.	nvt 0 1 2 3 4	
4.6.4	Wij plaatsen de bezoeker centraal bij het inwerken van nieuwe medewerkers.	nvt 0 1 2 3 4	
4.6.5	Wij communiceren naar de bezoeker wanneer een medewerker in opleiding instaat voor de dienstverlening. <i>Bijv. De medewerker draagt een naamplaatje met opdruk "stagiair(e)".</i>	nvt 0 1 2 3 4	

4.6.6	Wij hebben een duidelijke visie over deontologisch en integer handelen en brengen die geregeld onder de aandacht van onze medewerkers. De visie is ook vervat in het beoordelingskader dat we hanteren bij de evaluatie van medewerkers.	nvt	0	1	2	3	4	
4.6.7	Wij hanteren voor de hele organisatie een jaarlijks trainingsplan.	nvt	0	1	2	3	4	
4.6.8	Ons opleidingsbeleid ondersteunt het streven naar een gastvrije, professionele en inclusieve organisatie.	nvt	0	1	2	3	4	
4.6.9	Wij zetten in op werkplek leren.	nvt	0	1	2	3	4	
4.7	RECRUTERING, VORMING & OPLEIDING							
4.7.1	Wij hebben een goed inzicht in de relevante trends voor de komende 5 tot 10 jaar op demografisch, economisch, sociaal, technologisch, educatief, ecologisch en politiek vlak.	nvt	0	1	2	3	4	
4.7.2	Wij brengen in kaart wat de impact van deze trends op onze organisatie is.	nvt	0	1	2	3	4	
4.7.3	We stellen op basis van de analyse en de impact, een plan van aanpak voor onze organisatie op.	nvt	0	1	2	3	4	
4.8	VOORTDUREND VERBETEREN							
4.8.1	Wij zien “klachten” als “kansen op verbetering” en weten ze snel om te zetten in duurzame verbeteracties.	nvt	0	1	2	3	4	
4.8.2	Wij hebben een “kans op verbetering” systeem (=klachtenmanagement) geïnstalleerd.	nvt	0	1	2	3	4	

4.8.3	Wij communiceren over de resultaten van de onderzoeken naar tevredenheid (zowel intern als extern).	nvt 0 1 2 3 4	
4.8.4	Wij weten welke oplossingen en verbeteringprocessen we gaan doorlopen, eenmaal we het kwaliteitsniveau van onze werking kennen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.8.5	Wij duiden een verantwoordelijke aan voor het opvolgen van deze processen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.8.6	Wij kennen de risico's die in het dienstverleningsproces kunnen optreden en wij hebben vooraf nagedacht over hoe die risico's te verkleinen of wat te doen als ze zich toch voordoen.	nvt 0 1 2 3 4	
4.8.7	Wij integreren het principe van voortdurend verbeteren in heel onze werking, zowel op het strategische als op het operationele niveau, met het oog op steeds meer kwaliteit in de bezoekerservaring.	nvt 0 1 2 3 4	
4.9	NETWERKING		
4.9.1	Wij gaan bewust op zoek naar contacten met externe organisaties om onze service en beleving te verbeteren.	nvt 0 1 2 3 4	
4.9.2	Wij investeren in de uitbouw van deze contacten.	nvt 0 1 2 3 4	
4.9.3	Wij zijn aangesloten bij (of maken geregeld gebruik van) een koepelorganisatie met het oog op professionalisering, verbetering van onze service en/of de communicatie met onze doelgroepen. <i>Bijv. Faro, het Vlaams steunpunt voor Cultureel Erfgoed, Toerisme Vlaanderen, Riebedebie ...</i>	nvt 0 1 2 3 4	

BIJNA KLAAR!

- Het totaal aantal items in deze vragenlijst bedraagt 51.
- Trek daar het aantal keren dat je “nvt” hebt geantwoord af en vermenigvuldig het verschil met 4. Dat is de maximumscore.
- Maak nu de optelsom van al je scores en relateer die aan het maximum.
- Vermenigvuldigd met 100 levert dat je scorepercentage op.

EERSTE EDITIE – 2024

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

MEER INFORMATIE

www.toerismevlaanderen.be

COPYRIGHTS

STAM museum Gent - Phile Deprez - Piet De Kersgieter

Dit document is uitsluitend bedoeld voor eigen gebruik, hetzij afgedrukt, hetzij digitaal. Het mag onder geen enkele vorm worden gepubliceerd zonder schriftelijke toelating van de uitgever.