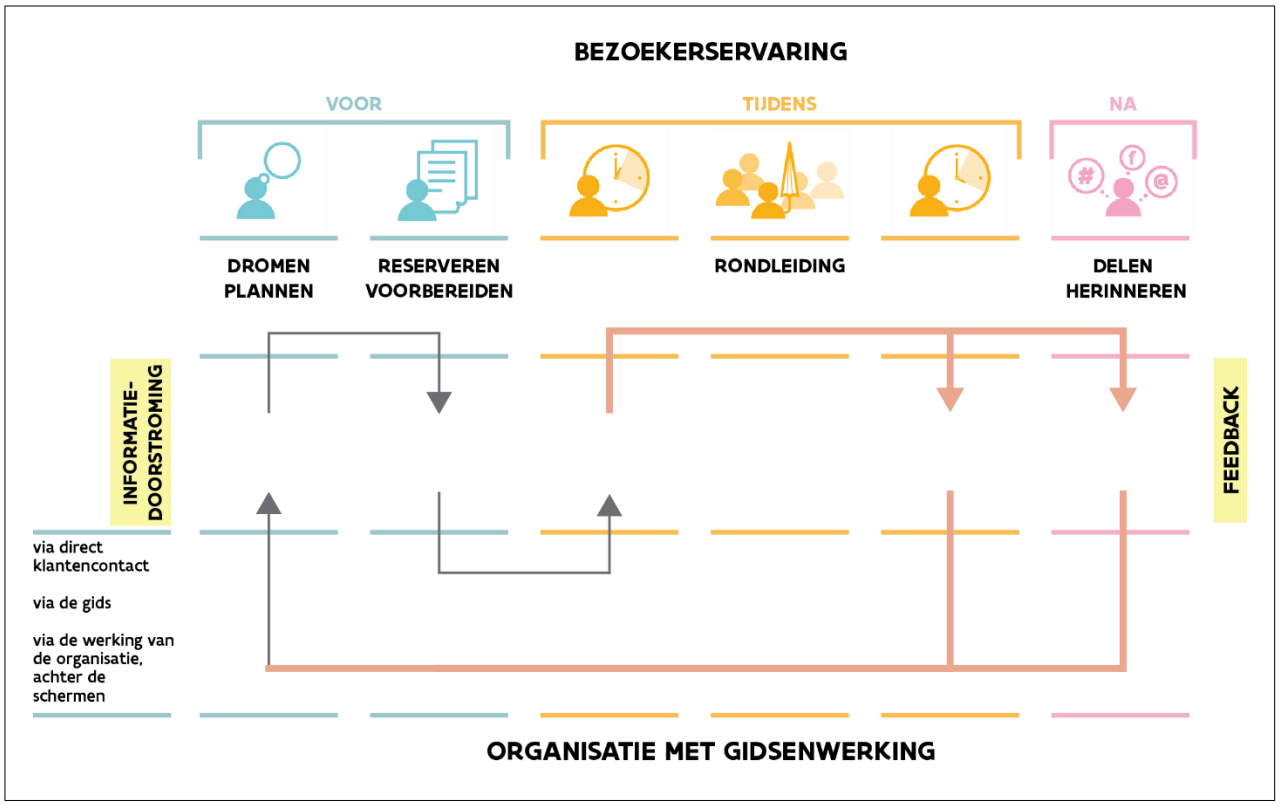
TEKST TIPS VOOR MEER RESPONS OP EEN KLANTENBEVRAGING



Feedback is een belangrijk aspect in de bezoekerscyclus, aan de hand van feedback kan de kwaliteit van een gidservaring enorm verbeterd worden.

Laat als organisatie met een gidsenwerking dan ook aan je klanten merken dat je hun reacties écht belangrijk vindt, zowel de positieve als de negatieve. Nodig je klanten actief uit om de schriftelijke bevraging in te vullen. Doe dit via diverse kanalen en op diverse momenten tijdens het klantencontact.

1. VOOR DE RONDLEIDING | via de bevestigingsmail

Veel organisaties sturen een bevestigingsmail na reservatie en sturen tegelijkertijd een evaluatieformulier of link naar een klantenbevraging mee. Dat is praktisch maar niet noodzakelijk efficiënt. Als dit de enige prikkel of uitnodiging is die de klant krijgt, dan is de kans groot dat deze het formulier vergeet.

Het nadeel van het doorsturen op voorhand is dat de klant in deze fase van de bezoekerscyclus nog niet met evaluatie bezig is. De rondleiding moet nog plaatsvinden, over enkele weken of zelfs maanden. Het is goed mogelijk dat de e-mail tegen dan vergeten of moeilijk terug te vinden is.

Als je het formulier of de link vooraf doorstuurt, is het aan te raden om zeker ook aandacht te besteden aan de volgende stappen.

2. AAN HET EINDE VAN DE RONDLEIDING | via de gids

Het vragen om feedback is een onderdeel van een goede afsluiting van de rondleiding. Positieve reacties zijn prettig om te delen met een gids, maar klanten vinden het vaak moeilijker om genuanceerdere feedback te geven op dat moment. Het ligt voor veel mensen minder voor de hand om negatieve reacties rechtstreeks aan de gids te geven, en er is ook nog geen tijd geweest om even na te denken of om indrukken bij elkaar af te toetsen.

Daarom moet de gids niet alleen uitnodigen tot mondelinge, maar ook tot schriftelijke feedback. Hij kan de groep attent maken op het bestaan van de klantenbevraging, en dat deze reeds werd doorgestuurd, online te vinden is of nog volgt via een e-mail. Het is belangrijk dat de gids aangeeft dat hij oprecht geïnteresseerd is in de feedback van alle deelnemers; dat alle soorten reacties welkom zijn en dat de organisatie van hun respons wil leren. Hij kan bovendien de contactpersoon afzonderlijk aanspreken om zijn reacties te formuleren op de hele dienstverlening.

Als de organisatie een digitaal platform heeft op de sociale media (Facebook, Twitter, Instagram), dan kan de gids ook uitnodigen om daar foto's en/of reacties achter te laten.

3. AAN HET EINDE VAN DE RONDLEIDING | via de gids en een hulpmiddel

De gids kan de klant niet alleen mondeling uitnodigen, hij kan hem ook iets meegeven als herinnering aan de rondleiding: een mooie kaart, een folder, een doosje met een attentie. Plaats hierop een verwijzing naar de bevraging en de klant wordt ook thuis nog eens geactiveerd.

Enkele mogelijkheden:

- Het visitekaartje van de organisatie met een bedanking én een link naar de online klantenbevraging.
- Een folder met het aanbod van nieuwe rondleidingen en daarop een sticker met de link.
- Een kleine attentie passend bij de inhoud van de rondleiding met een kaartje met de uitnodiging om de online klantenbevraging in te vullen.
- Je kan nog een stap verder gaan en er een actie aan koppelen: als minstens 10 deelnemers van de groep de bevraging invullen dan krijgt de groep de volgende keer 10% korting!

Onderzoek wat haalbaar en passend is voor jouw organisatie.

4. KORT NA DE RONDLEIDING |via e-mail

"Wel kan je gewoon mailen naar de vereniging. Dit is in onze ogen een beetje jammer, want daardoor krijgen ze waarschijnlijk overwegend negatieve reacties. Mensen die wel tevreden zijn, zoals wij, zullen minder snel geneigd zijn om een mail te sturen over de goede indruk die de vereniging heeft nagelaten."
klant

Daarnaast blijkt het heel effectief om binnen een week na de rondleiding een persoonlijke e-mail te sturen. Op die manier kan je de contactpersoon van de groep bedanken voor het bezoek en uitnodigen om te evalueren. Een persoonlijke toon en formulering werken stimulerend, hieronder een voorbeeld.

- Zakelijk en weinig uitnodigend:

  Om in de toekomst onze dienstverlening nog beter af te stemmen op de behoeften van het publiek, zijn wij gestart met een evaluatie van de groepsbezoeken. Wij danken u bij voorbaat voor uw bereidwillige medewerking.

- Persoonlijk en meer stimulerend:

  Wij vonden het fijn om jullie rond te leiden. We zijn oprecht benieuwd naar jullie reacties, ervaringen en tips. Uiteraard zijn we ook geïnteresseerd in suggesties ter verbetering.

TIP:
Hoe persoonlijker je band met de klant, hoe meer kans op een reactie.