



TOPICAL WEBINAR

DATA & ONDERZOEK

Marjan Nauwelaert
Jos Pyck

Marketing Office



ONLINE REVIEW MANAGEMENT



ONLINE REVIEW MANAGEMENT



**Ervaringen van bezoekers worden op internet gepubliceerd.
Iedereen is een internet recensent.**

Internetrecensies zijn invloedrijk, je kan er maar beter rekening mee houden

- Google reviews
- Tripadvisor
- Facebook reviews
- ...

Internetrecensies kunnen leerrijk zijn en kan je beheren.

ONLINE REVIEW MANAGEMENT

Wat bieden internetrecensies?



Kwalitatieve informatie: individuele recensies

Positieve en negatieve gebruikerservaringen

- Sterke perceptievormend
- Sterk bepalend in het beslissingsproces van potentiële bezoekers
- Invloed op het imago van jouw attracties



Kwantitatieve informatie: scores

Toekennen van scores door de gebruikers

- Algemene tevredenheidsscores
- Deelscores:
 - Thematische scores op basis van specifieke kernwoorden
 - Op basis van een gevoel (positief of negatief)

Beide zijn erg interessant om op te volgen. Weet wat er over jouw attractie geschreven en bevonden wordt!

ONLINE REVIEW MANAGEMENT

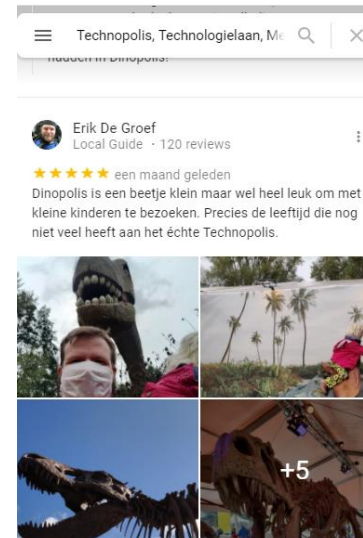
Kwalitatieve informatie

Beheer van internetrecensies kan je zelf

Weet wat er over jou geschreven wordt

1. Via de individuele platformen waarop gepost wordt

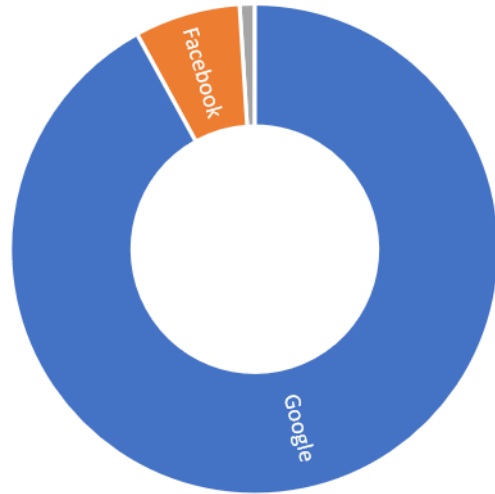
- **Google reviews via [Google Mijn Bedrijf](#)**
 - Grootste & belangrijkste speler: grote impact.
 - Laat jou een flexibel beheer van recensies toe
 - Gratis
- **Facebook reviews**
 - Belangrijke speler
 - Minder flexibel beheer (censuur, verwijderen recensies niet mogelijk)
 - Betalend
- Tripadvisor
-



ONLINE REVIEW MANAGEMENT

Kwalitatieve informatie

Voorbeeld: Technopolis 1 januari - 7 december 2020



		Aantal
Google	92%	399
Facebook	7%	32
Tripadvisor	1%	5
		436

Google reviews is de interessantste om actief te beheren

ONLINE REVIEW MANAGEMENT

Kwalitatieve informatie

2. Via gespecialiseerde platformen die verschillende sites bundelen (via bvb. web scraping).

Travelsat Pulse” (licentie Toerisme Vlaanderen)

<Korte demo van individuele recensies in Travelsat Pulse>

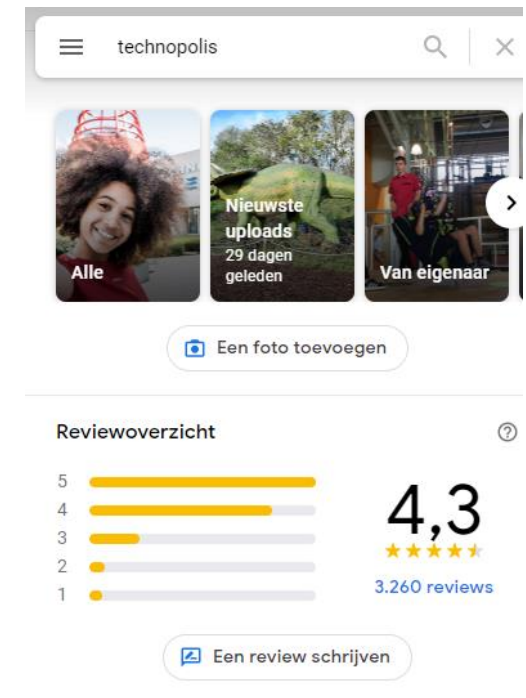
ONLINE REVIEW MANAGEMENT

Kwantatieve informatie

1. **Via de individuele platformen waarop gepost wordt**
bvb. Google reviews
 - Meestal beperkt tot een algemene tevredenheidsscore
 - Grote impact op potentiële bezoekers
2. **Via gespecialiseerde platformen die verschillende sites bundelen**
 - Opvolging van je scores
 - Algemene tevredenheidsscore van je eigen attractie
 - Scores op zelf gekozen thema's op basis van kernwoorden die je wil monitoren
 - Sentiment analyse
 - Opvolging van je scores doorheen de tijd.
 - Mogelijkheid tot benchmark. Vergelijk jezelf met anderen

<Korte demo van individuele recensies in Travelsat Pulse>

TER info: licentie ca. € 99 / maand (indien interesse: olivier.henry-biabaud@tci-research.com.
(Vermeld Toerisme Vlaanderen, dan geniet je korting)





**HEB JE EEN
VRAAG?**



BEZOEKERS BAROMETER



BEZOEKERSBAROMETER



- Gezamenlijk monitoringsysteem van de toeristische overheden, Toerisme Vlaanderen, provincies, kunststeden voor de Vlaamse attracties en musea.
- Maandelijkse bevraging van bezoekersaantallen bij ca. 350 deelnemers.
Opsplitsing bezoekersaantallen naar
 - Nationaliteit
 - Betalend/gratis
 - Groepen/individuele bezoeken
- Return voor deelnemers:
 - Eenvoudig overzichtelijk persoonlijk rapport
 - Benchmark. Vergelijk jezelf met de rest van de sector
- Return voor overheden: verkrijgen van noodzakelijke marktinzichten

2007	2010	2013	2015	2017	2019
2008	2011	2014	2016	2018	2020
2009	2012				

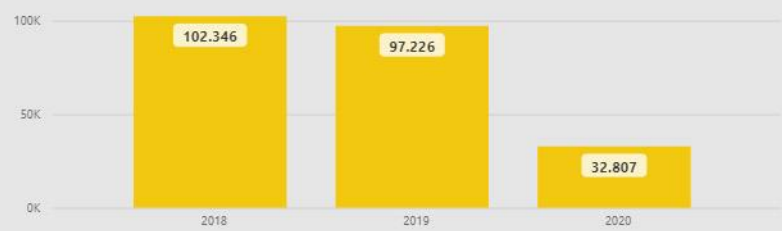
Jan	Maa	Mei	Jul	Sep	Nov
Feb	Apr	Jun	Aug	Okt	Dec

1 \ TOTAAL AANTAL BEZOEKERS

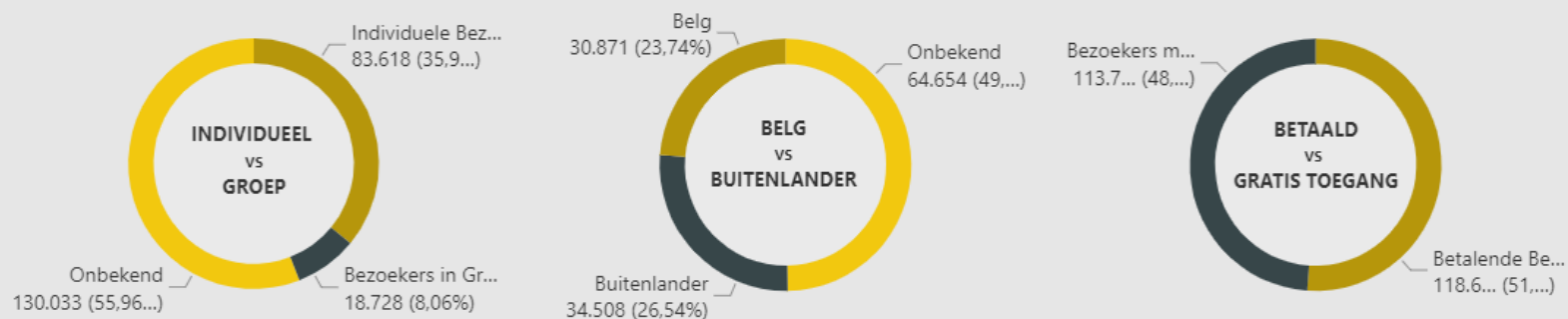


Beweeg je cursor over je bezoekerscijfers in de tabel om de commentaar die je gaf te zien.

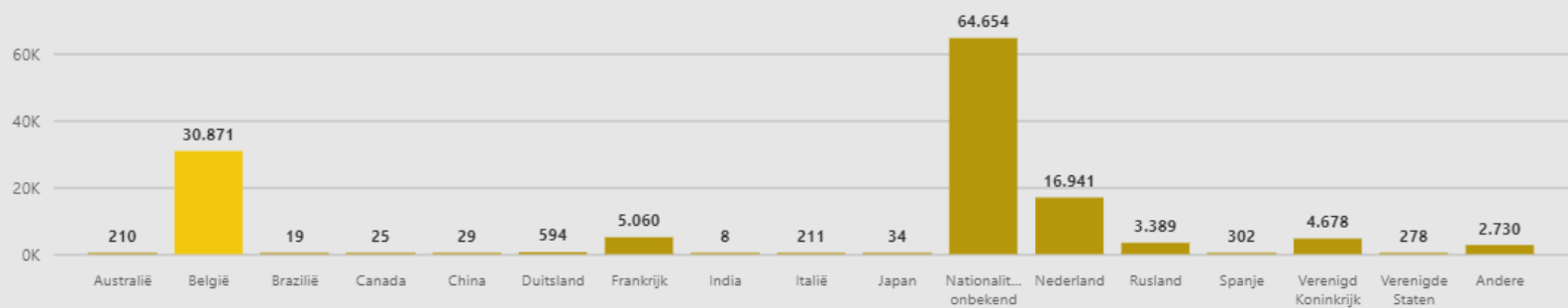
Maand	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun
2018	17.387	17.352	5.267	4.530	4.422	3.5
2019	10.888	1.656	6.891	10.451	11.202	6.8
2020	4.349	6.841	3.268		1.111	2.1



2 \ ONDERVERDELING VAN HET TOTAAL AANTAL BEZOEKERS



LAND VAN HERKOMST BEZOEKER



BEZOEKERSBAROMETER

Publiek rapport via www.toerismevlaanderen.be/bezoekersbarometer



BEZOEKERSBAROMETER

Neem je al deel?



Oproep: cijfers tijdig delen!

Neem je nog niet deel?

Registreer je straks nog

- Gratis
- <https://bezoekersbarometer.toerismevlaanderen.be>
- Privacy = topprioriteit

Vragen?

<https://www.toerismevlaanderen.be/over-de-bezoekersbarometer>
bezoekersbarometer@toerismevlaanderen.be

**HEB JE EEN
VRAAG?**



**TEVREDEN
HEIDS
BEVRAGINGEN
IN 5 TIPS**



WIE ZIJN JOUW BEZOEKERS? ZIJN ZE TEVREDEN?



Gewoon vragen!

Waarom?

- Je leert je bezoeker beter kennen
- Concrete werkpunten om mee aan de slag te gaan
- Sterktes en imago leren kennen en inzetten

TIP 1: STA EENS STIL BIJ HET BEGIN



Wat wil je écht weten over jouw bezoekers?

- Wat weet je nog niet?
- Algemene en specifieke vragen
- Vraag eens naar vragen



Twee grote delen

- Profiel
 - Geslacht, leeftijd, gezelschap, woonplaats, ...
 - Motivatie, infobron, andere attracties bezocht,...
- Tevredenheid

Hou het kort en krachtig! Kom alles te weten in 5 minuten.

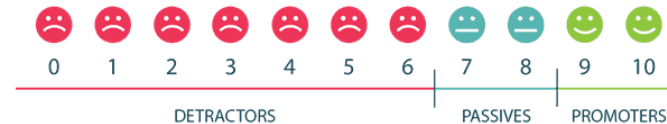
TIP 2: KIES DE JUISTE VRAAG

Hoe kom je te weten hoe tevreden jouw bezoekers zijn?

De Net Promotor Score (NPS)

“Hoe waarschijnlijk is het dat je dit museum zou aanbevelen bij vrienden of familie op een schaal van 0 tot en met 10?”

(kan je uiteraard ook vragen voor een specifieke tentoonstelling, een bepaalde rondleiding, aanbod voor kinderen, ...)



$$\text{😊} \% - \text{😞} \% = \text{NET PROMOTER SCORE}$$

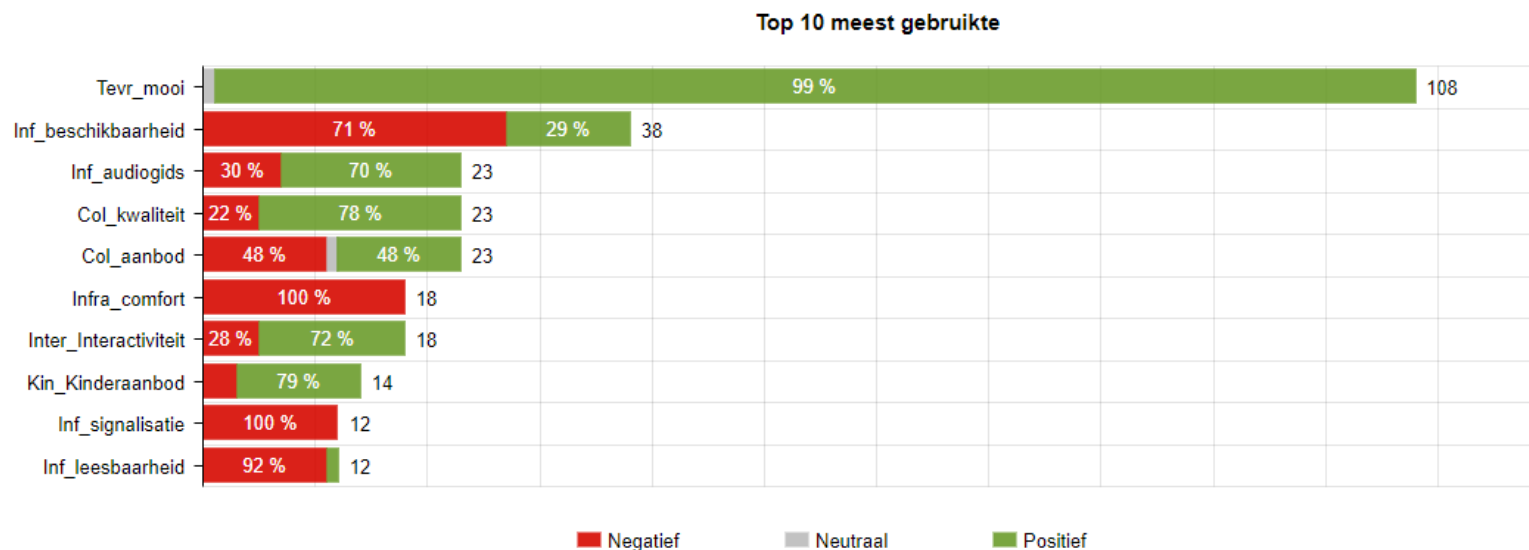
Eenvoudig en intuïtief in gebruik MAAR zorg dat je te weten komt waarom iemand een bepaalde score geeft!

Open vragen

- Voor algemene en specifieke vragen
- Als verduidelijking de Net Promotor Score
- Voordeel: een eerste zicht op sterktes en zwaktes
- Nadeel: de interpretatie is niet altijd gemakkelijk
- Tip: Label je antwoorden

Stellingen

- Handig voor onderdelen van jouw werking (de nieuwe audiogids, de tijdelijke tentoonstelling, de workshops,...)
- Hou ze kort, helder en beperk de antwoordopties
- Gebruik 'niet van toepassing' of 'geen mening' waar nodig



TIP 3: RUIM JE VRAGENLIJST OP

Je weet wat je wil vragen. Je weet hoe je dat wil vragen. Tijd om op te ruimen.

- Hou de vragen kort
- Vage vragen en moeilijke woorden? Denk ze om!
- Vraag één ding tegelijk

✘ Kunt u ons vertellen hoe vaak u per kalenderjaar, in het kader van een uitstap in het gezelschap van vrienden, collega's of familieleden een tentoonstelling, museum of attractie bezoekt in deze stad, een andere stad of regio in Vlaanderen, Brussel, Wallonië of in het buitenland?

✘ In hoeverre bent u het eens met de uitspraak "Het management van deze attractie moet een opstap bieden voor de integratie van structurele belangen van bepaalde doelgroepen"
(<https://bullshit.takovermeulen.eu> voor de liefhebbers)

✘ Hoe tevreden of ontevreden bent u over de tentoonstelling en het aanbod in het restaurant?



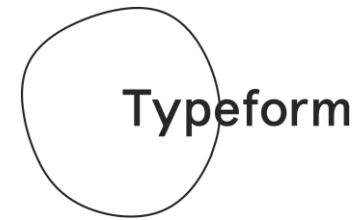
TIP 4: KIES DE BESTE MANIER OM TE BEVRAGEN

Bepaal hoe je gaat bevragen

- Face to face, via mail, QR code, tablet of op papier?
- En wat met Covid-19?

Kies het juiste instrument

- Hoeveel antwoorden, talen, meetperiodes kan ik instellen?
- Welk soort vragen kan ik stellen?
- Hoe wil ik de resultaten te zien krijgen?



TIP 5: ZORG VOOR BETROUWBARE RESULTATEN

ENQUÊTE



Zorg dat voldoende bezoekers jouw vragenlijst hebben ingevuld.

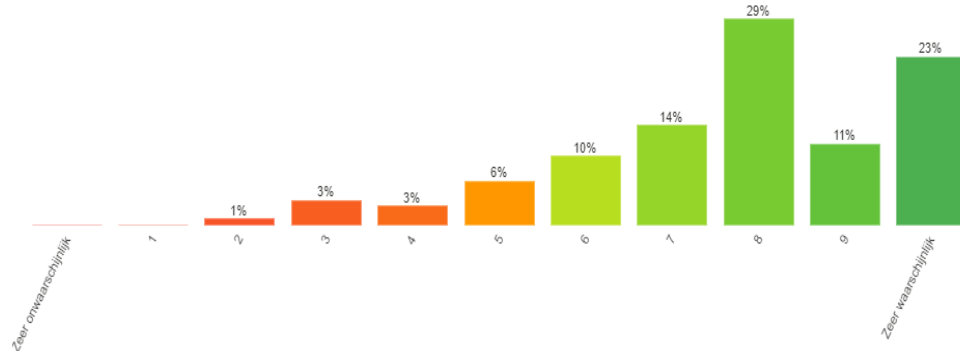
- Hoeveel is voldoende? Neem een kijkje in je bezoekerscijfers.
- Bereken je hoeveelheid respondenten op de [Steekproefcalculator](#).

Tevreden met het aantal respondenten dat je verkregen hebt?
Tijd voor de resultaten!

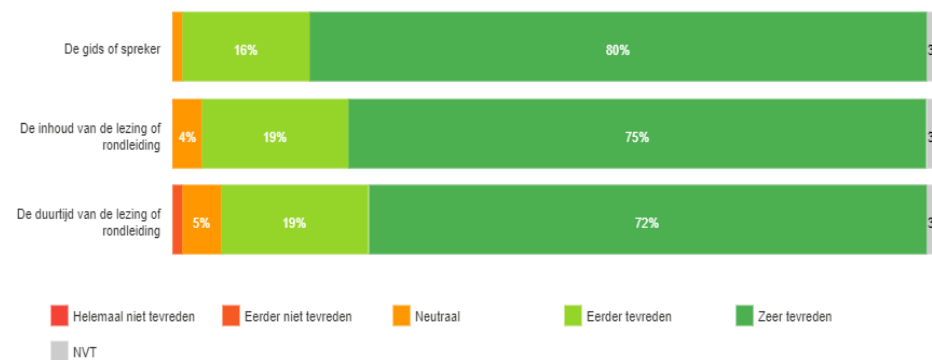
- Laat de software een rapport genereren of maak er zelf een op basis van de ruwe gegevens.

BEKIJK DE RESULTATEN EN GA ERMEE AAN DE SLAG

Zou je \$\$\$Quest2\$\$\$ aanbevelen aan families met kinderen/jongeren?



Hoe tevreden ben je over volgende onderdelen van de lezing, rondleiding met gids of VIP tour?



Heb je nog opmerkingen of suggesties voor \$\$\$Quest2\$\$\$?

Liever minder werken maar dan beter uitgewerkt [Col_aanbod](#)

Very good exhibition, im an art historian who visits Belgium frequently. This visit was mostly scheduled so I could see this exhibit. [Tevr_mo](#)

Meer van dat. Zeer toegankelijk, informatief zonder overdrijven en deels interactief. [Tewr_mooi](#) [Inf_beschikbaarheid](#)

Nee

Explain who he is at the start. Museum needs more info in english [Inf_beschikbaarheid](#) [Inf_talen](#)

**HEB JE EEN
VRAAG?**





Vlaanderen
is toerisme



PERSOONLIJKE GEGEVENS

Jos.pyck@toerismevlaanderen.be

Marjan.nauwelaert@toerismevlaanderen.be