



KATHLEEN VERMEIREN:

FEEDBACK GIDSEN EN BEZOEKERS AANMOEDIGEN EN GEBRUIKEN



“Goed luisteren naar de klant” is het uitgangspunt van elk bezoekformule die AAB-All About Belgium in elkaar puzzelt voor touroperators van over heel de wereld. “Wij organiseren sinds oktober 1996 geleide bezoeken in België en sinds winter 2009-2010 reizen in de drie Benelux-landen”, vertelt manager Kathleen Vermeiren. “Onze eerste en wellicht belangrijkste rol is de wensen van de klant zo goed en zo volledig mogelijk in kaart te brengen. In dialoog met de klant werken we vervolgens een aanbod op maat uit. Voor de uitvoering ervan werken we samen met een grote pool gidsen die we aanvragen via o.a. steden, musea, gidsenkringen en -bonden en met zo’n 75-tal freelancegidsen die rechtstreeks en op freelancebasis voor AAB-All About Belgium werken. Voor elke opdracht gaan we op zoek naar de gids die het best ‘matcht’ met de klant.”

“Toen Toerisme Vlaanderen ons vroeg of we geïnteresseerd waren om samen met hen te onderzoeken of en hoe wij de kwaliteit van onze dienstverlening verder kunnen verbeteren, zijn we graag ingegaan op hun aanbod. Uit de gesprekken met Toerisme Vlaanderen kwam naar boven dat we toch al vrij klantgericht werken. Dat leidt tot veel terugkerende opdrachten, voor ons de graadmeter van de kwaliteit van onze diensten. Door de instrumenten uit de kwaliteitsradar te overlopen, ontdekten we welke kleine ingrepen kunnen bijdragen tot een nog betere kwaliteit en nog hogere klanttevredenheid. De tips die we oppikten, zetten we nu stapsgewijs om in de praktijk.”

Voor AAB-All About Belgium is persoonlijk contact met de touroperators heilig. “Dat laat ons toe om te vertellen wat we te bieden hebben en meteen tijdens het gesprek in te spelen op de wensen van de klant. Toch is het ook belangrijk om ook via andere kanalen zo goed mogelijk te tonen waarvoor we staan. We stelden vast dat we met onze website kansen lieten liggen en voerden daarom enkele kleine veranderingen door. Een voorbeeld: vroeger beperkten we ons tot algemene contactgegevens, nu stellen we de vier mensen van ons kernteam voor met een foto en hun voornaam. We voegden ook enkele getuigenissen van klanten en programmavoorbeelden voor groepen toe.”

Een ander werkpunt is het verzamelen en opvolgen van klantenfeedback. “Vroeger lieten we dit hoofdzakelijk over aan het toeval: neemt de klant initiatief of niet? Nu nemen we zelf meer initiatief. We moedigen onze gidsen ook aan om heel alert te zijn voor opmerkingen van de klant en die aan ons door te geven. Wat viel in de smaak? Wat kon beter? Het is dan aan ons om die feedback te gebruiken om dingen bij te sturen waar nodig. Liet een

gids, restaurant, café ... steken vallen? Dan moeten we daaruit conclusies durven trekken voor de verdere samenwerking.”

Leidde het verbeterproces ook tot aanpassingen aan de gidsenwerking? “We hebben vooral aan het contact en de communicatie gesleuteld”, legt Kathleen Vermeiren uit. “We proberen gidsen meer met elkaar in contact te brengen zodat ze ervaring(en) kunnen uitwisselen. Zeker voor projecten waar meerdere gidsen op hetzelfde tijdstip een deel van dezelfde groep begeleiden, is het zinvol om bij de start van de tour de gidsen de kans te geven om met elkaar kennis te maken. Nieuwe gidsen laten we eerst meegaan met ervaren gidsen, ook dat is een manier om ervaring door te geven. De teamleden proberen ook in de mate van het mogelijke eens af te spreken met een gids of een gidsbeurt mee te volgen. Een betere communicatie tussen de gidsen onderling en tussen de gidsen en ons team helpt ons om een nog betere kwaliteit te bieden aan onze klanten. Daar is het ons uiteindelijk om te doen.”