

TOERISMEVLAANDEREN

GETUIGENIS Toerisme Mol

“Mystery visit biedt klare kijk op onze werking vanuit het oogpunt van de klant”

Anja Nys

Het toeristisch infokantoor van Mol is gevestigd op het marktplein in het gebouw van het voormalige gemeentehuis. In 2015 kreeg het kantoor meer dan twaalfduizend bezoekers over de vloer. Daarbij komen nog heel wat contacten via mail, het e-loket en de website. “De mystery visit heeft ons een aantal tips opgeleverd die weliswaar bescheiden lijken, maar toch het verschil kunnen maken voor de klant”, vertelt Anja, diensthoofd van vijf medewerkers. “Overigens onderzoekt de mystery guest de totaalbeleving van de toerist. Vanaf de voorbereiding van de vakantie, over het ogenblik waarop hij Mol binnenkomt tot en met het verblijf zelf. En ook het digitale plaatje ontsnapt niet aan de analyse. Uiteindelijk gaat het dus om veel meer dan een loutere evaluatie van een bezoekje aan ons infokantoor.”



“Wat ik onthoud, is dat we nog meer kunnen polsen naar de behoeften van de toerist”, aldus Anja. “In de regel antwoorden we keurig op inkomende vragen. Snel reageren op mails en telefoontjes is voor ons dan ook al enige jaren een aandachtspunt. Het resultaat van de mystery visit heeft dat bevestigd. Toch zouden we een stap verder kunnen gaan, proberen achterhalen waar mensen naar op zoek zijn bijvoorbeeld. Zo kan je extra tips geven, ook al heeft de klant daar aanvankelijk niet om gevraagd. Stel, een toerist vraagt of er een kasteel is in Mol. Het droge antwoord is dat we geen kasteel hebben dat kan bezocht worden. Maar als alternatief zouden we onze abdij van Postel kunnen suggereren. Als we deze info meegeven, brengen we de klant wellicht op een nieuw idee.”

Globaal genomen vielen de resultaten goed mee en kwamen de scores overeen met wat Anja verwacht had. “Dat onze interieurinrichting beter kan inspelen op de beleving van de toerist, dat wisten we al langer.

Maar als dat zwart op wit in zo’n rapport gedrukt staat, dan helpt dat om zo’n werkpunt naar het beleid toe te vertalen. Het geeft extra bewijskracht naar beleidsmakers toe. Want zo’n herinrichting is natuurlijk iets op lange termijn, er moeten ook de nodige budgetten vrijgemaakt worden.” Anja wil toeristische onthaalcentra dan ook aanmoedigen om een mystery visit te laten uitvoeren. “Het houdt je scherp, want als je dagelijks in de praktijk zit, komt er gewenning. Je ziet dan vaak niet meer waar je nog kan verbeteren. En voor de motivatie van het personeel is het ook goed. Net omdat de evaluatie van een neutrale partij komt.”

Een mystery visit aanvragen bij Toerisme Vlaanderen is een fluitje van een cent. “Het vraagt nauwelijks extra werk en de praktische organisatie verloopt vlot”, meent Anja. “Het rapport dat je achteraf krijgt, is thematisch opgevat en overzichtelijk. Wat ik goed vind, is dat er bij de scores extra verduidelijking gegeven wordt. Dat maakt de scores bruikbaar. Als ik zie wat een mystery visit allemaal inhoudt, van de voorbereiding door Toerisme Vlaanderen, tot de verplaatsing en het rapport, dan vind ik de kostprijs van 165 euro inclusief btw een redelijke prijs.
