

# ZELFSCAN



**Vlaanderen**  
is toerisme

Bedoeling van deze vragenlijst is om een eerste beeld te krijgen van wat je sterke punten en wat je eventuele werkpunten zijn als hotel/hotelier. Deze oefening dient als werkdocument en niet als beoordelingsdocument. De lesgever zal er tijdens de Wake Up Sessie naar refereren.

	SCHAALVERDELING
	Niet van toepassing
<b>Fase 1</b>	Nog geen actie ondernomen en ook geen plannen om dat te doen
<b>Fase 2</b>	Nog geen actie ondernomen, maar heb wel de intentie om acties te plannen.
<b>Fase 3</b>	Reeds iets ondernomen, maar ik wil hier nog meer in bereiken.
<b>Fase 4</b>	Hier zijn we goed mee bezig, hier wil ik geen verdere acties in ondernemen

## ECONOMISCH BELEID

---

1. Mijn prijszetting per kamer is gebaseerd op mijn kostprijsstructuur en rekening houdende met de prijszetting van mijn concullega's. De prijs/kwaliteit verhouding van het F&B gedeelte (bar, restaurant) is nagerekend en is het meest optimaal.
2. In het economisch beleid van het hotel is er aandacht om op een positieve manier bij te dragen aan de lokale economie door personeel, diensten, materiaal en goederen uit de lokale omgeving te betrekken.
3. Het hotel beheert en monitort een budget met de verwachte ontvangsten /kosten en investeringen per bedrijfseenheid (kamers, F&B, zalen, ...).
4. Het hotel heeft zicht op zijn doelgroep en het bereik van die doelgroep
5. Het hotel doet commerciële acties gericht op de doelgroep en volgt deze acties op (verkoop%), voorziet bijsturing,...
6. Het hotel heeft een actieplan opgezet om de kwaliteit te verbeteren.
7. U heeft een document of software waarin u de prijzen van uw concurrenten in de nabije omgeving bijhoudt en regelmatig update.
8. De kamerprijzen zijn onderbouwd vanuit de kostenkant (vaste en variabele kosten).
9. De impact van kortingen/promoties op het rendement worden systematisch op voorhand berekend.
10. De kamerprijs is systematisch afhankelijk van de verwachte bezettingsgraad op het moment van de overnachting. (Yield of Revenue management: rekening houden met verwachte pick-up)
11. Het hotel heeft een bewuste strategie om gasten rechtstreeks te laten boeken i.p.v. via een website van een derde partij.
12. Jaarlijks wordt er een marketingcampagne gemaakt zodat het hotel nieuwe klanten kan aantrekken.
13. Het hotel neemt deel aan de hotelbarometer.

## HR BELEID

---

1. Als hotelmanager heb je zicht op de personeelsbehoefte (aantal en kwalificaties)) op korte en lange termijn te bepalen.
2. Het hotel heeft voor iedere functie een duidelijke functie omschrijving.
3. Het hotel heeft vertrouwde en succesvolle kanalen om de geschikte nieuwe medewerker te vinden met het oog op een lange termijn tewerkstelling.
4. De HR-verantwoordelijke voert gerichte en professionele selectiegesprekken op basis van het gewenste profiel (zie functieomschrijving).
5. Het hotel kent de subsidiemogelijkheden, RSZ-kortingen, enz. die van toepassing zijn op de gezochte profielen.
6. Het hotel voorziet een introductietraining voor elke nieuwe medewerker.
7. Het hotel voorziet voor haar personeel permanent mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling in de vorm van vorming, educatie, opleidingen, trainingen, ...

8. Het hotel draagt zorg voor het welzijn van haar medewerkers door het uitvoeren van beleidsmaatregelen gericht op gelijke kansen, elimineren en voorkomen van discriminatie en achterstelling van werknemers.
9. Het hotel betreft het personeel bij de werking rond kwaliteit en duurzaamheid.
10. Het hotel heeft iemand die verantwoordelijk is voor kwaliteit.
11. Het hotel heeft een competentiematrix zodat de kwaliteiten van elke medewerker gekend zijn.
12. De leidinggevende en de individuele medewerker gaan op geregelde tijdstippen een gesprek aan over functioneren en loopbaan.
13. Het hotel houdt rekening met de persoonlijke/sociale noden van zijn medewerkers zonder de bedrijfsdoelstellingen in gevaar te brengen.
14. Het hotel heeft een duidelijke missie en visie die begrepen en gedragen wordt door alle medewerkers.
15. Het hotel voert op geregelde basis gesprekken met het personeel om de kwalitatieve dienstverlening te verzekeren.

## **MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN BELEID (MVO)**

---

1. Het hotel heeft het ecolabel de Groene Sleutel.
2. Het hotel heeft het toegankelijkheidslabel.
3. Het hotel engageert zich om deel te nemen aan de strijd tegen armoede door bijvoorbeeld deel te nemen aan het project vakantieparticipatie.
4. Het hotel engageert zich om zoveel als mogelijk met streekproducten te werken zoals bijvoorbeeld bij ontbijt, het aanbieden van souvenirs...
5. Het hotel toont respect voor de lokale gewoonten, gebruiken en tradities.
6. Het hotel is bereid vormingen te volgen i.v.m. maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) (klantvriendelijk onthaal, ...).
7. U print standaard recto-verso.
8. Er werden in de laatste 3 jaar reeds energiebesparende maatregelen genomen; Het hotel heeft waar mogelijk de verlichting door LED verlichting vervangen, is overgeschakeld op groene stroom
9. Het hotel steunt lokale projecten en/of organisaties d.m.v. sponsoring, vrijwilligerswerk, sociaal engagement, ...
10. Het hotel beschikt over een goed werkend afvalbeheersysteem en recyclage maakt daar absoluut deel van uit.
11. Er zijn reeds waterbesparende maatregelen getroffen.

## **PARTNERSCHAPPEN**

---

1. Het hotel heeft een partnerschap met minstens één lokale organisatie in het kader van:
  - a. Duurzaam vervoer

- b. Productontwikkeling
  - c. Musea
  - d. Restaurants
  - e. Bioboer – lokale producten
  - f. Taxi's
2. Het hotel is aangesloten bij de hotelfederatie.
  3. U heeft op regelmatige basis contact met uw collega hotels uit de omgeving om gemeenschappelijke problemen/noden/mogelijkheden te bespreken.
  4. U ziet de hotels gelegen in de nabije omgeving als collega's eerder dan als concurrenten.
  5. U zou systematisch deelnemen aan bijeenkomsten georganiseerd door de stad waarbij hoteliers uit de regio kunnen samenkomen om te netwerken.
  6. U netwerkt op regelmatige basis met de sector (hoteliers, toeristische en recreatieve ondernemers, overheid, ...)?
  7. U netwerkt op regelmatige basis met middenstandsorganisaties, lokale organisaties, via projecten, andere ondernemers,...
  8. U werkt samen met een boekingsite.
  - 9.

## **CREATIVITEIT**

---

1. Het hotel staat open voor vernieuwing op vlak van aanbod (product, arrangementen, inrichting (thema)kamers, ...)
2. Ik denk na over de profilering van mijn hotel en pas deze waar nodig aan, aan de veranderende situatie (gasten, internet, concurrentie, ...).
3. Het hotel informeert zich op regelmatige basis over trends en innovatie in toerisme.
4. Het hotel heeft in de afgelopen 3 jaar vernieuwingen doorgevoerd.
5. Het hotel is actief op sociale media; publiceren en delen van foto's, nieuwe suggesties in het restaurant, een promotie, nieuwtjes, ... ?
6. Het hotel staat open om reservaties via apps te ontvangen?
7. De medewerkers krijgen de mogelijkheid om hun ideeën inzake vernieuwingen en trends mee te delen, bijvoorbeeld tijdens een teamvergadering, via een ideeënbox,

## **GASTVRIJHEID**

---

1. Het hotel voert op regelmatige basis een klantentevredenheidsonderzoek uit
2. Het hotel heeft een systeem om de gegevens uit de klantentevredenheidsonderzoeken te verwerken en schenkt de nodige aandacht aan de resultaten.
3. Het hotel past haar beleid en dienstverlening aan, aan het profiel en de wensen van de klant.

4. Het hotel heeft een gestructureerde klachtenbehandeling.
5. Het hotel bewaakt dat de beeldvorming over het hotel correct is.
6. Het hotel voorziet een vlotte en vriendelijke service.
7. De medewerkers van het hotel communiceren op constante basis met de gasten en ontvangen zo voldoende feedback van hen.
8. Het hotel verzameld feedback en volgt recensies over het hotel op.
9. Het hotel reageert steeds op negatieve recensies.
10. Het hotel reageert steeds op positieve recensies.
11. Het hotel heeft een gestructureerde en volledige website (algemene informatie, foto's, bereikbaarheid, contactgegevens, boekmogelijkheden, prijzen, ...)
12. Het hotel weet welk imago het heeft bij gasten.
13. Het hotel is tevreden van het huidig imago van het hotel.
14. Het hotel heeft meertalig personeel en kan de gasten dus in verschillende talen op een klantvriendelijke en behulpzame manier onthalen.

## **INFRASTRUCTUUR**

---

1. Het hotel levert inspanningen om de aantrekkelijkheid van het interieur te verhogen.
2. Het hotel levert inspanningen om de aantrekkelijkheid van het exterieur te verhogen.
3. Het hotel neemt initiatieven om een vlotte bereikbaarheid van het hotel te waarborgen.
4. Het hotel registreert het energie- en waterverbruik.
5. Het hotel biedt gratis WiFi aan in heel het hotel.
6. De feest-/vergaderzaal van het hotel beschikt over moderne vergader apparatuur zoals een beamer, een scherm, internetaansluiting, geluid/muziekinstallatie, ...