

Online klantentevredenheidsenquête voor onthaalcentra – toelichting bij het aanbod van Toerisme Vlaanderen (*Kwaliteit in Onthaal*)

Samen werk maken van meer kwaliteit in het internationale onthaalnetwerk: dat is de bedoeling van Kwaliteit in Onthaal. Toerisme Vlaanderen stelt hiervoor aan onthaalcentra een ondersteunend instrumentarium beschikbaar met meet- en verbeterinstrumenten (toolkit) en met collectieve leer- en begeleidingstrajecten. De klantentevredenheidsenquête (KTE) behoort tot de meetinstrumenten. Je kan hiermee rechtstreeks peilen naar de beleving en tevredenheid van de klant. Met de KTE voor onthaalcentra van Toerisme Vlaanderen kan je (nagenoeg) meteen aan de slag met een beproefd bevraginginstrument.

1. De klantentevredenheidsenquête (KTE) in kort bestek

- *Doelen.*
 - o het over een langere termijn monitoren van de tevredenheid van de bezoekers van een onthaalcentrum, zowel in het algemeen als voor specifieke aspecten van de dienstverlening;
 - o het detecteren van aangrijpingspunten voor het actieplan kwaliteitsvol toeristisch onthaal.
- *Online.* de bezoeker vult in situ een webformulier in. De resultaten worden automatisch verwerkt en kunnen in real-time geraadpleegd worden. Je kan dus op elk moment zien hoeveel respondenten in jouw onthaalcentrum hebben meegewerkt en hoe ze hebben geantwoord.
- *Specifiek:* de resultaten worden verwerkt op het niveau van een onthaalcentrum en worden enkel gecommuniceerd met het onthaalcentrum.
- *Taalversies.* Nederlands, Engels, Frans, Duits en Spaans. De respondent kiest zijn voorkeurtaal bij de start van de enquête.
- *Duur.* het invullen van de enquête neemt 5-10 minuten in beslag.
- *Aard van de vragen.* om de lengte van de enquête te beperken focust de vraagstelling op kwaliteitsaspecten, niet op de kenmerken of gedragingen van de bezoeker. Er is geen mogelijkheid om eigen vragen toe te voegen. De NL-versie kan worden geraadpleegd in de [toolkit](#).
- *Onderliggende tool.* CheckMarket® (contract Toerisme Vlaanderen, looptijd: tot eind 2020).
- *Kwaliteitsborging.* de vragenlijst is tot stand gekomen in overleg met ervaringsdeskundigen van steden, provinciale toeristische organisaties en Toerisme Vlaanderen. Daarbij werd zowel onthaal- als onderzoeksexpertise ingebracht. Bij testenquêteringen uitgevoerd in 4 grotere en kleinere steden werden zowel de inhoud als de aanpak getest.
- *Looptijd.* De KTE is bedoeld om langere tijd te lopen zodat de evolutie van de klantentevredenheid ook op langere termijn kan worden opgevolgd. Operationeel betekent dit tot eind 2020 (cf. looptijd Opinio).

- *Voor wie:* de online KTE is beschikbaar voor centra die deel uitmaken van het netwerk internationaal onthaal en die voorafgaand hebben ingetekend op deelname aan het programma Kwaliteit in Onthaal. Zie hiervoor kwaliteit.toerismevlaanderen.be/onthaal. De KTE is bedoeld voor het onthaalcentrum dat is opgegeven bij de basisinschrijving. De centra voor 'binnenlands onthaal' kunnen [hier](#) de NL-versie raadplegen.
- *Vertrouwelijkheid:* de toegang tot het resultatenplatform wordt voorbehouden aan het aanspreekpunt voor het onthaalcentrum. Toerisme Vlaanderen heeft als beheerder ook toegang tot dit platform maar communiceert niet over de scores en hanteert de resultaten (participatie centra, respons, scores) enkel voor algemene evaluatiedoeleinden, dus nooit specifiek per onthaalcentrum.
- *Benchmark:* bij een deelname van minimaal 10 onthaalcentra met elk meer dan 150 records zal aan de deelnemende centra een benchmark aangeboden worden.
- *Praktisch:* als aanspreekpunt voor je onthaalcentrum kan je [inschrijven via het online formulier](#). Je ontvangt dan een specifieke weblink, die je installeert op de computer die je voor het invullen van de enquête ter beschikking stelt aan je bezoekers. Tegelijk ontvang je ook een link die toegang geeft tot het online resultatenplatform. Je krijgt enkele dagen de tijd om het instrumentarium uit te testen.
- *Deelname aan de KTE is gratis.*
- *Belangrijk: voor je aan de slag gaat...* Zorg ervoor dat je basisregistratie voor samenwerking in het kader van Kwaliteit in Onthaal gevalideerd is. En nog belangrijker: lees zeker de tips & tricks uit onderstaande toelichting. De testenquêteringen wezen immers uit dat de KTE betere resultaten oplevert, als de enquêteering goed wordt voorbereid en georganiseerd.

2. Praktisch verloop

De enquête vindt plaats in het onthaalcentrum, aan het eind van het bezoek, dus logischerwijze in de buurt van de uitgang. Bezoekers vullen het online enquêteformulier in op een tablet, laptop of desktop die speciaal voor dit doel beschikbaar wordt gesteld.

Stel de weblink op enquêtedagen in als homepage. Om te starten moet de deelnemer dan nog enkel zijn taal kiezen. Als de laatste vraag is beantwoord, verschijnt direct een nieuw enquêteformulier.

Uit de proefenquêteering is gebleken dat je op enquêtedagen best een jobstudent, stagiair, collega, ... inschakelt die zich specifiek met de bevraging bezighoudt. Deze aanpak vergt enige personeelsinzet en is wellicht minder haalbaar op drukke momenten, maar heeft voor het overige niets dan voordelen:

- de onthaalmedewerkers aan de balie en elders kunnen zich volledig focussen op hun kerntaak;
- de persoon die de bezoekers aanspreekt is iemand anders dan degene die ze heeft geholpen, waardoor de kans op vertekening afneemt;
- de bezoekers worden altijd op dezelfde wijze benaderd;
- je bereikt op die manier niet alleen mensen die beroep hebben gedaan op een onthaalmedewerker, maar ook degene die het onthaalcentrum op eigen houtje verkend hebben;

- je kunt de bezoekers op weg helpen met de enquête en hen bijstaan als er vragen of problemen opduiken;
- je verkleint de veiligheidsrisico's zoals diefstal of het oneigenlijk gebruik van de computers;
- je kan zorgen voor een persoonlijk afscheid en een attentie meegeven;
- je kan bijkomende informele feedback verzamelen.

In kleinere onthaalcentra met een lagere bezoekersintensiteit laat de bezoekersenquête zich wellicht makkelijker combineren met het reguliere onthaalwerk. Deze optie is te overwegen worden als het niet haalbaar is om aparte enquêtebegeleiding te voorzien.

Denk vooraf goed na over de opzet van de enquête in jouw eigen onthaalsituatie. Besteed ruim aandacht aan de locatie, de setting, de point-of-sale communicatie:

- Hoe ga je de enquête ontsluiten: stel je een tablet, laptop of desktop ter beschikking? En hoe zorg je ervoor dat die juist gebruikt worden of op een onbewaakt moment verdwijnen?
- Hoe spreek je de mensen aan en verleid je ze om deel te nemen? Hoe overtuig je twijfelaars?
- Hoe schakel je vertekening uit, hoe vermijd je bijvoorbeeld dat alleen Nederlandstaligen, kennelijk zeer tevreden bezoekers, jongeren, ... worden aangesproken om deel te nemen?
- Hoe zorg je ervoor dat de enquêteformulieren bij het begin altijd juist staan?
- Hoe vermijd je dat de voorbehouden tablet of PC's oneigenlijk gebruikt worden?
- Hoe ga je feedback over de enquêtering verzamelen bij bezoekers en onthaalmedewerkers?

Maak een testscenario en test de opzet uit met eigen collega's. Het testen van de enquête in een proefomgeving zal je de mogelijkheid bieden om na te gaan wat het beste werkt in jouw specifieke situatie.

Wanneer je de enquêtelink per mail van Toerisme Vlaanderen ontvangt, heb je een kleine week de tijd om de enquête uit te testen. Maak zeker gebruik van deze gelegenheid, want een test kan je helpen om de opzet van de enquêtering fors te optimaliseren.

3. Aantal enquêtes en optimaliseren respons

Voor een onthaalcentrum met 20.000-200.000 bezoekers per jaar is 380 enquêtes per jaar een goede richtlijn. Op www.journalinks.be/steekproef/ kan je zonder veel voorkennis over statistiek het effect nagaan op foutenmarge en betrouwbaarheid bij grotere of kleinere aantallen. Noteer wel dat dit richtgetal geldt voor uitspraken op het niveau van heel de populatie. Als je even betrouwbare resultaten wil op het niveau van subgroepen (bijv. per land van herkomst), moet het aantal bruikbare enquêtes omhoog.

Je kan het aantal ingevulde enquêtes volgen op het online resultatenplatform. Daar kan je ook zien hoeveel enquêtes volledig werden ingevuld en dus bruikbaar zijn. Neem geregeld een kijkje, zodat je tijdig de nodige bijsturing kan inbouwen om aan je streefgetal te geraken.

Rekening houdend met de aanbeveling om de enquêtering persoonlijk te laten begeleiden, bestaat de kunst erin om op een beperkt aantal enquêtedagen voldoende respons/goed ingevulde enquêtes te realiseren zonder dat de representativiteit eronder lijdt. Het is immers de bedoeling dat de steekproef een zo goed mogelijke weerspiegeling vormt van de totale bezoekerspopulatie doorheen het hele jaar. Enquêteer daarom zowel op drukkere als op rustigere dagen, zowel op week- als weekenddagen, en hou rekening met de vakantieperiodes van binnen- en buitenlanders. Als je die cijfers voorhanden hebt, kan je

tussentijds het herkomstprofiel van de respondenten vergelijken met de verdeling van bezoekers volgens herkomst tijdens het voorgaande jaar. Stuur zo nodig bij als de afwijking te groot blijkt.

Hoeveel enquêtedagen (of halve dagen) je moet uittrekken om aan het beoogde aantal enquêtes te geraken, is moeilijk in het algemeen en op voorhand te bepalen. Na enkele enquêtedagen krijg je vanzelf een realistisch beeld op de respons en kan je de planning aanpassen.

Hou op voorhand rekening met deelnameweerstand bij de bezoekers. Bij sommigen zal dit meer spelen dan bij anderen. Zorg ervoor dat je medewerkers niet stelselmatig de 'makkelijke' bezoekers aanspreken, want dat kan voor vertekening zorgen. Wapen ze daarentegen op voorhand met tips & tricks om deelnameweerstand te overwinnen. Bereid hen ook voor op en leer hen omgaan met frequente afwijzing. Zorg dat de motivatie hoog blijft. Zo is het belangrijk om de medewerker - liefst van meet af aan - te betrekken bij de opzet, de organisatie, het verloop en de resultaten van de enquête, Hierdoor krijgt hij of zij belang bij het goede verloop en resultaat wordt het minder als een opdracht ervaren.

Uit de proefenquête is ten slotte gebleken dat een incentive om deel te nemen aan de enquête weinig effect heeft. Veel effectiever is het om de setting te verzorgen: gepast aanspreken, goede omstandigheden creëren om de enquête in te vullen, beschikbaar zijn, ... Je kan deelnemers achteraf wel een kleine attentie geven. Dit is een opportuniteit om sympathiek en/of origineel uit de hoek te komen, bijvoorbeeld met iets dat te maken heeft met de bestemming. Bij die gelegenheid kan je ook nog informeel om feedback vragen.

Veel succes!