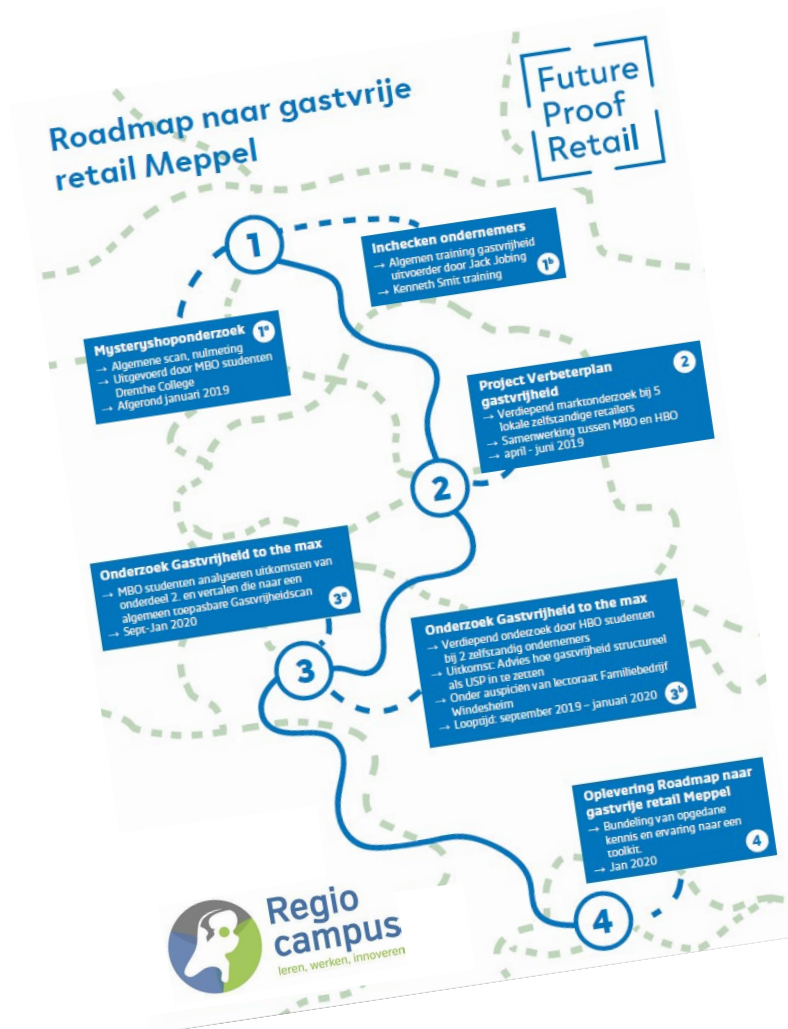
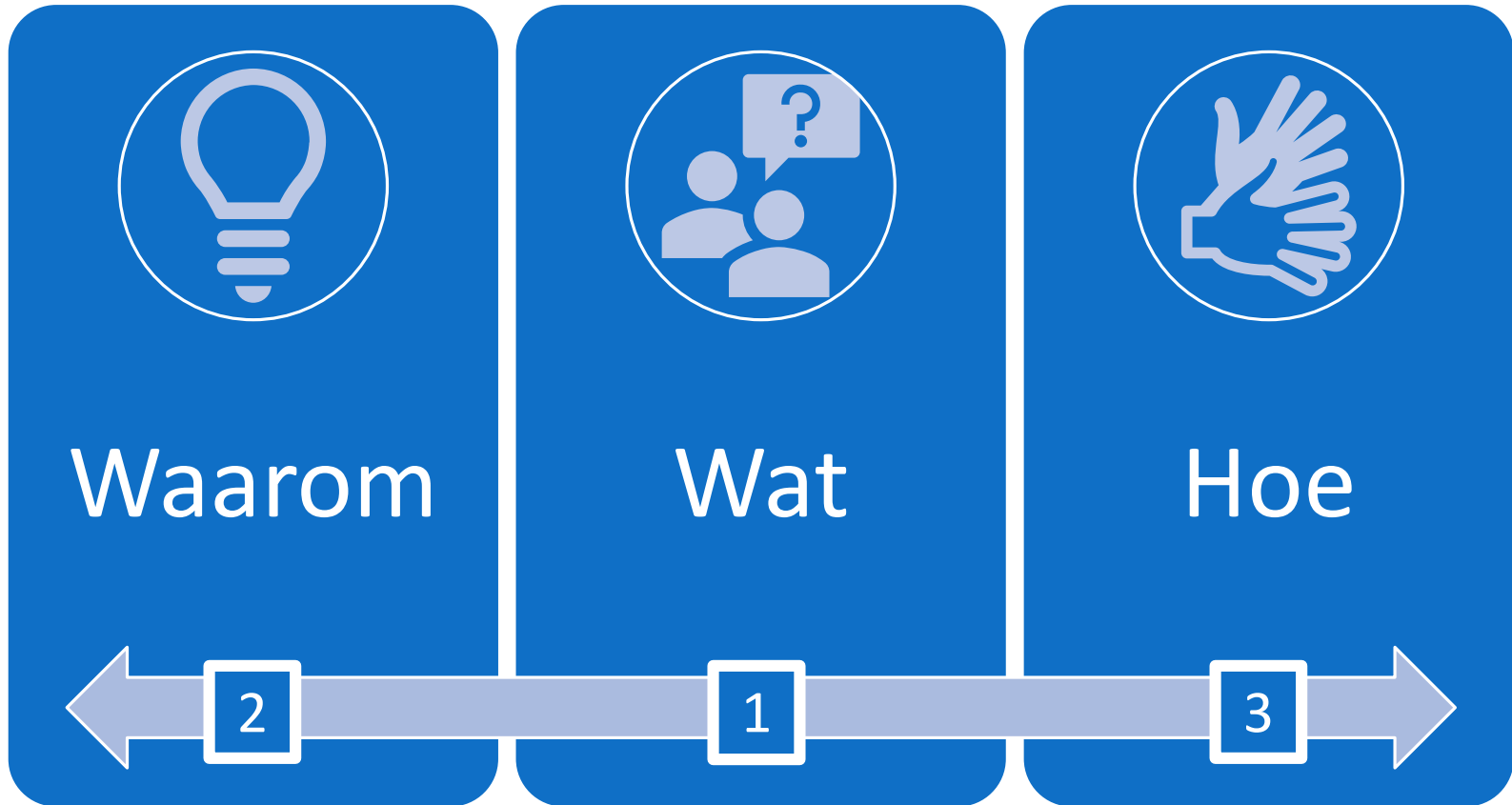


# Onderzoek FPRL Hospitality



# Gastvrijheid

Start met het Wat en focus via het Waarom op het Hoe!



# Wat, waarom en hoe

- ❖ Wat: Gastvrijheid in houding en gedrag
- ❖ Waarom: medewerkers zullen gastvrijheid pas omarmen als ze het waarom begrijpen en omarmen
- ❖ Hoe: Het opleveren van concrete handvatten

# Wat? Hospitality, definitie

❖ Hospitality = Gastvrijheid = Totaalbeleving

❖ *Hospitality is een totaalbeleving van de klant, waarbij de fysieke omgeving, processen, producten en vooral gastheerschap een rol spelen; daarnaast is de gradatie van hospitality afhankelijk van de vraag of de verwachtingen van de klant worden overtroffen en er een aangename beleving is.*

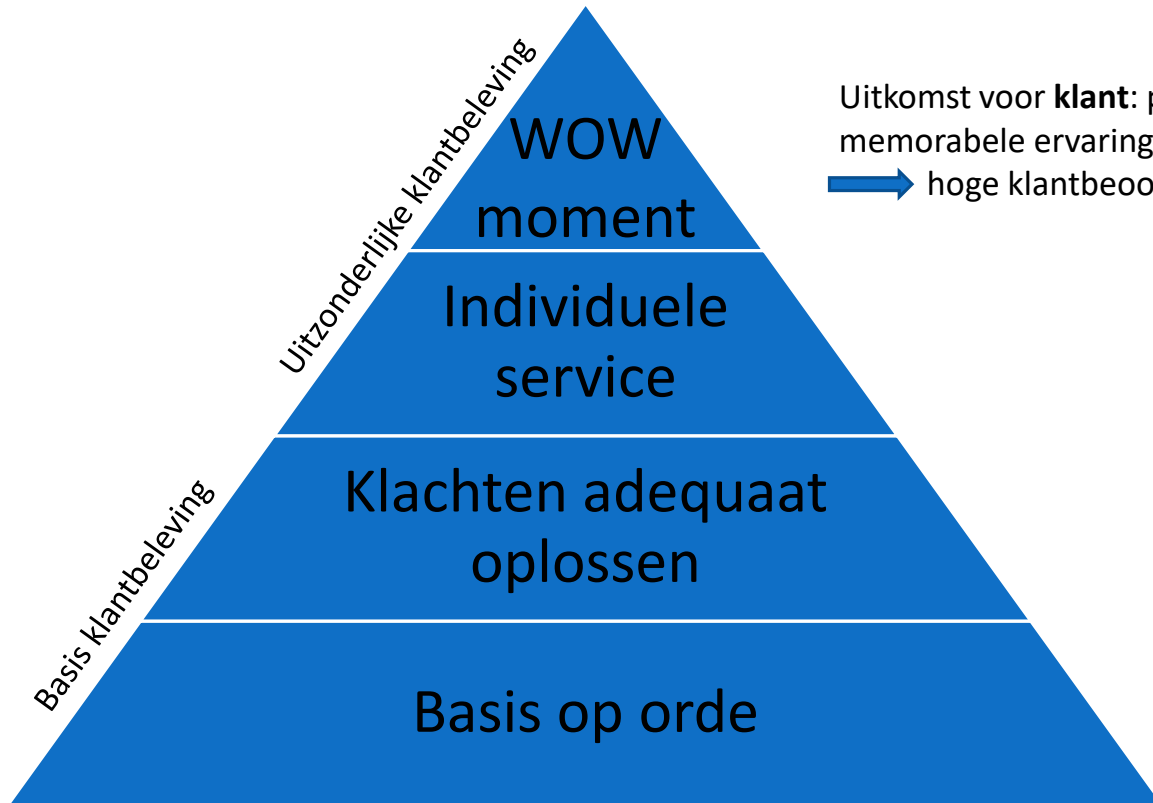
Bron: Visie hospitality in relatie tot FM, december 2013

# Waarom gastvrijheid?

- ❖ Hoe hoger de klantbeleving, hoe hoger de klantbeoordeling, hoe hoger de loyaliteit
- ❖ Dus bij gastvrijheid gaat het minder om de directe sales, maar meer om de retentie

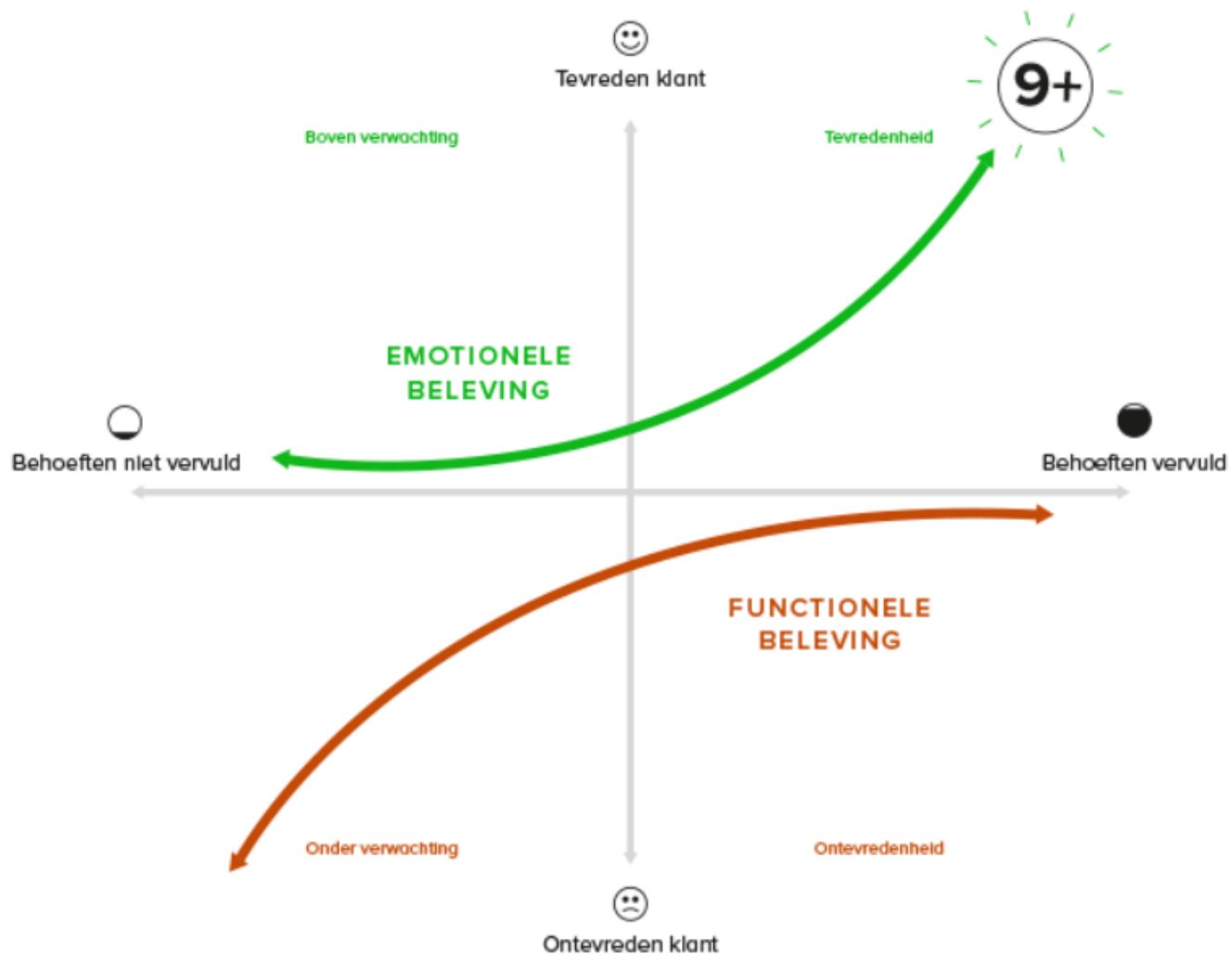
# Hoe gastvrijheid?

## Beklimmen Service Excellence piramide

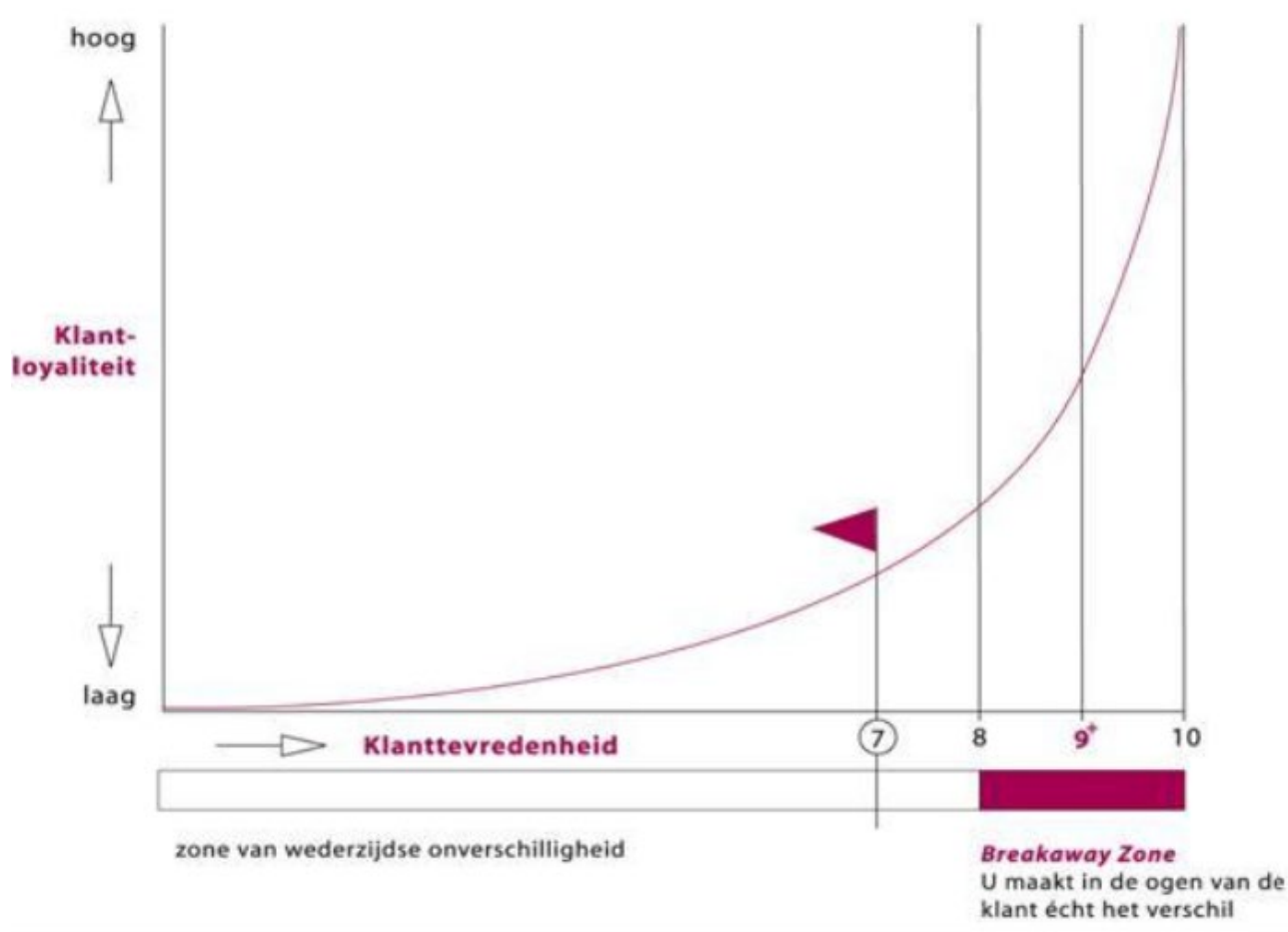


Uitkomst voor **klant**: positieve kwaliteitsperceptie, memorabele ervaring en emotionele betrokkenheid  
➡ hoge klantbeoordeling ➡ loyaliteit

Bron: Service Excellence Piramide: Jean-Pierre Thomassen, Eric de Haan: Service Excellence, 2016



# Hoge klantbeoordeling leidt exponentieel tot hogere loyaliteit



bron: Berry Veldhoen en Stephan van Slooten



# Onderzoeksroutekaart

❖ **Vervolg op 'Pilot Gastvrijheid'** uit 2018; initiatief van Stad & Co, INretail, Detailhandel Nederland en Mindlogyx Retail. Onderdeel van de Retailagenda en financieel ondersteund door de Stichting Detailhandelsfonds. Participerende steden: Meppel, Zoetermeer, Eindhoven en Hilversum.



# Onderzoeksroutekaart

## Project Verbeterplan gastvrijheid

- Verdiepend marktonderzoek bij 5 lokale en zelfstandige retailers
- Samenwerking HBO en MBO
- April-Juni 2019

## Klant of Gast?

- Interviewcyclus waarbij retailers in een 1 op 1 gesprek gaat met mensen uit de horeca-, cultuur- of entertainmentbranche
- Uitkomst: inzicht in welke verandering retailers moeten doormaken in houding en gedrag
- Juni-Juli 2019

## Spel: Does Gastvrij

- Uitkomsten Verbeterplan en Klant of Gast onderzoek vertalen naar praktische tool (spelvorm)
- Doel: na afloop het besef dat gastvrijheid een bepaalde (andere) houding vraagt en ook bepaald (ander) gedrag
- Door HBO en MBO, september, november

## Onderzoek Klachtenmanagement

- Combinatie van literatuuronderzoek en veldonderzoek
- Samen met lokale retailers in kaart brengen hoe binnen de retail klachtenafhandeling kan bijdragen aan een hogere klantbeleving
- Uitkomst: **(zelf)scan klachtafhandeling**
- Door HBO studenten, september – december

## Gastvrijheid to the Max

- Samen met lokale retailers inventariseren én uittesten hoe zij klanten de ultieme persoonlijke service kunnen bieden
- Uitkomst: concreet stappenplan voor retailers
- Door HBO studenten, september – december

## Gastvrijheid 1 maand op proef!

- Uitkomsten Gastvrijheid to the Max verwerken in praktische tool
- Vorm: scheur(maand)kalender met elke dag een opdracht, inzicht of voorbeeld
- Door MBO studenten, november - januari