

g van het ziekenhuis van de
de westkant van de Reggersweg
gemeente niet toe.

Meppel

is Meppel



Wilbert Bijzitter ©

'Van een slechte review lig ik wakker'

Michiel Kolle

MEPPEL - De gemeente Meppel maar zeker ook de Meppeler ondernemers zetten in op gastvrijheid. De gemeente verzorgt de harde kant, zoals mooie bestrating, bankjes en groen in de stad en de ondernemers verzorgen de zachte kant door de bezoeker van de binnenstad een fijn gevoel te geven.

Toekomstbestendig

De afgelopen weken ging een aantal ondernemers hard aan de slag. Dit deden ze onder auspiciën van de Regiocampus, die samen met het Drenthe College en de Hogeschool Windesheim het project 'Future Proof Retail Lab' in Meppel uitvoert.

Meppel is een van de elf gemeenten in Nederland die meedoet aan deze Future Proof Retail Labs. Het lab in Meppel is gericht op hospitality en werkt met diverse stakeholders samen onder de vlag van de Regiocampus. De aanleiding van dit thema is het traject Gastvrije Binnenstad dat de gemeente Meppel twee jaar geleden is gestart.

Eerste fase

In de maanden april en mei onderzochten 25 eerstejaars hbo studenten Ondernemerschap en Retail Management van Windesheim en 14 mbo-studenten Verkoopsspecialist en Ondernemer Retail van het Drenthe College hoe gastvrij zelfstandige winkeliers in Meppel zijn en waar zij nog verbetering kunnen doorvoeren. Dit onderzoek vormde de eerste fase van het project.

De eerste resultaten zijn nu bekend. De studenten spraken bij elkaar ruim 500 klanten/passanten. Opvallend was dat de vijf voor het project geselecteerde winkeliers al goed scoren op gastvrijheid. Dat betekent dat het aantal verbeterpunten beperkt bleef. Toch hebben de onderzoeksresultaten enkele algemene succesfactoren opgeleverd die bijdragen aan een gastvrije winkel. Dat zijn: het hebben van een goede naam, het

ruimhartig oplossen van klachten, echt luisteren, persoonlijk contact en een prettige ervaring bij het afrekenen.

Verschil tussen klant en gast

In de tweede fase gaan vijf winkeliers en vijf horeca-ondernemers met elkaar in gesprek over het verschil tussen een 'klant' en een 'gast'. Inmiddels zijn drie van deze vijf duo-interviews afgenomen. Een van deze gesprekken vond plaats tussen Christine van Saltbommel van De Brasserie en Gerko Kwant van Electroworld Hagedoorn.

'In de horeca wordt nooit gesproken over klanten maar altijd over gasten', zegt de horecavrouw. 'Klanten gaan naar de hoeren', zeggen ze op de horeca-opleiding om zo het verschil met een gast duidelijk te maken. Ook 'hoi zeggen' mocht niet van school, weet ze nog.

Van Saltbommel beseft dat gasten soms 'net lopende encyclopedieën' zijn en dus over veel kennis beschikken. Die maak je niets wijs. Hoewel ze daarom de gast altijd voorop zet, vindt ze reviews afschuwelijk. 'Van een slechte review lig ik een nacht wakker', zegt ze.

Altijd online

Kwant is ook niet dol op de klant die altijd online is. 'Klanten hebben de Bol.com- en de Coolblue-app al open bij binnenkomst', verzucht hij. Toch is hij niet bang voor de online concurrentie. In zijn winkel worden klanten vertroeteld om de slag met het internet te winnen. Hij ziet zelfs de 30'ers weer terug naar fysieke winkel komen. En onlangs verkocht hij zelfs een wasmachine via de telefoon. 'Dat is de beloning voor vertrouwen', geeft hij aan.

Met deze dubbel-interviews is het Lab nog niet ten einde. Een nieuwe lichter studenten gaat een *toolkit* maken waarmee ondernemers in Meppel, maar ook in de rest van Nederland gastvrijheid tot in de puntjes leren uit te dragen. De presentatie van die toolkit wordt half november verwacht.

hete peper bokaal