

# MAAK VAN ELKE RONDLEIDING EEN FANTASTISCHE ERVARING

## Een perfect bezoek in enkele stappen.

	VOOR					TIJDENS					NA			
	DROMEN	PLANNEN	RESERVEREN	VOORBEREIDEN	AANKOMEN	START RONDLEIDING	RONDLEIDING			AFRONDIG RONDLEIDING	DELEN EN HERINNEREN			
CONTACT-KANAAL	<b>Hoe komt de klant in contact met je organisatie?</b>					Locatie, afspraakplek, gids...					Gids, locatie, omgeving, omstandigheden, hulpmiddelen...	E-mail, telefoon, klantenbevraging, digitale media...		
Folder, website, sociale media, mond tot mond reclame, reportage, advertentie...	Bezoek aan kantoor, telefonisch informeren, digitaal informatieformulier...	Brief, digitaal reserveringsformulier, telefonisch, face-to-face...	Informatiebundel, e-mail met afspraken, SMS...	Plattegrond met afspraakplek, naam en contactgegevens gids...		Gids, locatie, omgeving, omstandigheden, hulpmiddelen...								
CONTACT-PUNT	<b>Wie heeft contact met je organisatie of gids?</b>					Contactpersoon en groep					Contactpersoon en groep	Contactpersoon en groep		
Groepslid/verantwoordelijke/coördinator...	Contactpersoon van de groep	Contactpersoon van de groep	Contactpersoon en groep	Contactpersoon en groep		Contactpersoon en groep			Contactpersoon en groep	Contactpersoon en groep				
KLANTENBELEVING	<b>Positieve klantenbeleving</b>					"De gids weet duidelijk wat we willen, maar neemt toch de tijd om ons te leren kennen."					"De gids vraagt aan iedereen wat van de rondleiding het meest zal bijblijven."	"Een paar dagen na de rondleiding heb ik een e-mail ontvangen met een bedankje en de vraag om de online klantenbevraging in te vullen."		
"De website is duidelijk. Toffe, prikkelende, heldere beschrijving. Leuke foto's. Ze maken me nieuwsgierig om mee te gaan."	"Ik ben goed geholpen aan de telefoon. Ik kreeg suggesties die goed bij onze groep passen."	"De formulering van de vragen op het reserveringsformulier is heel duidelijk."	"We ontvingen enkele dagen voorhand een herinnering. Dat is geruststellend."	"We kregen duidelijke info en vonden de plaats van afspraak gemakkelijk. De gids is keurig op tijd."		"Ik heb niet zoveel interesse in geschiedenis, maar de manier waarop de gids dit aanpakt, is voor mij een openbaring."			"Interessant hoe de gids ons denken prikkelt via vragen en zo een boeiend gesprek tot stand brengt."					
<b>Negatieve klantenbeleving</b>	"Ik zoek ervaringen van andere klanten op de website maar kan ze niet vinden."	"Het is niet duidelijk waar ik met mijn vraag voor meer informatie op het formulier terecht kan. Of kan ik toch gewoon bellen?"	"Ik weet niet wat ze bedoelen met extra informatie of wensen. En hoe weet ik nu of alles in orde is?"	"Ik vroeg naar wat meer informatie over het thema, maar moet het dan toch allemaal zelf uitzoeken."	"De voorgestelde plaats van afspraak is moeilijk te vinden. We staan in de tocht en er zijn zoveel mensen dat we de gids met moeite vinden."	"Het is best wel interessant, hoor. Maar de gids stopt niet met vertellen."			"De gids ergerd zich als enkele deelnemers tijdens de rondleiding afgeleid zijn door andere zaken."	"De gids ramt de laatste 10 minuten af."	"Ik heb nog een leuke foto van de rondleiding. Ik wil deze graag delen op Facebook. Maar ik zie dat ze geen FB-pagina hebben."			
OPPORTUNITEIT	<b>Via direct klantencontact</b>					"Toon als gids dat je alle afspraken en wensen kent. Bouw daar tijdens de rondleiding op voort."					"Stel open voor directe feedback. Wijs de klant ook op de andere mogelijkheden om feedback te geven."	"Herinner de klant eraan om de klantenbevraging in te vullen."		
Zorg voor zichtbare klantenreacties op de website en sociale media.	Achterhaal snel de kenmerken van de groep en speel daarop in. Gebruik een checklist om gericht informatie te verkrijgen.	Koppel sleutelwoorden aan elke open vraag in het reserveringsformulier. Zo kan de klant makkelijk veel relevante informatie verstrekken.	Stuur de klant de nodige informatie; zo kan hij zich voorbereiden en krijgt hij zin in de rondleiding.	Zorg ervoor dat de gids alle afspraken met de klant kent.		Maak optimaal gebruik van alle visuele, auditieve of andere zintuiglijke kansen.			Speel in op de actualiteit en leg zoveel mogelijk verbanden.	Gebruik diverse soorten didactisch materiaal zoals foto's, informatiepanelen en digitale media om beleving te scheppen.	Wees interactief: dat tilt de rondleiding naar een hoger niveau.			
<b>Via de werking van de organisatie, achter de schermen</b>	Verzamel actief feedback van klanten. Plaats positieve reacties op de website en sociale media.	Sluit als organisatie zoveel mogelijk aan bij de behoeften van de klant. Zorg ervoor dat onthaalmedewerkers over de nodige tools beschikken om correct vragen te stellen en te beantwoorden.	Gebruik een reserveringsformulier dat maximale informatie oplevert over de klantgroep.	Onthaalmedewerkers zijn op de hoogte van behoeften, wensen en referentiekaders van de klant. Wees proactief en speel in op diverse informatiebehoefes. Zoek mee naar passende antwoorden.	Zorg voor een goede informatiedoorstroming. Bespreek met het hele team of en hoe die nog beter kan.	Lever de gids op tijd alle nodige informatie over de klant. Zo kan hij de inhoud en aanpak van de rondleiding hierop afstemmen.			Volg de gidsen regelmatig op en geef feedback over hun aanpak. Stimuleer de gidsen elkaar te volgen en zo van elkaar te leren.	Gebruik alle mogelijke informatiedragers om de gidsen te voorzien van achtergrond en tips. Stimuleer gidsen om kennis en ervaringen met elkaar te delen.	Zorg voor bijscholingen, bv. over digitale media, gebruik van verhalen en anekdotes of zelfs geluid tijdens de rondleidingen.	Stel een competentieprofiel op voor alle rondleidingen in het aanbod. Match zo product, klant en gids.	Creëer bij iedereen verantwoordelijkheidsgevoel voor de kwaliteit. Stimuleer proactief feedback vragen.	Duid een medewerker aan die verantwoordelijk is voor alle aspecten van de klantenbevragingen.