



Klantvriendelijkheid

Team workshop

MET ONZE TOOLKIT ORGANISEER JE EEN TEAM WORKSHOP OM DE KLANTVRIENDELIJKHEID IN JOUW ZAAK TE ANALYSEREN EN TE OPTIMALISEREN. REKEN OP WAARDEVOLLE INPUT, MEER BETROKKENHEID EN EEN STERKERE TEAM SPIRIT!

VOORBEREIDING

- Plan een vergadering van 2 uur
- Nodig iedereen in je team uit
- Stel iemand aan als onafhankelijk voorzitter, die ervoor zorgt dat iedereen zijn zegje kan doen
- Stel iemand aan als secretaris om aantekeningen te maken
- Zorg voor een rustige omgeving (mobiele telefoons op stil, deur dicht, "niet storen"-bordje, geen muziek)
- Regel voldoende Post-it blokjes en pennen (1 per persoon)

WORKSHOP

Inleiding

- Leg eerst het doel van de vergadering uit: een team-evaluatie van de klantvriendelijkheid van je zaak, en het opstellen van een actieplan (indien nodig)
- Leg daarna de nadruk op het belang van klantvriendelijkheid voor de horecasector

De dynamiek en het succes van je zaak is in handen van de consument. Voor hen zijn er mogelijkheden te over om uit te gaan en hun geld te besteden.

- Vertel daarna dat er 8 belangrijke aspecten zijn als het gaat over klantvriendelijkheid
 1. *Productkwaliteit*
Verse en gezonde producten van hoge kwaliteit
 2. *Snelheid van de bediening*
Snelle afhandeling van bestellingen, orders en rekeningen
 3. *Communicatie*
Goede manieren, tijd voor de klant en vriendelijkheid
 4. *Productkennis*
Vakkennis, passie en toewijding
 5. *Sfeer*
Inrichting en styling, presentatie, muziek, enz.
 6. *Hygiëne*
In heel de zaak, van de bar tot de keuken en van de tafels tot de toiletten
 7. *Beleving*
Events & entertainment; een onverwachte product of service van het huis
 8. *Veiligheid*
Het voorkomen van agressie, discriminatie, intimidatie, drugsmisbruik, overmatig alcoholgebruik en andere onveilige situaties

- Leg daarna uit dat elke klantenbeleving in een van de 4 volgende groepen kan worden ingedeeld
 1. *Wows*
Uitzonderlijke ervaringen die alle verwachtingen overtreffen en die je wilt delen met anderen
 2. *Positieve ervaringen*
Redenen voor klanten om jouw zaak te bezoeken, bijvoorbeeld goed eten, vriendelijke bediening
 3. *Negatieve ervaringen*
Zaken waardoor een klant eraan twijfelt nog terug te komen, bijvoorbeeld vieze toiletten, lange wachttijden, te harde muziek
 4. *Killers*
Rampzalige ervaringen, waardoor klanten beslissen nooit meer terug te komen

Opdracht

- Vraag iedereen in de huid van de klant te kruipen en alle mogelijke ervaringen in jouw zaak en deze op Post-its te noteren (één ervaring per velletje)
- Vraag hen na te denken over de 4 groepen ervaringen: Wows, positieve/negatieve ervaringen en Killers
- Wijs iedereen erop dat ze alleen en in stilte moeten werken; de discussie volgt later

Bespreking

- Plak alle Post-it velletjes met de Killers op de muur
- Bepaal welke Killers een echte bedreiging vormen, selecteer diegene die het meest voorkomen en bespreek wat je eraan kan doen
- Doe daarna hetzelfde voor de negatieve ervaringen
- Doe daarna hetzelfde voor de positieve ervaringen
- Doe daarna hetzelfde voor de Wows
- Herhaal alle besproken actiepunten en rangschik ze in volgorde van urgentie/prioriteit
- Bepaal wie wat moet doen, en wanneer

OPVOLGING

- Volg de planning, de verantwoordelijken en de deadlines op
- Stel een datum vast voor een nieuwe teamvergadering (bijvoorbeeld binnen 3 maanden) om de situatie opnieuw te bespreken