

De Krim Texel investeert in goede ideeën

“De meningen van onze gasten zijn belangrijk. Zo belangrijk zelfs, dat de uitkomsten van de tevredenheid-enquêtes meer invloed hebben op het beleid van de organisatie dan de boekhoudkundige cijfers.” Dat zegt commercieel en operationeel directeur van De Krim Texel, Jolanda Kamphuis.

Wie bij De Krim Texel logeert, vult na zijn verblijf een digitale enquête in. Daarin wordt de gast gevraagd naar zijn of haar ervaringen op allerlei gebieden, zowel wat betreft de kwaliteit van de accommodatie en voorzieningen als de dienstverlening. Bij een deel van de vragen volstaat een simpel ‘ja’ of ‘nee’, in een ander deel kan de gast opmerkingen toevoegen. “Urgente zaken, zoals een technische storing, worden direct verholpen. Een klacht over een te hard matras hoeft niet gelijk tot maatregelen te leiden. Want de één heeft nu eenmaal liever een hard matras en de ander een zacht. Maar bij meerdere klachten doen we er natuurlijk wel wat aan. Een matras met een kuil vervangen we ook meteen.”

PEUTERBADJE

Wekelijks worden rapportages opgemaakt van alle campings, Vakantiepark De Krim, Bungalowpark 't Hoogelandt, Hotel Molenbos, Residentie Californië, Golfbaan De Texelse en Evenementenhal Texel. Deze worden stuk voor stuk doorgenomen. En eens per jaar legt de leiding van De Krim Texel alle rapportages bij elkaar. De uitkomsten leiden regelmatig tot investeringen. Relatief kleine investeringen, zoals bij in de inrichting van een bungalow. Of de aanschaf van grasmaaiers met opvangbak voor het gras, om te voorkomen dat het nog langer de tent of caravan wordt ingelopen. Maar ook grotere investeringen. “Er waren meerdere klachten dat er een peuterbadje miste in ons nieuwe zwembad. Op grond daarvan hebben we er daarna alsnog één aangelegd. Toen we van de camping klachten kregen over een gebrekkige wifi op piekuren, hebben we besloten de bekabeling te verzwaren en een extra zendmast te plaatsen. Kosten noch moeite worden dan gespaard. Er waren ook eens klachten over de chalets

op De Krim. Die waren niet eens zo slecht en hadden technisch misschien nog wel vijf jaar meegekund. Maar het oordeel van de gast woog zwaarder. We hebben ervoor gekozen er tweeëntwintig versneld te vervangen. Ze worden nu gebruikt om tijdelijk personeel in te huisvesten.”

Overigens leidt niet elke klacht die vaker dan één keer wordt geuit tot investeringen. “Met die warme zomer van vorig jaar was het zwembad van Camping Loodsmansduin vaak te klein. Maar we hebben daar gewoon geen mogelijkheid om een groter zwembad aan te leggen.”

TRANSPARANTE RELATIE

Het centraal stellen van de gast is een beleid dat De Krim Texel al tien jaar hanteert. Aanleiding was destijds het verouderde interieur van bungalows die geen eigendom waren, maar wel via De Krim Texel werden verhuurd. “Sommigen eigenaren vonden het niet noodzakelijk om het interieur te vervangen. Daarom hebben we gekozen voor een nieuw systeem, waarbij gasten op voorkeur boeken. Dat wil zeggen dat ze zelf een bungalow kiezen in plaats van dat wij als De Krim dat doen. Ze doen dat op



Wir hören unseren Gästen zu

Die Meinungen unserer Gäste sind wichtig. So wichtig sogar, dass die Ergebnisse der Zufriedenheitsumfragen mehr Einfluss auf die Führung der Organisation haben, als die buchhalterischen Zahlen. Das sagt die kommerzielle und operative Direktorin von De Krim Texel, Jolanda Kamphuis. Das in den Mittelpunkt stellen des Gastes ist eine Haltung, die De Krim Texel schon seit zehn Jahren lebt. “Das Ausfüllen der Umfrage bleibt darum wichtig.”

basis van de uitkomsten van de enquêtes over de betreffende accommodatie, die voor een groot deel gewoon online staan. Dat geeft een transparante relatie tussen De Krim, de eigenaar en de gast. Een gast die op het punt staat om een accommodatie te boeken, kiest op basis van foto's en beoordelingen van andere gasten. Het systeem stimuleert hiermee de eigenaar om te investeren in de kwaliteit van de bungalow. Als hij dat slim doet, ziet hij dat terug in de verhuurcijfers.”

Dat hoeft niet automatisch te betekenen dat een eigenaar om de paar jaar de complete inboedel vervangt. “Het heeft ook te maken met smaak en sfeer. Het is bekend dat veel Nederlanders prijsstellen op een stijlvolle moderne inrichting. Duitsers zien vaak juist liever een tijdloos en degelijk interieur. Het extra voordeel van boeken op voorkeur is dat gasten een bungalow kunnen kiezen die goed past bij hun persoonlijke stijl.”

ALS JE DE BAAS VAN DE KRIM WAS

Het nieuwe systeem is ook eerlijker dan andere beoordelingswebsites. “Bij Zoover bijvoorbeeld kun je de uitslag

“We luisteren goed naar onze gasten”

beïnvloeden door veel vaker dan één keer je mening te geven. Bij ons kan dat niet. Een eigenaar kan bijvoorbeeld ook niet de uitslag verwijderen als die hem niet bevalt. Alleen bij grof taalgebruik of pertinente onjuistheden kan hij ons vragen om in te grijpen.”

Algemeen directeur Iwan Groothuis kijkt bij de rapportages altijd het eerste naar de antwoorden op de vraag “Wat zou jij doen als je de baas van De Krim was?” Kamphuis: “De opmerkingen zijn heel divers. Iemand schrijft bijvoorbeeld dat hij alle medewerkers opslag zou geven. Een ander zou de bewegwijzering op de parken beter maken. Over dat laatste gaan we het natuurlijk serieus hebben. De mening van de gast telt. Het invullen van de enquête blijft daarom belangrijk.”