

*Naar een uitgebreid en kwaliteitsvol
onthaal
in Oost-Vlaanderen,
waar de gast
zich welkom voelt
en gemakkelijk zijn weg vindt!*

Wat vooraf ging

Participatief traject

November 2017: dag workshop GAST !

A.I. , waarderend onderzoek

diverse deelnemers 'iedereen aan tafel'



Wanneer voelt een toerist zich goed onthaald?

Hoe kunnen we samen het toeristisch onthaal in Oost-Vlaanderen nog beter maken?

Hoe willen we dat het er binnen pakweg 5 jaar uitziet?

Wat vooraf ging



PASSIE voor

Open denktank organiseren
 ↳ vrijwilligers, enimes dan 'klassieke' re

concrete, 'realistische' ideeën

Toeris: L & b

WIE

- 1 GEBIED MET 1 IDENTITEIT
- 2 VLEGGWIEK
- 3 B-B-B OVERHEDEN



activiteit

Gezelligheid

rekeners

hoe ziet de LOCATIE eruit als ze werkt?

Eenke productiewijkdeling
 ↳ met welk materiaal

aanheid

SAMENWERKING
 Tss TOER. ACTOR
 ROND 1 VERHAAL

HOE

- 1 DYNAMIEK (5&6x1)
- 2 CONCREET BINNEN GROTER KADER

GELEI

- 3
- 4
- 5

1. BETAALDE CO-OPRACINGEN
 CO-OPRACINGEN
 CO-OPRACINGEN

2. NETWERKEN
 NETWERKEN
 NETWERKEN

WISSELWERKING
 TOER. & ANDERE
 [publiek & privé]

3. ENTHOUSIASTE TOERISTENMAKERS
 MET DUIDELIJKE & VOLLEDIGE INFO VOOR TOERIST

ENTHOUSIASTE TOERISTENMAKERS
 MET DUIDELIJKE & VOLLEDIGE INFO VOOR TOERIST

ENTHOUSIASTE/UITSTRALING
 BEGROETING!
 OP MAAT/NODEN/PROFIEL
 (doorvragen)

TOEGANKELIJK/
 BEREIKBAAR

OPLOSSINGSGERICHT
 BLIJVENDE INZET

"BESTE KLANT" (ERKENNING) gevoel



Wat vooraf ging

3 grote thema's:

- professioneel onthaal
- onthaallocaties
- netwerken

***“DE TOERIST WIL **HARTELIJK** ONTVANGEN WORDEN,
VOORTGEHOLPEN WORDEN VOOR ZIJN VRAGEN
EN **TIPS** KRIJGEN OVER MEER DAN HET AANBOD VAN DE
ONTHAALLOCATIE ZELF”***

Participatief traject

December 2017:
inspiratiedag 'Gastvrij onthaal'

diverse invalshoeken
diverse gastsprekers

verder bouwen op
bevindingen november



Wat vooraf ging

Participatief traject

CONCLUSIE

- *1. Om de gast beter te informeren willen publieke en private gastheren*
 - *elkaar en elkaars producten beter leren kennen*
 - *ondersteund worden met vorming en kennisinformatie*
- *2. Ze zien een belangrijke rol voor Toerisme Oost-Vlaanderen om de dynamiek op gang te brengen en te houden*

Wat vooraf ging

Concretisering:

2018: Workshops TOV diensten

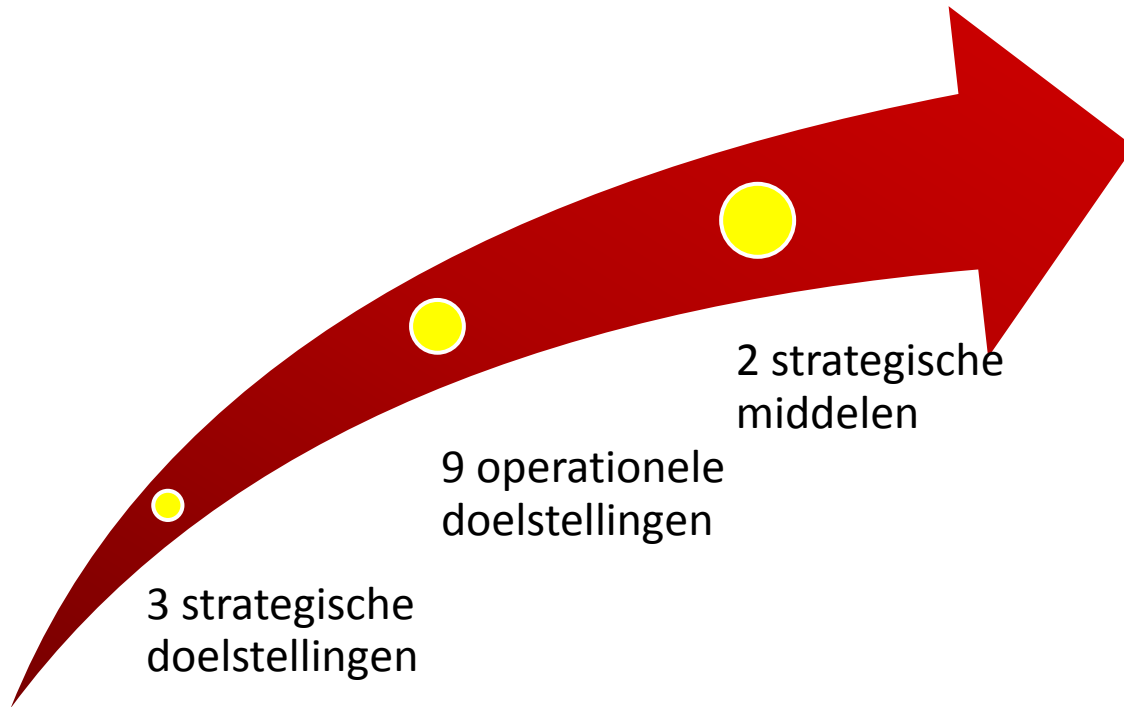
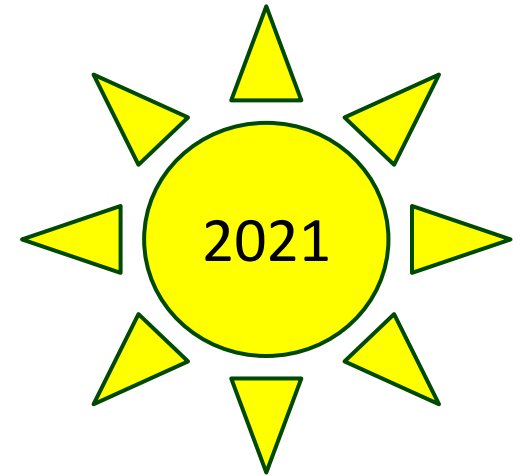
sector, distributie, projectwerking, regiocoördinaties



Hoe kunnen we de werking van Toerisme Oost-Vlaanderen afstemmen en aanpassen om

- *de gastheren en –vrouwen in onze provincie elkaar en elkaars product te leren kennen?*
- *hen te versterken als toeristische actor/ondernemer met kennisinformatie of opleiding?*

Resultaat



Streefbeeld 2021

Toerisme Oost-Vlaanderen wil uitgroeien tot een volwaardig **steunpunt voor kwaliteitsvol onthaal** in de provincie.

Toerisme Oost-Vlaanderen vormt het **vliegwiel**, met een team van **daartoe gevormde medewerkers** in centrale diensten en regioteams.

Steunpunt voor kwaliteitsvol onthaal vliegwiel

- Het onthaal is **een essentieel onderdeel van de sectorsamenwerking** binnen het Oost-Vlaamse netwerk van toeristische ondernemers en initiatiefnemers.
- Deze toeristische **partners** worden -door Toerisme Oost-Vlaanderen, door de regio's én door elkaar- **geïnspireerd, geënthousiasmeerd en versterkt.**

Steunpunt voor kwaliteitsvol onthaal vliegwiel

- **minstens 50 kwalitatieve onthaalpunten**, verspreid over de provincie **ondersteunend vormen**

Deze onthaalpunten zijn klein tot groot, publiek of
privaat, bestaand of nog op te richten

Strategische en operationele doelstellingen

3 strategische doelstellingen

1. Versterken van de band tussen toeristische partners
2. Ondersteunend vormen
3. Interne competenties versterken

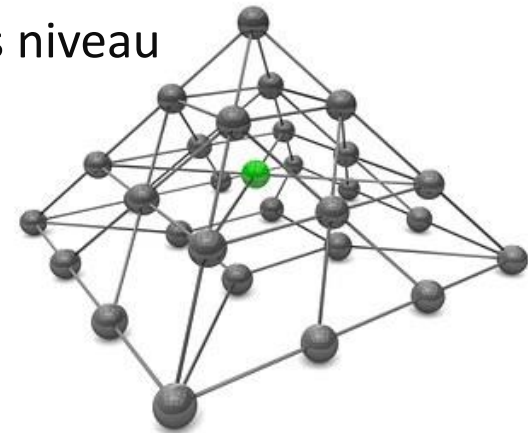


Strategische en operationele doelstellingen

1. Versterken van de band tussen toeristische partners

- A. In kaart brengen van het provinciaal onthaalnetwerk om gerichtwerking te kunnen versterken bij hiaten
 - CRMdatabank: ontwikkeling / data- instroom / beheer / basis voor communicatie onthaalnetwerk

- B. TOV als mediator tussen sector/regio en Vlaams niveau
 - Stroomlijnen sectorcommunicatie



Strategische en operationele doelstellingen

1. Versterken van de band tussen toeristische partners

C. Netwerkbijeenkomsten professionaliseren en sector inspireren met accent op onthaal

- Regiowerking
 - Sectormomenten lokaal niveau
 - Goed onderbouwde bilaterale contacten met het lokaal niveau
 - Nieuwe netwerken specifieke actoren
- Sectorwerking
 - MICE
 - Inspiratiedag
 - Logies
- Projectwerking
 - Ambassadeurschap stimuleren in projecten



Strategische en operationele doelstellingen

2. Ondersteunend vormen

- A. Op basis van inventarisatie, bij hiaten in het onthaalnetwerk specifieke vorming aanbieden

- B. Opleidingsaanbod ontwikkelen en aanbieden aan de sector
 - Partnerschappen met specialisten
 - Nieuw aanbod ontwikkelen:
ambassadeurstrajecten / toegankelijkheid / regio- en productkennis/
omgaan met moeilijke klanten
 - Opvolging en continuïteit

Strategische en operationele doelstellingen

2. Ondersteunend vormen

- C. Kennis- en kwaliteitstools ontwikkelen of aanpassen en aanbieden
 - Initiatiefmappen aanpassen / sectorwebsite
 - Performant distributienetwerk / mystery visits / kwaliteitsmanagement systeem

- D. Werking onderzoekscel
 - breder maken
 - resultaten beschikbaar maken voor de sector
 - Onderzoeksresultaten koppelen met CRM databank

Strategische en operationele doelstellingen

3. Interne competenties versterken

- A. Methodieken aanscherpen en vormen
 - Opleidingsvraag, -nood analyseren
 - Opleidingsplan met accent op onthaal
 - Waarderend onderzoek / brainstormtechnieken / hostmanship

- B. Ontwikkelen van intern lerend netwerk
 - Intern informatienetwerk stroomlijnen



Strategische en operationele middelen

2 strategische middelen

1. Personeel

2. Werkingsmiddelen



Strategische - en operationele middelen

1. Personeelsmatig

Coördinator

Intern competenties TOV team versterken = basis voor andere doelstellingen

2018

- Opleidingsplan
- Organisatiebreed beheersysteem voor data en CRM, incl sectorcontacten
- Afstemming onderzoekscel op sectorinformatie en –communicatie

Strategische - en operationele middelen

2. Werkingsmiddelen

A. Personeel

- verhoogde inzet op opleidingen personeel

B. Sectorwerking

- verhoogde inzet op sectorgerichte acties

die effectief en snel de kwaliteit van het onthaal bij publieke en private sector positief kunnen beïnvloeden

ambassadeurstrajecten

mystery visits

