

Inspiratie en beleving op vijfde editie van Hospitality Congres CSU

Waar kan een congres met de titel 'The inspiring hospitality journey' beter plaatsvinden dan in de Efteling? Het sfeervolle theatercomplex van 's lands populairste familiepark was op donderdag 8 november het decor voor alweer de vijfde editie van het CSU Hospitality Congres. Een jubileumeditie dus. Maar er viel nog veel meer te vieren. CSU bestaat 50 jaar, dus alle reden om extra feestelijk uit te pakken. Ruim 300 gasten lieten zich verwonderen en inspireren door Anita Witzier, topsporter Maarten van der Weijden, cabaretier Rob Urgert en vele, vele anderen. Tijdens het avondprogramma werd de allereerste innovatie award, genoemd naar de oprichter van CSU Cor van der Heijden voor de eerste keer uitgereikt. Een terugblik.

Alle zintuigen prikkelen

In de prachtige theaterzaal van de Efteling mocht tv-persoonlijkheid Anita Witzier de gasten



verwelkomen. "Ik had eerlijk gezegd nog nooit van de term 'klantreis' gehoord", gaf ze toe toen ze het programma met de zaal doornam. De klantreis, of anders gezegd customer journey, liep als een rode draad door het middagprogramma, dat bestond uit keynote sessies door Maarten van der Weijden en Frans Goenee en een zestal inspiratiesessies door toonaangevende sprekers uit het vakgebied. "Ik ben er inmiddels achter dat de klantreis gaat over alles wat je meemaakt, van het maken van een afspraak tot en met het verlaten van de parkeerplaats. Al je zintuigen doen mee tijdens die reis", vatte Anita samen.

Joan van Gompel, Roompot vakantieparken

"Ik was heel benieuwd hoe onze collega's van Landal GreenParks omgaan met veranderingen in hun organisatie. Ook wij zijn volop bezig met de 'guest journey'. Facilitaire medewerkers spelen daarbij een belangrijke rol. Een schoonmaker is al lang geen persoon meer met alleen een schoonmaakdoekje, maar echte een gastheer of -vrouw."

Hospitality trends

Hospitality staat bij de meeste van de aanwezige gasten al drie tot vijf jaar hoog op de agenda van de organisatie, zo leerden we tijdens de presentatie van Diane van Dijk. De CSU-Directeur Hospitality & National Accounts benadrukte dat aandacht voor de customer journey en hospitality veel oplevert voor zowel klanten als eigen medewerkers. Diane: "Je zou je medewerker als klant moeten behandelen. Niet alleen vanwege de krappe arbeidsmarkt, maar ook omdat goed voorbeeld goed doet volgen." Diane van Dijk belichtte aansprekende praktijkvoorbeelden die CSU toepast waaronder de leesbrillenbox, de volledig circulaire bedrijfskleding, tevens in de race voor een Corporate Fashion Award en het circulaire afvalinzamelsysteem Dar!n. Ook benoemde ze de kracht van 'high tech + high touch' en het belang van integrale samenwerking in de keten. Die integrale samenwerking leidde al tot een mooi samenwerkingsmodel: de FM Coalitie. In het Amsterdamse CIRCL-complex van ABN Amro bewijst dit partnership-denken elke dag zijn meerwaarde.

Dream big, start small

Spreker Maarten van der Weijden behoefde weinig introductie.

De boomlange topsporter en Olympisch kampioen leverde afgelopen zomer een wereldprestatie door zijn poging om de Elfstedentocht zwemmend af te leggen. Hiermee haalde hij vijf miljoen euro op voor onderzoek naar kanker. Deze ziekte wist hij zelf te overwinnen, wat hem motiveerde om zijn wereldprestaties neer te zetten. "Elke reis heeft elementen die minder prettig zijn", refereerde Maarten aan zijn zuurstoftentje en futuristische daglichtbril die hij in zijn trainingen gebruikte. "Droom groot, maar zet steeds kleine, goed doordachte stappen om je doel te halen", gaf de inspirerende zwemmer de zaal mee.



Yvette van den Tol, De Nederlandsche Bank

"Ik ken CSU omdat De Nederlandsche Bank partner is in de FM Coalitie. Dit samenwerkingsverband wordt goed ontvangen en is sterk aan het groeien. Voor alle organisaties die sturen op integraliteit, samenwerking en gelijkwaardigheid kan een dergelijke coalitie echt het verschil maken in de klantbeleving. Het zou wat mij betreft zelfs een uitgangspunt moeten zijn."

Herinneringen verkopen

Over dromen kan Frans Goenee aanstekelijk vertellen, werd snel duidelijk toen de Inspiratiemanager van de Efteling de gasten meenam in zijn verhaal over betoveren en verwonderen, rechte en kromme paden en muzikale paddenstoelen. "Ons park is groot geworden door herinneringen te verkopen. Onze medewerkers spelen een cruciale rol in de 'story telling' rondom ons merk. Want een mooie herinnering wordt vijftien tot twintig keer doorverteld, terwijl een slechte ervaring nog veel vaker wordt gedeeld." De Efteling scoort gemiddeld een 8.9 als het gaat om gastwaardering. "En dat is niet genoeg, want we willen een 9+ organisatie zijn", verklapte Frans. In het Eftelinghotel is dat doel al bereikt, want het hotel wordt mede door de inzet van de CSU-medewerkers, gewaardeerd met maar liefst een 9,4!



Een voldoende is een onvoldoende

Door naar de inspiratiesessies, verzorgd door Landal GreenParks, Altuïtion, Leesman, BeSense, Prinses Maxima Centrum en Wageningen University. “Om een 9+ organisatie te worden, moet je accepteren dat een voldoende simpelweg een onvoldoende is”, zette Stephan van Slooten zijn publiek meteen op scherp. “Een organisatie die een zeventje scoort op klantbeleving, creëert geen WOW-effect. Juist die negens en tiens, die worden onthouden”,



aldus de specialist van bureau Altuïtion. Dat wil niet zeggen dat een organisatie aan de lopende band tiens moet halen. “Beter een paar keer een tien en soms een zes, dan altijd een acht”, gaf Theo de Koning, Director Operations van Landal GreenParks de zaal mee. Vervolgens kregen de deelnemers aan deze inspiratiesessie een interessant kijkje achter de schermen van de bungalowpark-keten en zijn merkeloofte. “Onze ‘guest journey’ was voorheen een marketingtool. Totdat we beseften dat niet wij, maar onze gasten het best weten hoe ze hun vakantie willen beleven.” Met behulp van social media-onderzoek en klantprofielen werd de koers van de klantreis verlegd. “Green moments that matter en ‘klein geluk’; dat willen we voor onze gasten creëren met onze medewerkers, middelen en processen”, lichtte Marloes Immerman, Manager Process & Change toe.

Cor van der Heijden Award

Het avondprogramma stond geheel in het teken van de uitreiking van de Cor van der Heijden Award. Juryvoorzitter en lid Raad van Bestuur van CSU Esmée Ficheroux legde uit waarom de prijs door CSU in het leven is geroepen en naar de oprichter vernoemd is. “Cor van der Heijden had een droom over ondernemerschap, vernieuwen, durven en doen. In die geest willen we een podium bieden aan start-ups en jonge ondernemers met impactvolle ideeën voor de facilitaire branche. Alles om werken makkelijker, fijner, gezonder en socialer te maken”, aldus een trotse juryvoorzitter. Drie innovatieve ideeën maakten kans op de innovatieprijs: KeyWe, het ontwikkelplatform voor het lerend vermogen van teams, Warp Industries en hun plan voor virtuele trainingen met 360° video's, en SchoolSupply, ‘vending machines’ nieuwe stijl.

Warp Industries wint

Ook de zaal kon meestemmen. De voorkeur ging uit naar Warp Industries, maar het was aan de jury om de definitieve beslissing te nemen op basis van de criteria originaliteit, impact, uitvoerbaarheid en ondernemerschap. Tijdens het juryberaad entertainde cabaretier Rob Urgert, onder andere bekend van het tv-programma De Kwis, de gasten met zijn eigenzinnige kijk op creativiteit. Het herkennen van creativiteit is nog niet zo eenvoudig, zo bleek toen Urgert een Picasso en een door een chimpansee gemaakt schilderij naast elkaar zette. De jury had ook een flinke kluit aan het bepalen van de winnaar. De drie inzendingen scoorden allemaal goed op de mens-factor, werkgeluk en ondernemerschap. Uiteindelijk maakten gamification en de slimme data-toevoeging van Warp Industries het verschil. Guido Helmerhorst mocht namens zijn team de award, die werd overhandigd door de familie Van der Heijden, in ontvangst nemen. De prijs, een heuse ‘succesversneller’, bestaat uit een investeringsbedrag van 10.000 euro en de ondersteuning van CSU bij de verdere ontwikkeling van het gepresenteerde idee. www.cvdhaward.nl

Guido Helmerhorst, Warp Industries

“Ik ben ontzettend trots op deze award en zie talloze mogelijkheden voor ons idee in de facilitaire sector. Leren en opleiden met behulp van VR-technologie zorgt ervoor dat deelnemers aantoonbaar beter gaan presteren. Ons onderzoek wijst uit dat deze methode zelfs 43% effectiever is dan de traditionele opleidingsmethodieken.”



CSU feliciteert de winnaars van de Cor van der Heijden Award en bedankt alle gasten, collega's en samenwerkingspartners voor een inspirerende en geslaagde dag.