

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 144

van **BRECHT WARNEZ**

datum: 5 januari 2024

aan **JO BROUNS**

VLAAMS MINISTER VAN ECONOMIE, INNOVATIE, WERK, SOCIALE ECONOMIE EN LANDBOUW

Agentschap Plantentuin Meise - Klanttevredenheid

Burgers, ondernemingen en overheden verwachten een sterke, toegankelijke en klantgerichte dienstverlening en werking van de Vlaamse overheid. Het is belangrijk te waken over de kwaliteit van dienstverlening, ook bij het Agentschap Plantentuin Meise.

Een belangrijk instrument daarbij is het voeren van een klanttevredenheidsonderzoek. Dankzij klanttevredenheidsonderzoeken of -metingen verwerft een overheid verbeterinformatie en wordt de band met de klanten versterkt. Bovendien stimuleert dit het klantgericht denken binnen de organisatie. Een klanttevredenheidsonderzoek bevordert de evolutie van een aanbodgestuurde naar een meer vraaggestuurde dienstverlening en werking waarbij burgers, ondernemingen en overheden steeds centraal staan.

Graag alle data in Excel ter beschikking stellen.

1. Wanneer werd de laatste klanttevredenheidsmeting uitgevoerd wat de werking en de dienstverlening van het Agentschap Plantentuin Meise betreft?
2. Om de hoeveel tijd is er een meting van de klanttevredenheid?
3. Gebruikt het Agentschap Plantentuin Meise andere methodes dan een bevraging alleen om klanttevredenheid te meten? Zo ja, welke methodes?
4. Op basis van welke criteria worden de tevredenheidsmetingen gehouden?
 - a) Wat zijn de doelstellingen?
 - b) Hoeveel respondenten werden er bevraagd?
 - c) Hoe zorgt men ervoor dat de steekproef representatief is voor de klant van het Agentschap Plantentuin Meise?
 - d) Is er een minimumresponsgraad?
 - e) Gaat het om een gestratificeerde steekproef, een willekeurige steekproef of wordt er gewerkt via zelfselectie?
 - f) Wordt na een klantencontact standaard een bevraging gedaan?
 - g) Hoe wordt bepaald welke aspecten van de dienstverlening al dan niet bevraagd worden?

- h) Worden de resultaten gestandaardiseerd?
- 5. Verloopt het klanttevredenheidsonderzoek digitaal of fysiek?
- 6. Worden de klanttevredenheidsmetingen volledig uitgevoerd door de eigen diensten van het agentschap of wordt er daartoe ook samengewerkt/uitbesteed met/aan gespecialiseerde adviesbureaus?
 - a) In het laatste geval, hoeveel bedroeg de kostprijs voor die klanttevredenheidsmeting per jaar?
 - b) Vanwaar de keuze voor deze manier van aanpak?
- 7. Wat waren de belangrijkste resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting?
 - a) Wat is de algemene tevredenheid(sscore)?
 - b) Wat zijn de (voornaamste) verbeterpunten?
 - c) Werd er specifiek ook gepeild naar de tevredenheid over digitale dienstverlening?
 - Zo ja, wat waren de resultaten hieromtrent?
 - Zo niet, waarom niet?
 - Zo niet, wordt er overwogen om daar in de toekomst naar te vragen?
- 8. Hoe verhouden zich de resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting ten opzichte van de voorlaatste?
 - a) Wat was de algemene tevredenheid(sscore) van de voorlaatste klanttevredenheidsmeting en wanneer werd die uitgevoerd?
 - b) Is er een positieve of negatieve evolutie?
- 9. Op welke wijze werd gevolg gegeven aan de laatste klanttevredenheidsmeting?
 - a) Hoe zullen de resultaten in de werking van het Agentschap Plantentuin Meise geïmplementeerd worden?
 - b) Heeft de minister daartoe specifieke instructies gegeven?
 - c) Op welke manier volgt de minister de doorvoering van mogelijke verbeterpunten op?
- 10. Communiqueert het Agentschap Plantentuin Meise na het klanttevredenheidsonderzoek nog naar de respondent over wat men doet met de resultaten van het onderzoek?
- 11. Is er op korte termijn een nieuwe klanttevredenheidsmeting gepland? Zo ja, wanneer worden de resultaten verwacht?
- 12. Hoe evalueert de minister de laatste klanttevredenheidsmeting van het Agentschap Plantentuin Meise?

ANTWOORD

op vraag nr. 144 van 5 januari 2024

van **BRECHT WARNEZ**

1. Plantentuin Meise monitort constant de tevredenheid van de klanten. Dit gebeurt door (1) de monitoring van online reviews (Google, Facebook, Tripadvisor), (2) het uitvoeren van tevredenheidsenquêtes bij individuele bezoekers volgens het protocol van Toerisme Vlaanderen, (3) het monitoren van de dienstverlening via mystery shoppers, (4) het capteren van feedback via een website formulier en via alle andere mogelijke communicatiekanalen en (5) het bevragen van groepsbezoeken (inclusief scholen) via een overhandigde QR-code en een herhaalmail na het bezoek.
2. De klanttevredenheid wordt constant gemonitord.
3. Naast bevestigingen maakt de Plantentuin gebruik van online reviews, vrije feedback en mystery shoppers.
4. a)
 - ♣ Online reviews: Voeling houden met de bezoekerservaring in de Plantentuin.
 - ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: Het doel van de enquête voor Toerisme Vlaanderen is het hefboomproject Plantentuin 2.0 te evalueren, om feedback te krijgen over de bezoekerservaring en te kunnen kijken hoe wij ons verhouden tot andere toeristische attracties. De Plantentuin gebruikt deze informatie om het aanbod en de dienstverlening continu te verbeteren.
 - ♣ Mystery shopper: Op basis van deze bevestigingen monitort de Plantentuin vooral het gastheerschap van de medewerkers en de correcte verkoophandelingen naar de bezoekers toe, de administratieve benadering en het horecagebeuren. Op deze manier houdt de Plantentuin constant de vinger aan de pols en kan de Plantentuin de werking bijsturen waar nodig.
 - ♣ Bevestiging groepen: Het doel is het aanbod van de Plantentuin voor groepen te evalueren en de kwaliteit van de gidsen op te volgen en indien nodig bij te sturen.b)
 - ♣ Online reviews: onbepaald; elke klant kan review schrijven; totaal aantal reviews op Google op 11/01/2024 is 6.599.
 - ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: 3.805 voor het werkjaar 2023.
 - ♣ Mystery shopper: 60 bezoeken voor het werkjaar 2023 (tijdens 1 bezoek worden meerdere teams geëvalueerd).
 - ♣ Feedbackformulier: 41 spontane meldingen gecapteerd via feedbackformulier in 2023.
 - ♣ Bevestiging groepen (inclusief scholen): in 2023 respectievelijk 85, 21 en 14 respondenten voor groepen, basisscholen en secundaire scholen.c)
 - ♣ Online reviews: geen controle over representatief zijn van de steekproef; door het grote aantal reviews en de lage drempel voor dit type reviews is de representativiteit wellicht groot. Bovendien waken platformen erover dat eigen reviews en niet relevante reviews geweerd worden.

- ♣ Feedbackformulier: Ook bij de spontane feedback is er geen controle over de representatie.
- ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: Toerisme Vlaanderen heeft een protocol waarbij de momenten waarop geënuquëteerd wordt gerandomiseerd is met als bedoeling alle mogelijke tijdstippen, weersomstandigheden, en type bezoekers te representeren en voldoende grote aantallen respondenten te bekomen. De enquête maakt een onderscheid in 3 verschillende groepen, namelijk dagtoerist, inwoner en verblijfstoerist. We hebben als Plantentuin zelf geen invloed op deze bepalingen maar zijn van mening dat hiermee onze type bezoekers goed zijn omschreven.
- ♣ Mystery shopper: Doorheen het jaar bezoeken verschillende profielen de Plantentuin als mystery shopper: individu, gezin met kinderen, meerwaardezoeker, persoon met een beperking,... Het bezoek is steeds onaangekondigd en kan op elk moment plaatsvinden.
- ♣ Groepen en scholen: elke groepsverantwoordelijke wordt gevraagd het feedbackformulier voor groepsbezoeken in te vullen.

d)

- ♣ Online reviews: nee
- ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: Hierbij ligt het minimum aantal enquêtes dat afgenomen moeten worden bij een fysieke bevraging op 25 per halve dag.
- ♣ Mystery shopper: We vragen onze partner 5 dagen per maand een bezoek te plannen.
- ♣ Bevraging groepen en feedbackformulier: nee

e)

- ♣ Online reviews: willekeurig
- ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: Voor de fysiek afgenomen enquêtes wordt het protocol van Toerisme Vlaanderen gevolgd. De online enquêtes gebeuren willekeurig.
- ♣ Mystery shopper: willekeurig.
- ♣ Feedbackformulier: willekeurig.
- ♣ Groepsbevraging: elke groepsverantwoordelijke krijgt de enquête

f) Dit gebeurt enkel bij groepsbezoeken (inclusief scholen).

g)

- ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: Toerisme Vlaanderen bepaalt wat bevraged wordt. Er is ook ruimte voor vrije feedback.
- ♣ Mystery shopper en bevraging groepen en scholen: Plantentuin Meise bepaalt wat bevraged wordt; vooral focus op correcte dienstverlening.

h)

- ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: ja, via rapport in Power BI.
- ♣ Mystery shopper: ja, via rapport beschikbaar op website van partner.

5.

- Online reviews: digitaal
- Tevredenheidsenquêtes via Gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: digitaal & fysiek
- Mystery shopper: fysiek
- Groepen: digitaal en fysieke overhandiging van feedbackformulier (= kaartje met QR-code)
- Feedback: alle mogelijke kanalen (digitaal, fysiek, telefonisch, ...)

6. a)
- ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: gratis met inzet van vrijwilligers voor afname van de enquêtes
 - ♣ Mystery shopper: €4.936,80EUR
- b) Plantentuin Meise kiest voor een gezonde mix van eigen bevraging en uitbestede bevraging. De gestandaardiseerde bevraging door externen loopt al gedurende vele jaren en geeft daardoor een goed beeld van evoluties. De volledig intern georganiseerde bevragingen zoals groepen en scholen hebben dan weer het voordeel om kort op de bal te kunnen spelen. Er kan bijvoorbeeld gemakkelijk bijgestuurd worden indien er specifieke zaken bevroegd dienen te worden.
7. a)
- ♣ Online reviews (score op 5): Google reviews: 4,6; Facebook: 4,3; Tripadvisor: 4,5
 - ♣ Tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen: Net Promotor Score (NPS) van 73. De NPS wordt als volgt berekend: de bezoekers worden opgedeeld in 3 categorieën: de criticasters, de neutrals en de promotors, en het aandeel van elke groep wordt bepaald. Het percentage criticasters (gaven een score 0-6) wordt vervolgens afgetrokken van het percentage promotors (gaven een score 9-10) en dat cijfer bepaalt de NPS score. De groep neutrals speelt geen rol bij het berekenen van de NPS. Een NPS score kan gaan van -100 (als er geen promotors zijn en 100% van de bezoekers zijn criticasters) tot +100 (bij 100% promotors en geen criticasters). Elke score die groter dan nul is, is in feite goed aangezien er meer mensen de beleving aanraden dan degene die niet zo tevreden zijn. Toerisme Vlaanderen verwacht een score van boven de 20 voor de algemene NPS en van boven de 10 voor de NPS familie-vriendelijkheid (hier zijn de meeste mensen wat strenger over). Een score boven 50 is een uitstekende score. De NPS kan wel sterk verschillen per sector of domein, dus het is inderdaad interessant om deze te benchmarken met soortgelijke organisaties. Toerisme Vlaanderen geeft deze informatie echter niet vrij.
 - ♣ Mystery shopper: Via de rapportage zien we dat de algemene klantbeleving voor 2023 op 84.4% ligt.
- b)
- ♣ Tekort aan parkeerplaatsen: in 2024 zal de eerste fase van een nieuwe parking worden gerealiseerd.
 - ♣ Prijs/kwaliteit horeca: momenteel is het grootste deel van onze catering in handen van een externe partner, er loopt een proefproject met catering intern georganiseerd. Er wordt gebouwd aan een nieuw restaurant opening voorzien in 2025 wat een grote verbetering met zich mee zal brengen.
 - ♣ Bewegwijzering in het domein: we hebben hier als Plantentuin een beleidskeuze gemaakt, geadviseerd door een extern bureau om zo weinig mogelijk visueel vervuilende wegwijzers in het domein te plaatsen maar de wayfinding te bevorderen via gratis bezoekersplannetjes en knooppunten.
- c) Zowel de mysterie shoppers als de enquête van Toerisme Vlaanderen peilen hiernaar.
- De mystery shoppers bekeken de wijze waarop via mail en telefoon aan de klant geantwoord wordt. Steekproeven waren goed.
- De tevredenheidsenquêtes via gestandaardiseerde enquête Toerisme Vlaanderen peilt naar de manier waarop mensen informatie over de Plantentuin te weten komen en daar zien we dat 25% dit doet via onze website.

8. a) In 2022 was de NPS 71

b) De score bij Google Reviews is gestegen van 4 op 5 in 2014 naar 4,6 op 5 in 2024. De algemene NPS score van Toerisme Vlaanderen is gestegen van 57 in 2019 naar 73 in 2023. Dit is een zeer positieve evolutie. De NPS score specifiek voor de doelgroep gezinnen met kinderen is van 55 (2019) gestegen naar 62 in 2023. De algemene klantenbelevingsscore van de Mystery shopper schommelt rond de 85%.
De gemiddelde tevredenheidsscore voor groepsbezoeken daalde in 2023 van 4,6 naar 4,3 op 5. De gemiddelde tevredenheidsscore voor scholen basisonderwijs steeg in 2023 van 4,5 naar 4,6 op 5. De gemiddelde tevredenheidsscore voor scholen secundair onderwijs steeg in 2023 van 4,1 naar 4,6 op 5.
9. a) De opmerkingen rond gastheerschap worden maandelijks doorgenomen en besproken met de betrokken teams op deze manier zetten we de continue monitoring direct om in de praktijk.
Opmerkingen met betrekking tot infrastructuur en toegankelijkheid worden opgenomen in het masterplan voor de Plantentuin dat momenteel wordt uitgevoerd. Opmerkingen in verband met gidsen of gidsbeurten worden onmiddellijk teruggekoppeld met de betrokken gids. Inhoudelijke opmerkingen worden opgenomen door de educatoren van de Plantentuin die de educatieve ateliers en de gidsbeurten uitwerken.

b) Nee, maar de minister waakt over de correcte uitvoering van het masterplan voor de Plantentuin dat als doel heeft de Plantentuin terug naar de wereldtop te brengen van de botanische tuinen, als onderzoeksinstelling en als toeristische attractie.

c) De opvolging door de minister gebeurt via het ondernemingsplan en de evolutie van de bedrijfsindicatoren.
10. Negatieve reviews via de online platformen worden steeds behandeld, al of niet via de formele klachtenprocedure.
11. Zoals hoger vermeld, loopt de klantentevredenheidsmeting continu verder.
12. De klantentevredenheid voor Plantentuin Meise is erg groot en is de voorbije jaren sterk gestegen. Door de continue monitoring worden problemen ook snel gedetecteerd en kunnen ze efficiënt aangepakt worden.