

MAPS UNTOLD

1-METING

DRIVE MKB HORECA ONDERNEMERS TILBURG



DRIVE MKB PILOT 1-METING RAPPORT: 31-08-2023
MAPS UNTOLD VENTURES B.V.

DEELNEMENDE ORGANISATIES

STADSCAMPING TILBURG

- 10 KAMEERPLAATSEN, 10 CARAVANPLAATSEN, 20 TENTPLEKKEN, 2 HOUTEN WAGONNETJES, 4 VASTE TENTEN, 1 STACARAVAN.
- PMS: TOMMY BOOKING SUPPORT
- DOEL: GASTEN LANGER LATEN VERBLIJVEN DOOR DE INZET VAN DE STADSONTDEKKER TOOL EN MARKETING EFFORTS OP BASIS VAN INZICHTEN UIT DE DOELGROEP RAPPORTAGE.

HOSTEL ROOTS

- 12 KAMERS
- PMS: MEWS
- DOEL: 50% VAN DE GASTEN HEEFT BEHOEFTE AAN DE STADSONTDEKKER TOOL.

STECK

- RESTAURANT
- PMS: N.V.T.
- DOEL: EEN MEERDERHEID VAN DE GASTEN ZIET HET ALS EEN POSITIEVE ERVARING.

HET WAPEN VAN TILBURG

- 7 KAMERS
- PMS: LOBBI HOTEL SOFTWARE
- DOEL: MEER POSITIEVE REVIEWS OP GOOGLE.

KLOOSTER NIEUWKERK

- 21 KAMERS
- PMS: ROOMRACOON
- DOEL: HET GEMIDDELD AANTAL NIEUWE GOOGLE REVIEWS EN HET GEMIDDELDE GAAT OMHOOG OF 25% VAN DE GASTEN ERVAART DE STADSONTDEKKER TOOL ALS SUCCESVOL.

IBIS / MERCURE

- 80 / 108 KAMERS
- PMS: MEWS
- DOEL: HET GEMIDDELD AANTAL NIEUWE GOOGLE REVIEWS MOET STIJGEN MET 20% EN HET GEMIDDELDE MAG NIET OMLAAG.

STADSCAMPING TILBURG

Algemene informatie

Eric Steur is de contactpersoon voor de pilot. Hij is de geestesvader van het concept Stadscamping Tilburg en verantwoordelijk voor de operatie. De Stadscamping is een stichting en Eric betaalt zichzelf uit als zzp'er. Verder heeft de stichting een bestuur van 4 personen met een secretaris, een goede netwerker, een penningmeester en een juridisch expert. Eric is eindverantwoordelijk voor het concept.

De Stadscamping Tilburg heeft: 10 kampeerplaatsen, 10 caravanplaatsen, 20 tentplekken, 2 houten wagonnetjes (chalets), 4 vaste tenten en 1 stacaravan

Kamperen is niet het doel van de Stadscamping Tilburg, het is een middel om vrijwilligers een dagbesteding te geven.

Vrijwilligers zijn mensen die via terecht komen bij Eric, of via een reintegratietraject bij de Stadscamping Tilburg komen.

Ook werken er mensen die simpelweg één dag in de week iets anders willen doen dan hun normale werk. De Stadscamping Tilburg zit niet in de sociale molen, ze doen het zonder subsidie en moeten hun eigen broek omhoog houden.

In 2013 heeft Eric de Stadscamping bedacht, hij was toen begonnen met een aantal vrijwilligers. De camping moet professioneler om het houdbaar te maken, eerst zat Eric zelf in het bestuur en daarna ging Eric uit het bestuur, toen kreeg hij betaald voor de dingen die hij deed. De omzet ging hierdoor flink omhoog en Eric verdient zichzelf gemakkelijk terug. Nu kan hij gewoon meer doen voor de Stadscamping Tilburg. Eric doet veel aan de marketing kant, campingbeheer wordt uitgevoerd door de vrijwilligers. Eric doet echt alleen operationele dingen als mensen ziek zijn ed. Eric zijn voornaamste rol is zorgen dat de camping vol staat.



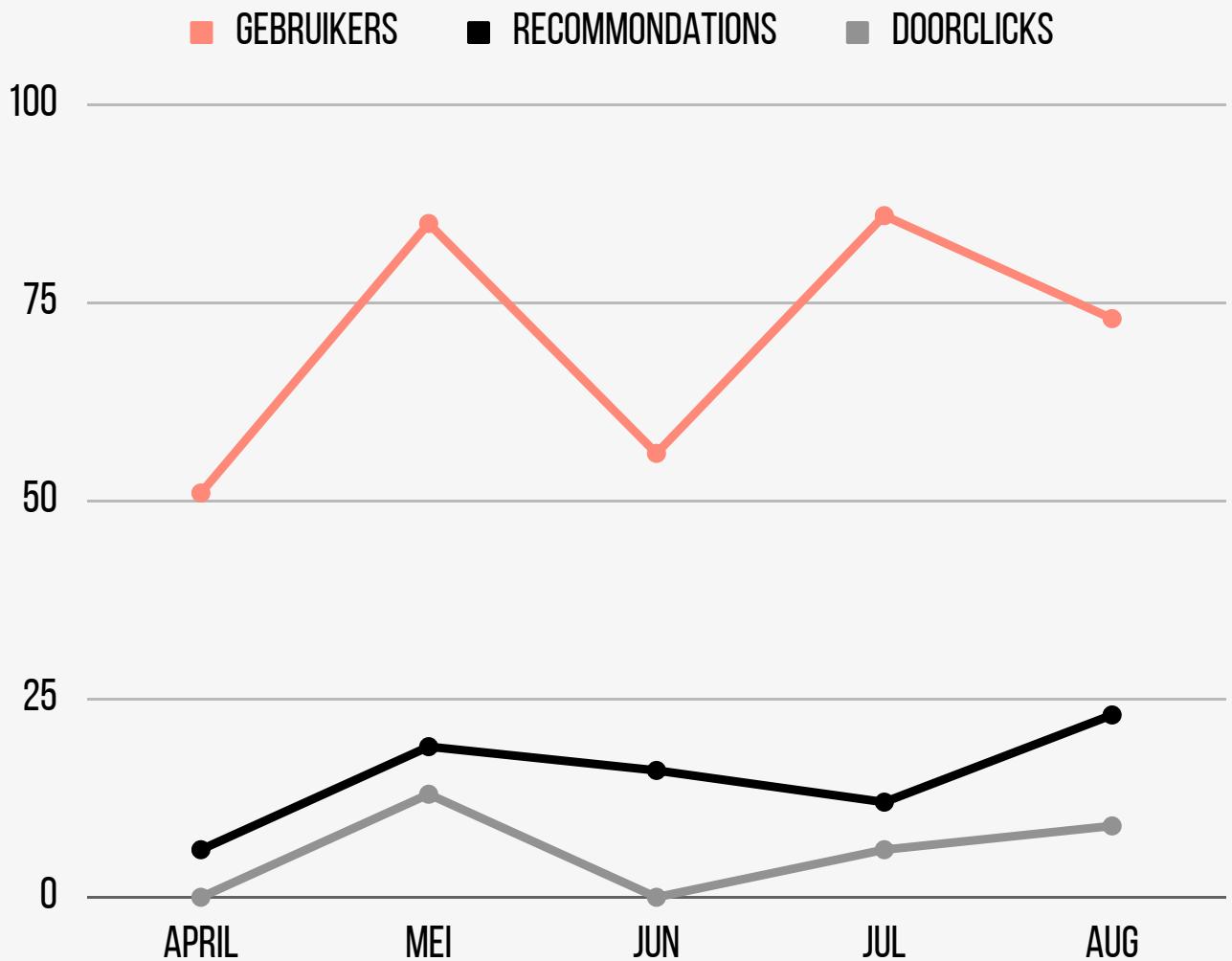
HOE KRIJG JE DE CAMPING VOL?

De website moet kloppen. Mensen moeten kunnen boeken en social media moet worden bijgehouden. Bij de VVV zijn ze zichtbaar, ze hebben hun website SEO-geoptimaliseerd, ze zijn zichtbaar op de ANWB website en doen een actie in de kleine campinggids. De camping is midden in het centrum en is gedurende de zomer ieder weekend vol. Gasten kunnen alleen via de website van de Stadscamping boeken, dit gaat via het Tommy Booking Support PMS-systeem. Eric meet daarnaast niks als het gaat om online gedrag van gasten. Wel geven gasten aan hoe ze de Stadscamping hebben gevonden. De eerste stap om een effectief projectplan te maken, is het vaststellen van een basislijn. De basislijn is de basis waarop de andere projectelementen zullen worden gebouwd. Dit moet een statement over de reikwijdte bevatten. Begin met het vaststellen van de behoeften van het bedrijf die het project beoogt aan te pakken en hoe het bedrijf van het project zal profiteren. Creëer vervolgens mijlpalen die passend zijn voor de grootte van het project. Maak vervolgens een 'work breakdown structure' (WBS), waarbij grote taken in kleinere worden opgesplitst. Stel ten slotte een basislijn-managementplan op dat beschrijft hoe belanghebbenden wijzigingen in de baslijn kunnen beoordelen en goedkeuren.



STADSCAMPING TILBURG

1-METING



MEESTE GEBRUIKERS KOMEN UIT



AMSTERDAM
28 GEBRUIKERS



ROTTERDAM
13 GEBRUIKERS



UTRECHT
9 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN



ETEN & DRINKEN
22 KEER AANGEVRAAGD



CULTUUR
18 KEER AANGEVRAAGD



NATUUR
12 KEER AANGEVRAAGD

HOSTEL ROOTS

ALGEMENE INFORMATIE

Hostel Roots heeft 12 kamers, maar de grootste kamers hebben 12 bedden. Marion en Koen zijn Hostel Roots gestart en zijn ook de enige aandeelhouders van het bedrijf. Hostel Roots groeit constant en de gasten zijn zeer tevreden.

Marion heeft eigenlijk geen probleem met het gepersonaliseerd aanbevelen van gasten want ze heeft een pagina met inspiratie gemaakt met locaties die ze zelf heeft gecureerd. Ze heeft het gevoel dat ze de gasten goed genoeg kent om zeker te zijn dat dit goed bevalt en ze geeft vaak ook advies in persoon. Ze vindt het vooral interessant om hieraan mee te doen omdat ze van innovatie houdt en ze vindt het leuk om andere ondernemers te helpen.

Marion vind het lastig om te investeren in de guest experience als het hotel eigenlijk heel goed loopt. De prijs van €0,80 / bed / maand vindt ze niet duur bijvoorbeeld, maar ze heeft momenteel ook geen probleem. Ze hoort gasten nooit over een tekort aan gepersonaliseerde tips. Ze denkt zelf aan upselling waar de vraag bijvoorbeeld kan zijn hoe je gasten langer kan laten verblijven.

MENING VAN DE EIGENAERESSE

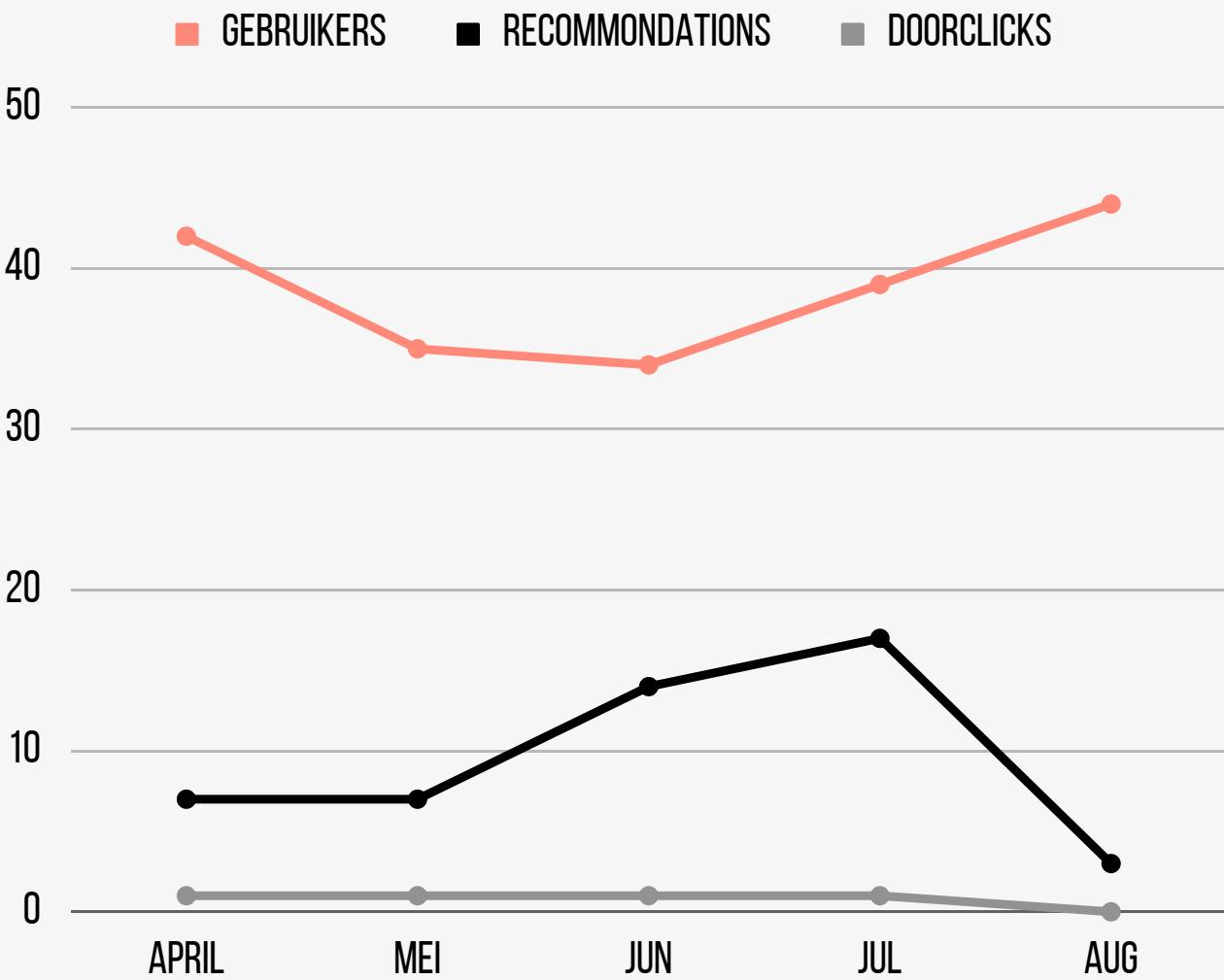
Marion is benieuwd what's in it voor de hotels. Hun gasten weten vaak goed waarnaar ze op zoek zijn. Wanneer je weet welke sfeer je zoekt, maar je kent de locatie niet, is dit een ideale tool. Voor sommigen is de eerste de beste plek om koffie te drinken goed, maar Marion is bijvoorbeeld een persoon die graag even een rondje maakt om de pareltjes te zoeken en te kijken of ze de cappuccino hebben die ze graag wilt.





HOSTEL ROOTS

1-METING



MEESTE GEBRUIKERS KOMEN UIT



ENSCHEDE
20 GEBRUIKERS



HALFWEG
12 GEBRUIKERS



ROTTERDAM
6 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN



ETEN & DRINKEN
23 KEER AANGEVRAAGD



CULTUUR
5 KEER AANGEVRAAGD



ACTIVITEITEN
4 KEER AANGEVRAAGD

STECK

Algemene informatie

Het is een restaurant, er zijn dus geen kamers voor gasten.

31 dec 2019 kregen Myrthe en Tom de sleutel. Ze hadden het concept snel gefinancierd en hadden vrienden die loodgieter zijn en in de bouw zitten om het concept snel operationeel te maken.

Tom en Myrthe zijn de 2 eigenaren en daarna zijn de geldschieters ook mede-aandeelhouder. Zij zijn niet betrokken in de bedrijfsvoering.

De organisatie bestaat uit 20 man personeel. 7 in de keuken en de rest bediening. Er is één iemand vast in dienst in de bediening en deze persoon ontwerpt ook kaarten en uitingen, ze vindt dat heel leuk. In de keuken werken vier koks die ook graag meedenken over de nieuwe kaart. Myrthe en Tom maken alle beslissingen.

Ze doen niet echt aan online marketing, alleen Facebook en Instagram. Hier delen ze content als wat de dagschotel is, de personeelsborrel, etc. Dit bestaat voornamelijk uit het Steck gevoel, informatie over de kaart en evenementen.

TOOLS

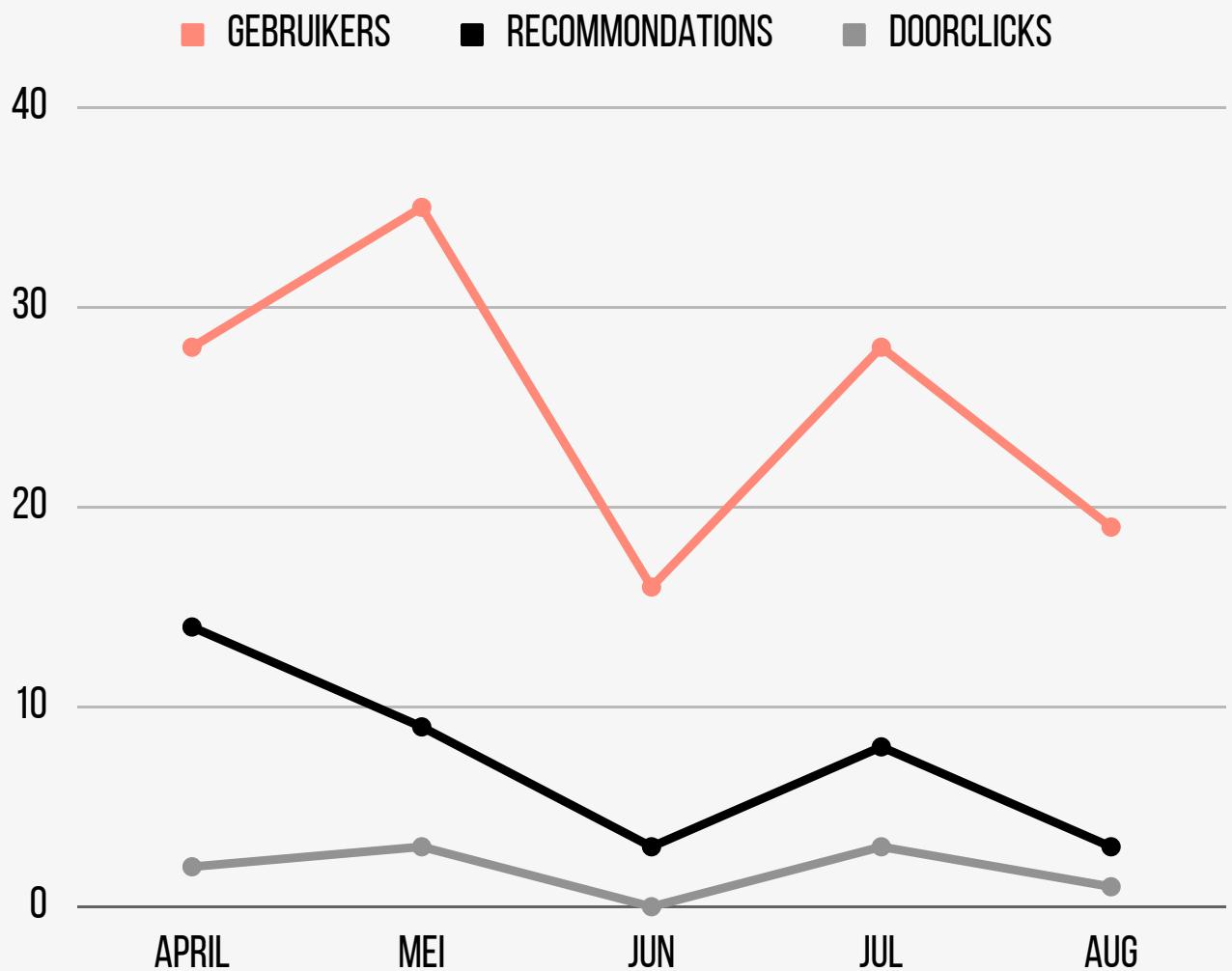
- Boekhoudprogramma: Exact
- Horecasoftware: Bork





RESTAURANT STECK

1-METING



MEESTE GEBRUIKERS KOMEN UIT



BERKEL
8 GEBRUIKERS



AMSTERDAM
5 GEBRUIKERS



DEN HAAG
5 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN



ACTIVITEITEN
11 KEER AANGEVRAAGD



NATUUR
8 KEER AANGEVRAAGD



CULTUUR
8 KEER AANGEVRAAGD

HET WAPEN VAN TILBURG

GUUS IS DE ENIGE AANDEELHOUDER EN LEIDT HET BEDRIJF. HIJ HEEFT 7 KAMERS IN TOTAAL WAARVAN 5 TWEEPERSONSKAMERS EN 2 GROEPSKAMERS MET 3 STAPELBEDDEN.

GASTEN KOMEN VAAK VOOR EEN EVENEMENT. SOMMIGE MENSEN GAAN BIJVOORBEELD OP FESTIVAL VAKANTIE I.P.V. WINTERSPORT.



Tools

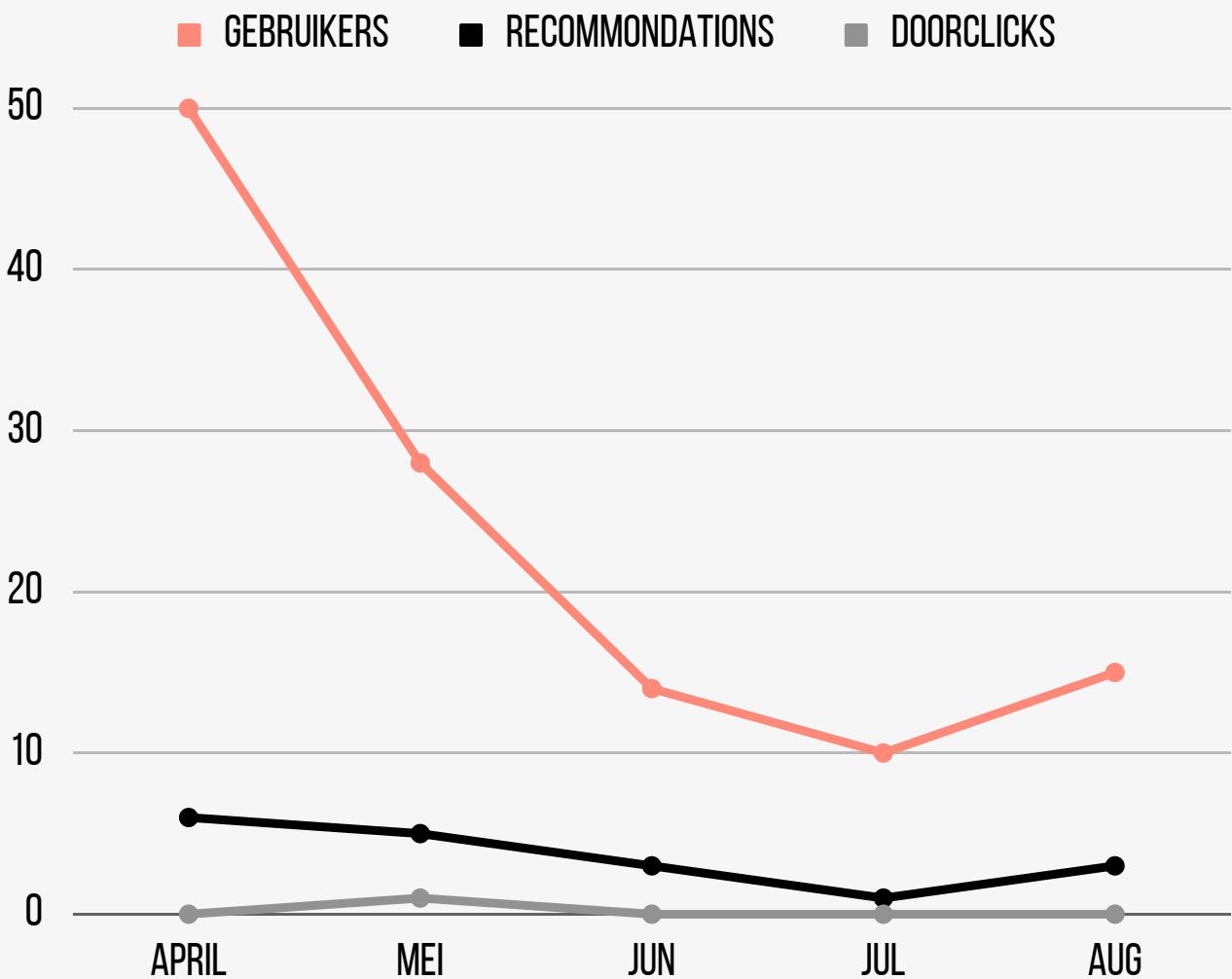
Het PMS is Lobbi by Mancloud.
Via the Fork krijgen gasten een mailtje als ze hebben gegeten om een review achter te laten.
Losse kaartjes om gasten naar een digitale omgeving de leiden wordt niet mee gewerkt omdat mensen het misschien meenemen.
Reviews krijgen is heel belangrijk. Tripadvisor is een bitch geweest door oude reviews (Guus zijn woorden). Op Google staat hij goed en Booking.com begint steeds beter te worden. Voor gastvrijheid staat hij een 10 en prijs/kwaliteit een 7 of 8, hij denkt zelf omdat de prijs erg laag is en je daarvoor natuurlijk ook een stukje kwaliteit inlevert, maar gasten dat niet altijd overwegen.

DE STADSONTDEKKER KUNNEN WE TOEVOEGEN IN DE BEVESTIGINGSMAIL MET EXTRA CATEGORIE UITGAAN EN BEZIENSWAARDIGHEDEN. GUUS WILT GEEN AVONDETEN AANBIEDEN IN DE TOOL OMDAT HIJ ZELF EEN RESTAURANT HEEFT, MAAR WEL UITGAAN EN ONTBIJTSPOTS ETC.



HET WAPEN VAN TILBURG

1-METING



MEESTE GEBRUIKERS KOMEN UIT



AMSTERDAM

4 GEBRUIKERS



DEN HAAG

4 GEBRUIKERS



TILBURG

4 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN



ACTIVITEITEN

6 KEER AANGEVRAAGD



UITGAAN

5 KEER AANGEVRAAGD



ENTERTAINMENT

6 KEER AANGEVRAAGD

IBIS / MERCURE TILBURG

Ibis en Mercure Tilburg wordt beheert door één general manager vanuit het moederbedrijf Accor Hotels. De volledige bedrijfsvoering is ingericht vanuit de keten en de general manager Niek van den Broek is mede-eigenaar, samen met de keten Accor hotels en zijn investeerder.

PMS: MEWS

Voor gasten hebben zij een eigen dashboard gebouwd in Wordpress, dit werkt hebben ze uitbesteed aan het Marketingcommunicatiebureau Share On (Tilburg). Op iedere kamer ligt een boekje met informatie en een grote QR code op de voorpagina die leidt naar het dashboard waar de gasten alle informatie kunnen inzien rondom het hotel en het verblijf.

DOEL

Het doel is om over 6 maanden gemiddeld per week 20% meer reviews op Google te krijgen dan nu en het gemiddelde mag niet omlaag.

INFORMATIE NODIG

De brandbooks van Mercure en Ibis.

TOUCHPOINTS

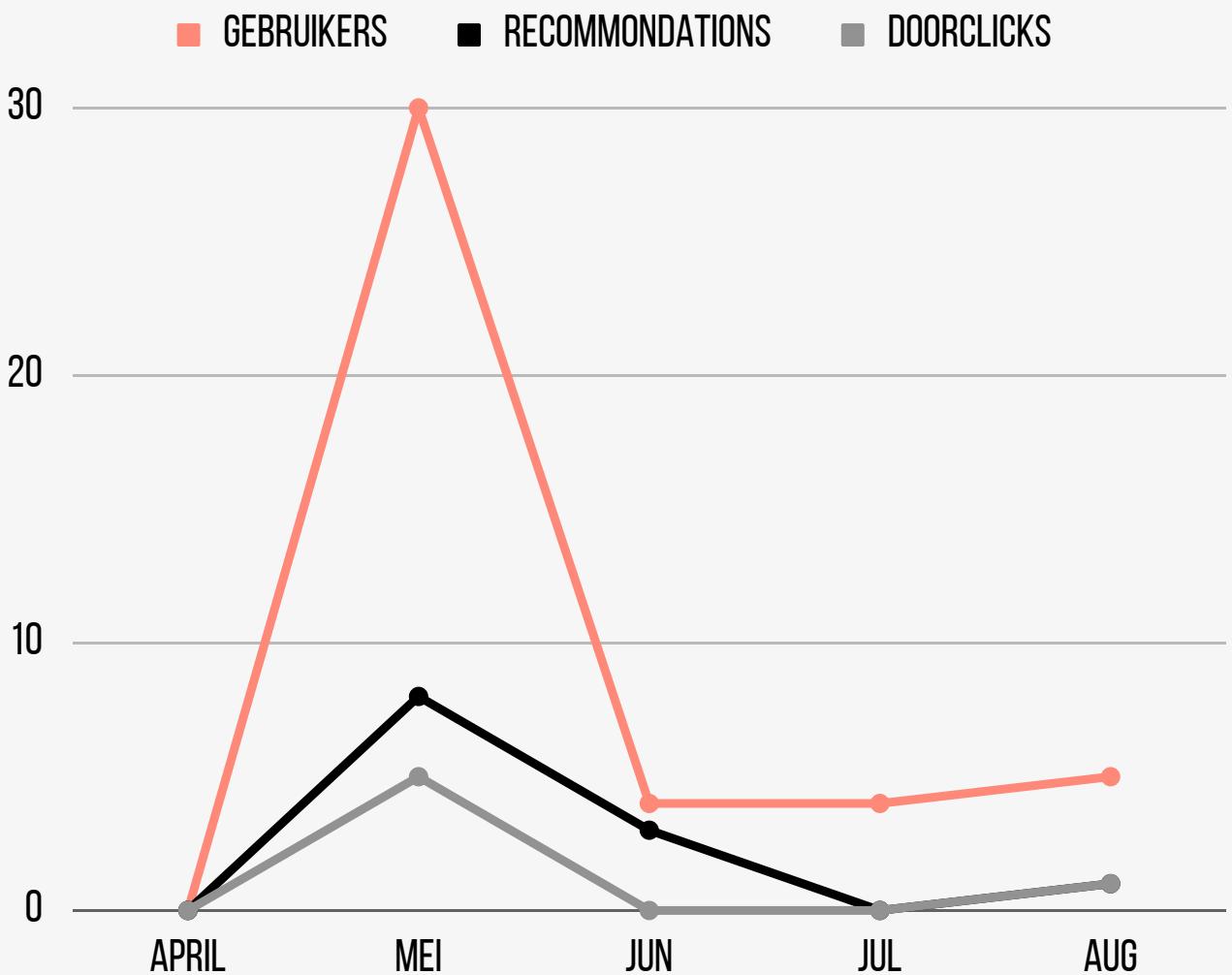
Boekjes op de kamer met een QR code op de cover die leidt naar het dashboard. Dit dashboard wordt als algemeen contactpunt gebruikt naar de gasten.





IBIS TILBURG

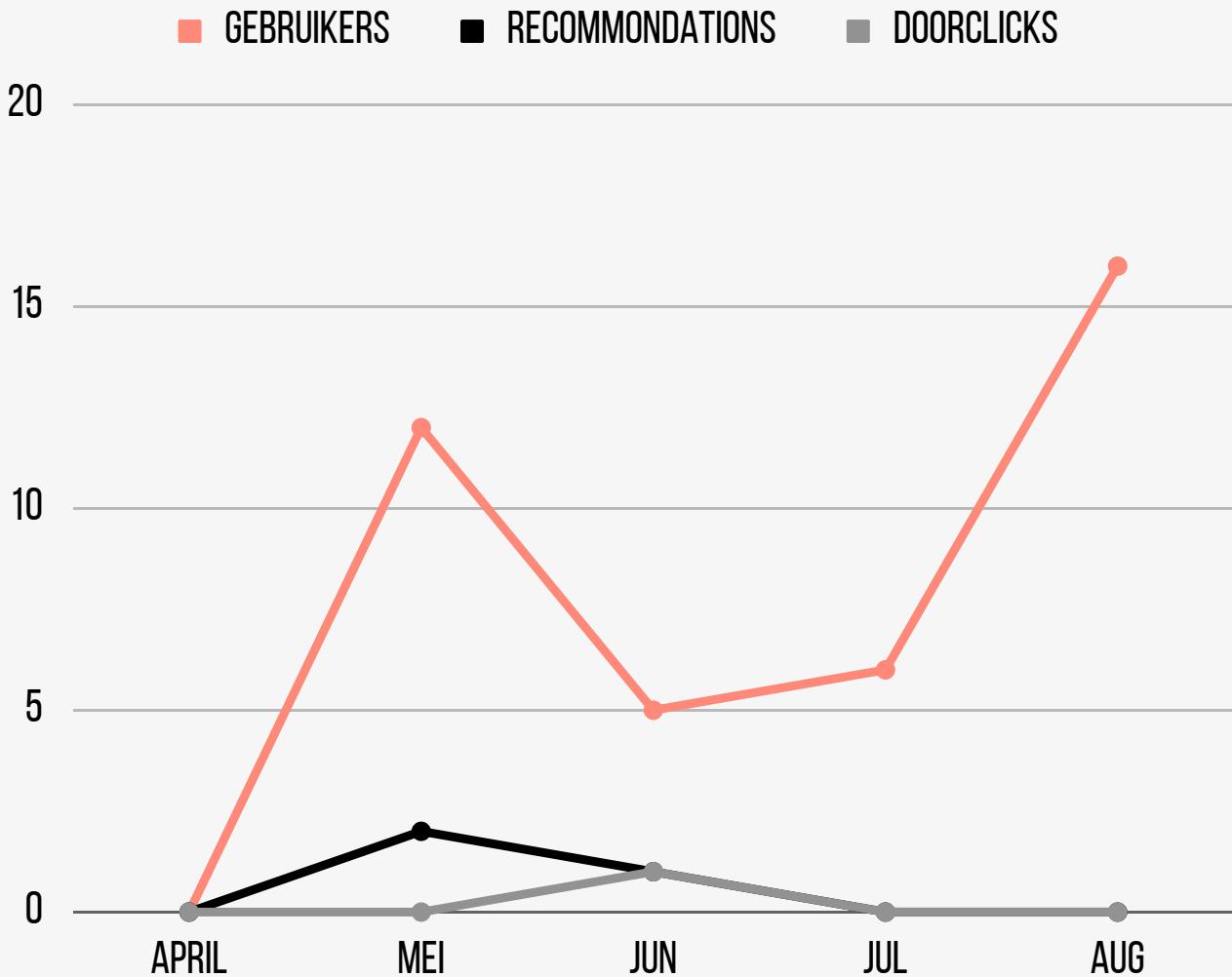
1-METING





MERCURE TILBURG

1-METING



MEESTE IBIS GEBRUIKERS KOMEN UIT



BERKEL
5 GEBRUIKERS



TILBURG
4 GEBRUIKERS



ENSCHADE
3 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN IBIS



ETEN & DRINKEN
5 KEER AANGEVRAAGD



UITGAAN
2 KEER AANGEVRAAGD



CULTUUR
2 KEER AANGEVRAAGD

MEESTE MERCURE GEBRUIKERS KOMEN UIT



ZIERIKZEE
10 GEBRUIKERS



AMSTERDAM
4 GEBRUIKERS



MOL
4 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN MERCURE



ETEN & DRINKEN
6 KEER AANGEVRAAGD



UITGAAN
5 KEER AANGEVRAAGD



NATUUR
6 KEER AANGEVRAAGD

KLOOSTER NIEUWKERK

Begin 2018 heeft Jochem Klooster Nieuwkerk overgenomen nadat de vorige eigenaar financieel (en psychisch) niet rond kwam. Daarna is hij ieder jaar 20% gegroeid m.u.v. de coronajaren. De gasten zijn zowel particulier (dagjes mensen, feest / huwelijk) en zakelijk (meetings, seminars, 2 of 3 daagse meetings incl. overnachtingen). Veel overheid, zorg, universiteit, banken. Die vergaderen hier dan een paar dagen en zij verzorgen dan alles. Hij regelt de kamers, de daginvulling doen gasten zelf. In de zomer is 90% van de gasten particulier, in de winter is 80% van de gasten zakelijk.

Dit schommelt erg mee met het seizoen. Naast de groepen heeft hij veel losse overnachtingen vanuit zakelijk en particuliere boekingen. Afhankelijk van de groep blijven zakelijke gasten vooral in het hotel. Soms hebben ze een dag ervoor of erna over als het internationale gasten zijn en dan gaan ze er soms op uit.

Voor beiden doelgroepen is de Stadsontdekker interessant. Het hotel heeft 21 kamers met in totaal 42 bedden. Jochem is de enigste eigenaar, verder is het een platte organisatie. Onder hem zit meteen de bedrijfsleider en daarna het personeel. Hij heeft ook een restaurant op locatie.

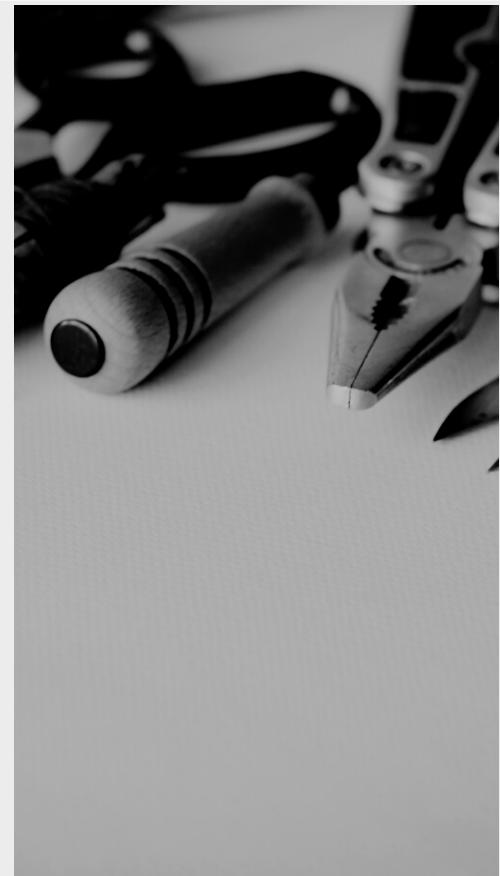
De Stadsontdekker tool bieden we aan zonder restaurants, uitgaansplekken nemen we wel mee in de tool.
Klooster Nieuwkerk is een plek voor: huiselijk, sfeervol, authentiek, rust, natuur, wandelen, terras.

TOOLS

PMS: RoomRacoon
De OTAs hangen eraan vast.

Dynamic pricing en de channelmanager zit in RoomRacoon.
Mailchimp hebben ze maar ze doen er de laatste tijd niet zoveel mee.
Qua marketing gebruiken ze Instagram/Facebook vooral.

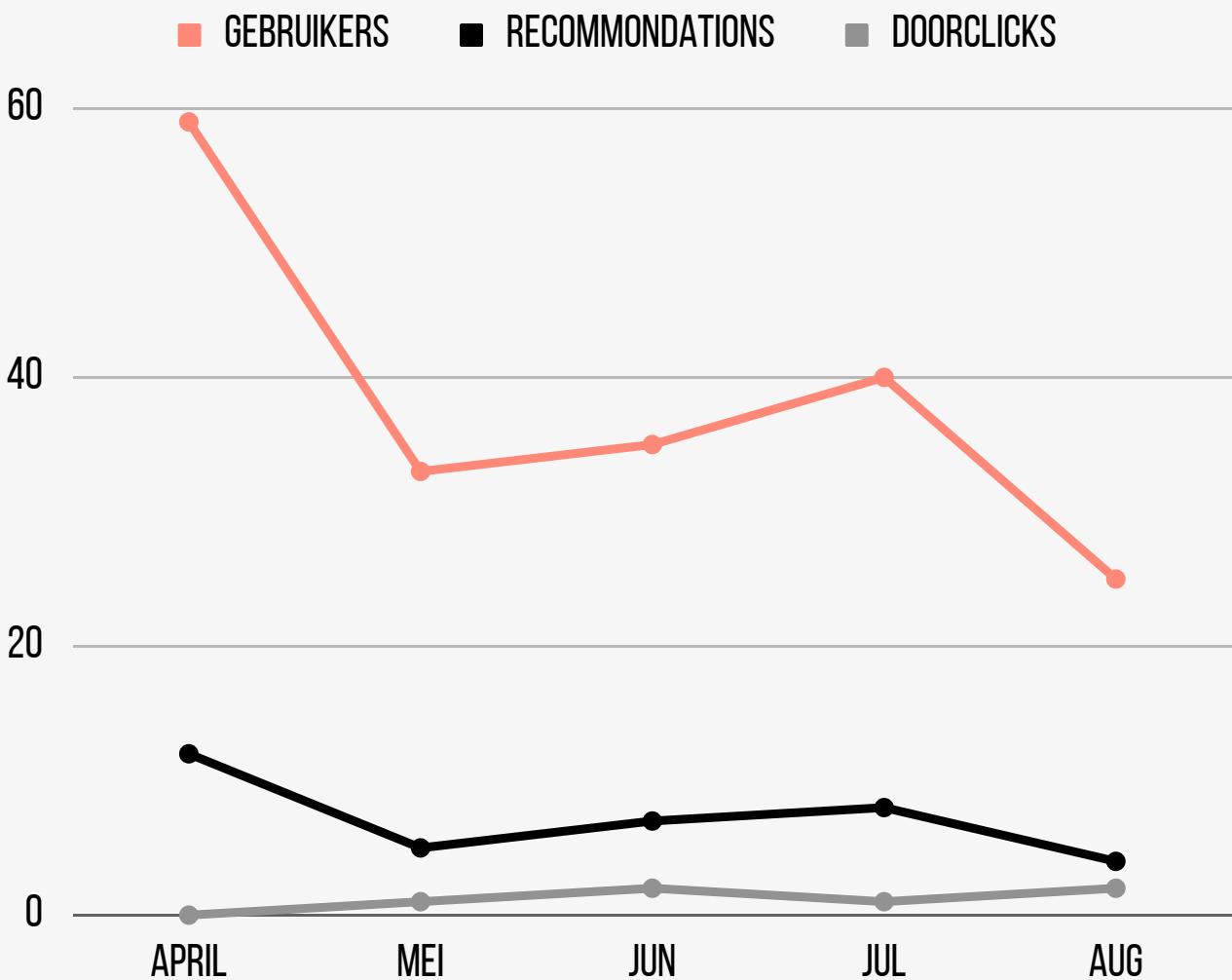
Als iemand een kamer boekt: bevestigingsmail, update mail (extra's, details), bedankmail.
Meeste via OTAs, maar ook een groot deel via de website of handmatig.





KLOOSTER NIEUWKERK

1-METING



MEESTE GEBRUIKERS KOMEN UIT



HILVERSUM
3 GEBRUIKERS



TURNHOUT
2 GEBRUIKERS



GHENT
2 GEBRUIKERS

FAVORIETE CATEGORIEËN



ACTIVITEITEN
12 KEER AANGEVRAAGD



CULTUUR
6 KEER AANGEVRAAGD



NATUUR
5 KEER AANGEVRAAGD