



HOE MAAK IK MIJN WINKELGEBIED GASTVRIJ?

D.D. 1 NOVEMBER 2020

Gemeenten, retailers en vastgoedpartijen zoeken naar oplossingen om het winkelgebied, en met name de binnenstad, weer aantrekkelijk te maken voor haar inwoners en bezoekers. Om daarin te slagen zal naar de bredere behoefte van de mens moeten worden gekeken. Alle keuzes die de mens maakt zijn in de eerste plaats gericht op het leven in een sociale omgeving. Sociale meerwaarde leidt ertoe dat bewoners en bezoekers met meer plezier hun tijd doorbrengen in winkelgebieden. Dit kan bereikt worden door in te zetten op gastvrijheid in winkels en op straat.

Gastvrije winkelgebieden trekken meer bezoekers aan, zorgen dat mensen er vaker naartoe gaan, en dat ze er langer blijven. De extra bestedingen die hierdoor worden gedaan, hebben een positieve impact op het winkelgebied. Door de gunstige indruk die mensen hiermee krijgen, worden bezoekers én bewoners op hun beurt ambassadeurs van het winkelgebied. Zowel ondernemers, gemeenten, bewoners als vastgoedeigenaren profiteren van een gezellige, florerend winkelgebied.

GASTVRIJHEIDSPROGRAMMA'S

Om een lokaal gastvrijheidsprogramma in te richten, is het belangrijk inzicht te krijgen in de verschillende contactmomenten voor, tijdens en na het bezoek aan een winkelgebied –de zogenaamde klantreis. Deze diverse contactmomenten kunnen worden verdeeld in drie categorieën:

→ *Het welkome product*: een logisch samenhangende mix van detailhandel, horeca, cultuur, voorzieningen, evenementen, thema's en ondersteunende serviceconcepten, afgestemd op

het bezoekersprofiel.

→ *De welkome atmosfeer*: de uitstraling van de openbare ruimte. Architectuur en inrichting, geuren, kleuren, leesbaarheid en vindbaarheid, parkeren/fietsstalling, sanitaire voorzieningen, en natuurlijk de basisvoorwaarden van schoon-heel-veilig.

→ *Het welkome gedrag van de mensen*: human-to-human contactmomenten. Live ontmoetingen zijn vaak het meest bepalend, zo blijkt uit onderzoek. Van winkelmedewerker tot serveerster of barman, van receptioniste tot taxi- of buschauffeur; en niet te vergeten alle dienstverleners in de openbare ruimte. Zij zijn allen gastheer of gastvrouw voor hun eigen zaak of organisatie, maar ook voor het hele winkelgebied.

Om op de verschillende contactmomenten in te kunnen spelen is klantinzicht noodzakelijk. Wie zijn eigenlijk de bezoekers van het gebied? Wat is hun sociale motivatieprofiel? En wat is hun bezoekmotief? En wat zijn de belangrijkste contactmomenten in het winkelgebied waarop je kan inspelen?

Met behulp van deze inzichten kan gastvrijheid bijdragen aan binnensteden waar men graag en vaak komt, waar het fijn verblijven is, waarmee men zich verbonden voelt. Je kunt het creëren van positieve ervaringen vanuit drie invalshoeken benaderen:

→ *Het private domein*: Een winkelgebied zal als meer gastvrij worden ervaren naarmate er meer gastvrij gedrag tussen mensen plaatsvindt. Echte verbinding, aandacht, je gezien en gehoord voelen, gekend en erkend worden.

→ *Het sociale domein*: Een winkelgebied zal als meer gastvrij worden ervaren naarmate er een cultuur heerst die gericht is op menselijkheid en cohesie, met aandacht voor verschillende groepen bezoekers, bewoners en werkers. Een visie, ambitie, samenwerken, dingen afstemmen, afspreken, elkaar aanspreken. Een gastvrije community die verbindt en die tot sociale meerwaarde leidt.

→ *Het commerciële domein*: gastvrijheidsconcepten die als waardedrijver in een winkelgebied worden ingezet, concepten die de klantbeleving centraal stellen. Deze zijn niet voorbehouden aan horeca, maar denk ook aan zaken als evenementen of maatschappelijke activiteiten die ook sociale waarde opleveren.



Belangrijkste uitgangspunten voor het invullen van een gastvrijheidsprogramma zijn:

- Een duidelijk inzicht in het sociale motivatieprofiel van de inwoners en daarmee bezoekers.
- Inzicht in het DNA van de stad en haar merkblofte en dat deze door alle stakeholders wordt gedragen.
- Een gezamenlijke visie op gastvrijheid als vertrekpunt, waarin het belang en de toegevoegde waarde van gastvrijheid worden onderschreven.

KRITISCHE SUCCESFACTOREN VOOR EEN GASTVRIJE WINKELGEBIED

Lokale betrokkenheid van stakeholders

Lokale betrokkenheid van alle stakeholders bepalend is voor het succes van het gastvrijheidsprogramma. De lokale organisatiegraad en de aanwezigheid van Centrummanagement zijn belangrijke factoren. De gemeente kan een belangrijke aanjager zijn in dit traject, maar moet ervoor waken dat ze het project niet 'oplegt'. Een te grote regierol van de gemeente kan als gevolg hebben dat andere partijen zich minder betrokken of verantwoordelijk voelen. Het is wenselijk dat de verschillende partijen gezamenlijk invulling geven aan het programma.

Gastvrijheidsprogramma samen met lokale partijen vormgeven

Het gastheerschap is iets dat uit mensen zelf moet komen en niet kan worden opgelegd. Dit betekent dat het van groot belang is om samen met de lokale stakeholders inhoud te geven aan het programma. Daarbij is inzicht in de merkblofte van de binnenstad en de sociale motivatie van haar gebruikers (bezoekers en ondernemers) noodzakelijk. Voor de ontwikkeling van sociale meerwaarde is het belangrijk om niet alleen naar bezoekers te kijken, maar ook naar ondernemers onderling, mensen van de buitendienst en medewerkers van de gemeente. Samen maken ze de stad.

Tijd en draagvlak cruciaal om stakeholders te activeren

Het creëren van draagvlak kost veel tijd. Volg het lokale tempo en neem de tijd om het project op te starten met alle stakeholders. Vandaag lanceren

betekent niet dat iedereen er morgen mee aan de slag gaat. Het is met name belangrijk om op voorhand goed uit te leggen wat de meerwaarde is van een gastvrijheidsprogramma. Het is belangrijk om te benadrukken dat het gaat om het uitdragen van een collectief verhaal, een gevoel van trots op de stad en wat deze te bieden heeft.

Rol gastdames en heren sterk afhankelijk van functie en ambitie winkelgebied

Als winkelgebied moet je goed nadenken over waar je ze voor zou willen inzetten. Zijn ze vooral een lokaal aanspreekpunt bij evenementen of vervullen ze een belangrijke rol voor het dagelijkse bezoek? Belangrijk is dat ze niet ingezet worden voor commerciële reclameactiviteiten voor specifieke attracties of ondernemers. Het is immers de bedoeling dat zij er zijn om bezoekers zich gastvrij te laten voelen. Zorg dat de gastdames en heren door de ondernemers en andere partijen worden omarmd.

Een gastvrijheidsprogramma is geen eenmalige investering

Belangrijkste opgave is de borging van gastvrijheid en gastheerschap. Een winkelgebied zal altijd gastvrij moeten zijn. Dit betekent dat men vanaf het begin al moet nadenken over borging op de langere termijn.

Voor meer informatie



