

Informatie- en servicebehoeften onderzoek

Een onderzoek naar de informatie- en servicebehoeften van Oad Reizen bezoekers naar Disneyland Parijs

Nada Bajur en Naïma Pierie

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs

6 april 2010

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2010 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

In opdracht van het Kenniscentrum van Saxion Hogescholen te Deventer, in samenwerking met Oad Reizen te Holten, is in de periode september 2009 tot en met maart 2010 een afstudeer onderzoek uitgevoerd. In het kader van de opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs aan de Saxion Hogeschool te Deventer. De aanleiding voor het onderzoek is de wens van Oad Reizen om de informatie- en servicebehoeften van Disneyland Parijs bezoekers te onderzoeken en met deze resultaten unieke serviceconcepten ontwikkelen. Dit zodat Oad Reizen zich kan onderscheiden van de concurrenten voor reizen naar Disneyland Parijs, en tegelijkertijd om de service te optimaliseren en te verbeteren.

De centrale beleidsvraag van dit onderzoek luidt: Welke unieke, voor de bezoekers relevante serviceconcepten, kan Oad Reizen ontwikkelen om zich te onderscheiden van de concurrentie in het aanbieden van georganiseerde reizen naar Disneyland Parijs?

Als eerste heeft er literatuuronderzoek plaatsgevonden, waarbij de nadruk op service, informatie en informatiebehoeften lag. Daarna heeft er een extern onderzoek plaatsgevonden door middel van een benchmark. Het doel van de benchmark is om Oad te vergelijken met de andere touroperators en aanbieders van het product Disneyland Parijs, om te bepalen waar Oad Reizen staat met hun aanbod en service. Vervolgens is een veldonderzoek uitgevoerd naar de informatie- en servicebehoeften van de bezoekers aan Disneyland Parijs. Deze inrichting is vooral gericht op de bezoekers die bij Oad Reizen hebben geboekt en met de Oad Kidsbus naar Disneyland zijn gereisd.

Voor het informatie- en servicebehoeften onderzoek is eerst een meetinstrument bepaald, waarna de onderzoeks- en analysemethode zijn opgesteld. Vanuit de onderzoeksmethode zijn de informatie- en servicebehoeften onderzocht, waarna de gegevens zijn geanalyseerd. Dat heeft geleid tot conclusies en aanbevelingen. Tevens zijn er vier advies dagprogramma's gemaakt voor Oad Reizen, welke eerst in een proefperiode van zes maanden te gebruiken zal zijn.



Conclusies

- De macht van de leverancier (Disneyland Parijs) is zeer groot. Dit betekent dat Oad Reizen een goed samenwerkingsverband moet blijven behouden en versterken.
- De macht van de afnemers (de gasten) is groot. Dit betekent dat Oad Reizen de relatie tussen hun huidige en potentiële gasten goed moet blijven houden en versterken. Tevens is het ook belangrijk dat Oad Reizen de behoeften en de wensen van de huidige en potentiële gasten waarneemt en hier ook op inspelen.
- In de brochure, op de site en in het informatieboekje met praktische tips en goede raad moet over de volgende onderwerpen meer informatie worden gegeven: de FASTPASS®, de hotels, de attracties/shows en de Disney parken.
- Het reserveren van zitplaatsen in de bus is gewenst door de gasten, vooral voor de gasten die met groepen vanaf 8 personen reizen. Want de gasten vinden het prettig om als groep bij elkaar te kunnen zitten in de bus.
- Bij de reisbescheiden moet de beschrijving van de opstapplaats voor de bus duidelijker beschreven worden.
- De Oad servicebalie is vooral bekend bij de doelgroep ouders met kinderen tot en met 11 jaar. Het was voor deze doelgroep niet eenvoudig om de Oad servicebalie te vinden.
- De gasten hebben zich nauwelijks voorbereid op hun reis naar Disneyland Parijs. Een voorbereiding op bijvoorbeeld het bekijken welke attracties de gasten willen bezoeken, welke route de gasten gaan lopen door de parken of welke attracties lange rijen hebben heeft geen één gast gedaan.

Aanbevelingen

- Het aanbod van Oad Reizen uitbreiden. De volgende bij te boeken extra's adviseren wij Oad Reizen om aan te bieden en toe te voegen aan hun aanbod; Een Vaux-le-Vicomte tour en Ontdek het middeleeuwse leven in Provins.
- Verbetering van de informatiebronnen van Oad Reizen. Het gaat voornamelijk over de volgende onderwerpen: de FASTPASS®, de hotels, de attracties/shows en de Disney parken.
- Wat betreft de busreis worden de volgende zaken aanbevolen; maken van een klein plattegrond voor de opstapplaats zodat het voor de gast duidelijk is wat de precieze opstapplaats is, de tijdsplanning van de busreis moet minder strak gemaakt worden en er moet zitplaatsreservering komen dit zou Oad Reizen eventueel tegen betaling kunnen doen.
- De Oad servicebalie moet bekender worden bij de gasten. Om dit te bereiken wordt aanbevolen om een aparte folder te maken over de Oad servicebalie, in de brochure, in het informatieboekje met praktische tips en goede raad en op de site moet meer aandacht besteed worden aan de Oad servicebalie en tot slot moet Oad Reizen met de eigenaar Planet Hollywood onderhandelen voor het plaatsen van een bordje bij Planet Hollywood zodat de gast goed weet waar de Oad servicebalie zich bevindt.
- Het uitgeven van vier verschillende dagprogramma's voor verschillende doelgroepen. Uit ons veldonderzoek is gebleken dat het voor de gast lastig is om zelf een goede dagindeling te maken voor een bezoek aan de parken. De gasten zullen het erg fijn vinden om meer structuur te krijgen in de dag en er zoveel mogelijk uit te halen. Daarom wordt er aanbevolen aan Oad Reizen om hierop in te spelen en dagprogramma's uit te geven.