



MYSTERY VISIT BILDERBERG RÉSIDENCE GROOT HEIDEBORGH

PRACHTIGE LOCATIE MET VEEL OPTIES

Ons land kent vele bijzondere locaties, maar maken ze ook hun beloftes waar? In deze rubriek gaat een mystery guest voor Meeting Magazine op onderzoek uit. Ditmaal ging Bilderberg Résidence Groot Heideborgh de uitdaging aan.

ONLINE ORIËNTATIE

Om een evenement te kunnen organiseren, word je verwezen naar de algemene website van Bilderberg. Deze website is volledig in de huisstijl van de hotelketen en de afbeeldingen passen daar goed bij. Wel is deze website wat onoverzichtelijk vanwege de diverse lettergroottes en schrijfvormen. De pagina van Résidence Groot Heideborgh biedt een duidelijk overzicht met betrekking tot de capaciteit. De pagina is logisch ingedeeld en de contactpersoon staat vermeld. Er is ook (iets te) veel informatie aanwezig in de vorm van een mooie virtuele tour, een te downloaden factsheet, een filmpje, reviews én suggesties over de activiteiten. Over de f&b is juist weinig informatie te vinden.

Geslaagd is de pop-up met veelgestelde vragen op de pagina van het hotel zelf. Op deze pagina staan de verschillende type kamers, de gemiddelde beoordeling en de diverse arrangementen. De foto's

zijn van de standaard tweepersoonskamers. Een foto van de badkamer ontbreekt, terwijl een aparte douche en een apart bad juist een pluspunt is. De kamergrootte en de ruimte komen op de foto goed over, maar sfeer en details ontbreken.

De website biedt een vijftal opties van de kamers die met name verschillen in tarieven (flexibel, voordeeltarief, volpension). De tweede pop-up met een actie voor een arrangement, die verschijnt als je wat langer op de website verblijft, zou hier goed passen. Dan hoeft je niet twee pagina's terug te zoeken om een meerdaags arrangement te boeken. De arrangementen zelf zijn met zorg samengesteld en hebben, gezien wat je ervoor terugkrijgt, een prima prijs-kwaliteitverhouding.

AANKOMST EN ONTVANGST

De route naar deze locatie midden in de natuur is prachtig. De parkeerplaatsen staan duidelijk aan-



gegeven. Bij binnenkomst word je gewezen op de COVID-19-maatregelen. De entree is ruim opgesteld en licht. Achter de donkerhouten balie staan twee verzorgde dames in bedrijfskleding, inclusief mondkapje. Na een vriendelijke begroeting komt één van de medewerksters achter de balie vandaan en geeft aan dat ze de desbetreffende persoon even gaat infomeren. De mystery guest mag plaatsnemen op het terras en wordt koffie of thee aangeboden. Het is op dat moment echter al bijna dertig graden. De keuze tussen een plekje op het terras of binnen in de airco was prettig geweest.



Weet jij of de service en kwaliteit die bij je bedrijf hoort ook zo wordt ervaren door je gasten? Mystery visits is een perfect middel om hier inzage in te krijgen. De mystery guest zijn een weerspiegeling van je gasten en brengen concreet in kaart wat er goed gaat en waar het beter kan. HS Brands (voorheen Mystery Review) heeft al ruim zestien jaar ervaring in het uitvoeren van mystery visits in onder andere hospitality, retail en facilitair. Kijk voor meer informatie op hsbrands.eu.

De medewerkster die de rondleiding verzorgt, komt aangelopen met twee plateautjes met gebakjes. Ze stelt zichzelf niet voor, maar haar stem matcht met de enthousiaste stem die

de mystery guest een dag eerder aan de telefoon had voor het maken van deze afspraak. Het gezellige kennismakingsgesprek op het terras wordt niet gebruikt om de mystery guest als potentiële klant beter te leren kennen en om iets te vertellen over de locatie. Maar de medewerkster zorgt zo wel voor een goede sfeer en brengt het gevoel over dat alles hier goed geregeld wordt.

RONDLEIDING

De zalen bevinden zich onderaan de trap. In de mooie ontvangsthall kan een prachtige muur in elke gewenste kleur licht worden uitgelicht, net als de andere wand richting de hotelkamers. Elke zaal kijkt uit op de tuin of de bossen en heeft een deur naar buiten. De zalen zijn voorzien van donkergrijze vloerbedekking en strak, donkergrijze meubilair. Daarnaast zijn er kleine meeting rooms en een ruimte met twee grote banken die zich goed leent voor een heisessie in huiskamersfeer. Het restaurant komt even aan bod, maar de



F&B-opties van het hotel en de wensen van de mystery guest helaas niet.

De buitenplaats wordt omringd door bomen en grenst aan een schapenwei. Deze ruimte kan gebruikt worden voor teambuildingactiviteiten, kick-off, personeelsbijeenkomsten en life cooking experiences. De medewerkster is heel oplettend bij het laten zien van de ruimte. Zo loopt ze niet het hele terrein over in verband met de hakken van de mystery guest.

De hotelkamers komen in het echt beter over dan op de foto's op de website. De 'standaard' hotelkamer is ruim en heeft een groot bed, een desk met een stoel, twee fauteuils met een tafeltje en een kast. De nieuwe badkamer heeft een douche en een aparte ruimte met bad en toilet. De vernieuwde hotelkamers hebben allemaal uitzicht op de tuin of op het bos. Er liggen verder geen accessoires op de kamer. In verband met de coronamaatregelen is de desk leeg, net als het tafeltje bij de fauteuils.

De medewerkster maakt erg goed contact en neemt ruim de tijd om met de mystery





guest in gesprek te gaan. Ze werkt met plezier en geeft de indruk dat ook de sfeer onderling goed is. Wel vraagt ze te weinig uit over het event. Hierdoor krijgt de mystery guest het idee dat ze geen goed beeld heeft van de wensen en hoe zij daar op in kan spelen. De algemene zaken weet ze goed te vertellen. Na de rondleiding loopt de medewerkster mee naar de auto. Het beloofde visitekaartje geeft ze mee in een tasje met twee gekoelde drankjes, een appel, een sinaasappel en een stuk chocola. Dit gastvrije gebaar is een mooie afsluiter van een goed oriënterend gesprek.

Na afloop geeft de mystery guest via de e-mail haar gegevens voor de offerte en het concept draaiboek van het event door aan de medewerkster. De mystery guest geeft aan geen haast te hebben en vindt het prima om de offerte pas de volgende dag te ontvangen.



Reactie van Wouter Wagelaar, general manager:

"We vonden het ontzettend leuk om deze mystery guest te hebben mogen ontvangen. De verbeterpunten die aan worden gestipt, zullen we zeker meenemen. Op dit moment zijn we bijvoorbeeld druk bezig met het integreren van een nieuw F&B-concept, dus later dit jaar zal zeker op onze website hier het een en ander over te lezen zijn. Het is mooi om te lezen dat deze mystery guest over het algemeen heel tevreden is over onze prachtige (event)locatie. Hier staat een sterk team dat alles uit de kast haalt en dat komt terug in deze recensie. We mogen met recht trots zijn!"

EINDOORDEEL

Résidence Groot Heideborgh is een prachtige locatie voor zakelijke meetings. Het hotel biedt veel opties, is omringd door groen en is erg centraal gelegen. De mate van gastvrijheid - de taartjes bij de thee die de medewerkster zelf meebrengt, het tasje met lekkers en de gekoelde drank voor onderweg en de gereserveerde parkeerplaats - was verrassend. Verder zijn er ruime vernieuwde meetingruimtes en hotelkamers.

ENKELE TIPS EN VERBETERPUNTEN

- Op de eventpagina staat iets te veel informatie. Het is lastig om te zien of je op de pagina van juiste locatie zit. Bij de hotelkamers ontbreekt juist de informatie over de arrangementen.
- Vraag tijdens het eerste telefoongesprek naar details. Zo ga je voorbereid

het gesprek in, leer je de klant beter kennen en kun je hier tijdens het locatiebezoek verder op inspelen. Doe je van tevoren online research naar de klant, gebruik dat juist in het gesprek. Dat creëert nog meer betrokkenheid.

- Het eerste contactmoment voor de rondleiding biedt een mooie gelegenheid om kennis te maken met de klant. Denk mee, doe suggesties en visualiseer hoe het event eruit kan zien.
- Laat de f&b terugkomen tijdens het oriënterend gesprek. Vertel over de mogelijkheden die er zijn.
- Een goodiebag is een leuke attentie. Stop er vooral ook een flyer of folder in met de mogelijkheden. Dit geeft tijdens een interne vergadering waarin het event wordt besproken net iets meer beeld dan een laptop met de website en de foto's.