



Succesverhaal

Van feedback naar de ultieme gastbeleving: Zo doet Holland Casino het!



+31 85 130 17 00
support@insocial.nl
www.insocial.nl


Hoe Holland Casino feedback inzet als fundament voor de ultieme gastbeleving

Holland Casino is al jaren een begrip in de Nederlandse casinomarkt en heeft vestigingen verspreid door heel Nederland. Sinds drie jaar heeft Holland Casino ook een online casino. Gastvrijheid heeft altijd centraal gestaan bij Holland Casino. Daarom zijn ze continu bezig met het verbeteren van de gastbeleving, zowel offline als online.

Van gefragmenteerde feedback naar een stabiele basis

Holland Casino deed al jaren metingen op het gebied van gastbeleving, maar de data die die opleverden waren niet optimaal. "We hadden de metingen bij verschillende bureaus belegd en die pakten dit allemaal op een andere manier aan," vertelt Peter Olthoff, Teamlead Research bij Holland Casino. "Daardoor hadden we geen consistente data en dat maakte het lastig om de hele gastreis goed in kaart te brengen."

Daarom besloot Holland Casino op zoek te gaan naar één systeem waarmee ze alle metingen op een consistente manier konden uitvoeren. Insocial bleek de perfecte match. Peter: "Insocial is een relatief jong bedrijf dat werkt met slimme, moderne technologie. Dat sprak ons heel erg aan. Daarnaast bleek hun systeem alle functionaliteiten te bieden die wij nodig hadden."



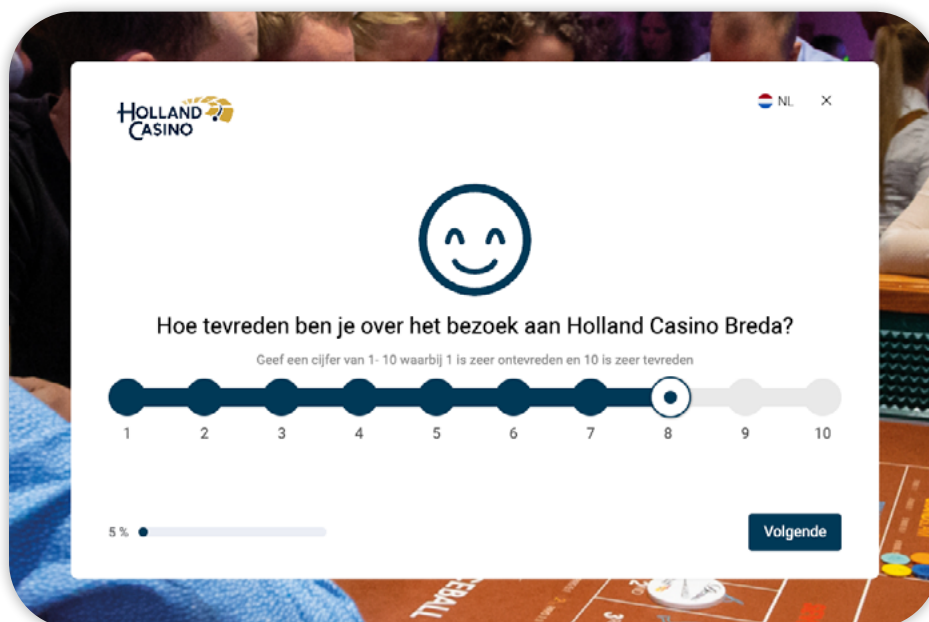
Doordat we alle metingen in één systeem hebben, kunnen we ook de uitnodigingsfrequentie goed managen. We hebben business rules ingesteld in Insocial waardoor gasten niet te vaak een uitnodiging krijgen.

- Peter Olthoff, Teamlead Research - Holland Casino

Een doordacht feedbacksysteem op drie niveaus

Holland Casino meet de gastbeleving nu op drie niveaus. Peter: "We hebben een KPI-huis ontwikkeld met verschillende niveaus. Op relationeel niveau meten we vier keer per jaar hoe gasten en online spelers Holland Casino in het algemeen ervaren. Op bezoekeniveau kijken we naar de ervaring van één specifiek bezoek aan onze casino's. En op touchpoint-niveau meten we alle specifieke contactmomenten, van de website tot de klantenservice. Het fijne aan Insocial is dat we dit allemaal binnen één systeem kunnen meten."

Met al die metingen loop je natuurlijk het risico dat je gasten gaat overvragen. Daar heeft Holland Casino rekening mee gehouden. Peter: "Doordat we alle metingen in één systeem hebben, kunnen we ook de uitnodigingsfrequentie goed managen. We hebben business rules ingesteld in Insocial waardoor gasten niet te vaak een uitnodiging krijgen."



Ook de medewerkersbeleving wordt gemeten

Holland Casino meet zowel de medewerkers- als de gastbeleving met Insocial. Deze geïntegreerde aanpak komt niet uit de lucht vallen. In 2019 deed Holland Casino uitgebreid onderzoek naar de verbinding tussen de medewerkersbeleving, de gastbeleving en het bedrijfsresultaat. Dat deden ze samen met een extern bureau en de VU Amsterdam. Peter vertelt: "Uit ons onderzoek kwam een heel duidelijk verband naar voren. Als medewerkers meer of minder plezier ervaren in hun werk, dan heeft dat direct impact op hoe gasten hun bezoek ervaren en op het uiteindelijke bedrijfsresultaat. Daarom vinden we het heel belangrijk om zowel de medewerkersbeleving als de gastbeleving te meten. Het is heel fijn dat dit bij Insocial binnen één systeem kan."



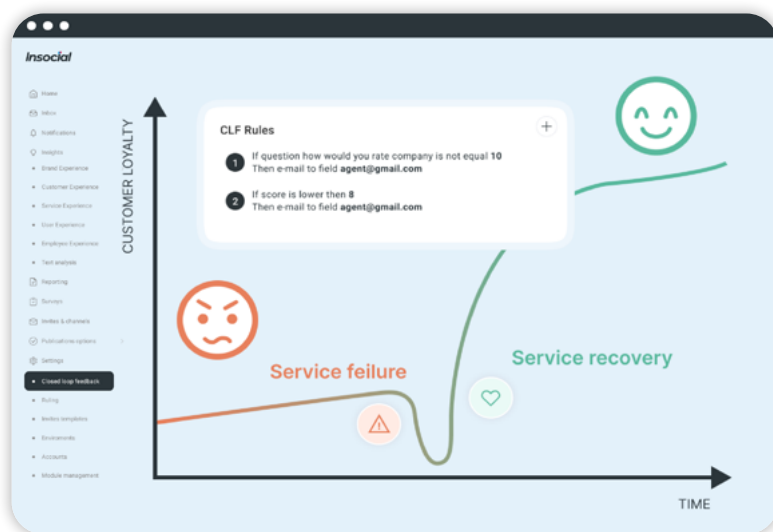
Een bottom-up beweging

De tevredenheid van gasten bij Holland Casino is al jaren hoog en stabiel. Toch legt de organisatie de lat nog hoger. "We willen de beste zijn in de hospitality sector als het gaat om gasttevredenheid," vertelt Peter. "Daarnaast zien we dat sommige vestigingen het beter doen dan andere. Die verschillen willen we verkleinen door van elkaar te leren. Ook hebben we te maken met steeds diversere gasten en medewerkers, met elk hun eigen wensen en verwachtingen." Om al deze uitdagingen aan te pakken, heeft Holland Casino iedereen in de organisatie nodig. Daarom hebben ze op verschillende niveaus teams samengesteld die zich met gastbeleving bezighouden.

1. De Journey Experience teams initiëren lokale verbeteringen

Op vestigingsniveau werken de Journey Experience teams. "In elke vestiging zit een team van ongeveer acht mensen, met een duty manager als aanspreekpunt," vertelt Peter. "Zij zijn onze ambassadeurs op de werkvloer. Ze analyseren de feedback, bedenken verbeterplannen en betrekken andere medewerkers bij het verbeteren van zowel de medewerkers- als de gastbeleving."

Holland Casino gelooft in een bottom-up aanpak. Peter: "Deze mensen kennen hun gasten het beste en weten wat werkt in hun vestiging."



2. Het Journey Regie team coördineert en faciliteert verbeterinitiatieven

De gastreis loopt door de hele organisatie heen. Daarom heeft Holland Casino een speciaal Journey Regieteam opgericht waarin verschillende disciplines samenkomen. Peter legt uit: "Het team bestaat uit mensen van communicatie, commercie, gaming & services, operatie en HR. En ook ik ben er onderdeel van. Samen coördineren en faciliteren we alle initiatieven rondom gastbeleving - zowel de landelijke, strategische plannen als de lokale verbeteringen die uit de Journey Experience teams komen."

3. Sponsors vanuit de directie geven strategische sturing

De Directeur Commercie, Directeur HR en Directeur Operatie zijn de sponsors vanuit de directie. "Het Journey Regieteam update hen regelmatig over wat er op het gebied van gastbeleving gedaan en bereikt wordt," vertelt Peter. "Zij bespreken dit met de rest van de directie en zorgen voor afstemming met onze strategische activiteiten en KPI's. Ook zorgen ze ervoor dat gastbeleving hoog op de agenda blijft staan."



Journey-denken als basis

Het hele feedbacksysteem van Holland Casino is gebaseerd op journey-denken. "We verzamelen feedback tijdens de hele gastreis en brengen die zo volledig in kaart," legt Peter uit. "Van het moment dat gasten iets opzoeken op de website tot het moment dat ze hun auto parkeren. En van het bestellen van een drankje bij de bar tot aan het contact met de klantenservice na hun bezoek. Door alle touchpoints uniform en consistent te meten, kunnen we zien waar het goed gaat en waar het beter kan."

De verschillen tussen de gewenste beleving en de daadwerkelijke beleving vormen de basis voor gerichte verbeteringen. Peter: "Als we zien dat mensen bij binnenkomst heel tevreden zijn, maar dat hun beleving bij de bar bijvoorbeeld een dip krijgt, dan weten we precies waar we moeten ingrijpen om de ervaring te verbeteren."

Insocial denkt en groeit met ons mee

De samenwerking met Insocial bevalt Holland Casino uitstekend. "Onze accountmanager zit heel kort op de bal. Ook in het weekend reageert hij als het echt urgent is," vertelt Peter.

Hij is ook erg te spreken over de slimme functionaliteiten die Insocial biedt: "De prioriteitenmatrix is bijvoorbeeld een heel waardevol instrument. Deze matrix laat zien welke aspecten van onze dienstverlening de grootste impact hebben op de tevredenheid van gasten. Zo weten we precies waar we onze energie in moeten steken."

Ook waardeert Peter hoe Insocial samen met hen groeit. "Als wij iets willen doen wat nog niet mogelijk is in Insocial, dan staan ze altijd open om daarin mee te denken. Als andere klanten dezelfde behoefte hebben, dan gaan ze die functionaliteit graag bouwen."



Een stabiele basis om de beleving te blijven verbeteren

Inmiddels werkt Holland Casino 3 jaar met Insocial en staat er een stevig fundament. "We hebben nu een stabiele basis waarop we ons hele gastbelevingsproces kunnen uitbouwen," zegt Peter. "We hebben goed inzicht in de gastreis en elke vestiging heeft inmiddels drie of vier verbeterplannen bedacht en uitgevoerd. Vaak met mooie resultaten. Als een lokaal verbeterplan een aantoonbaar positief effect heeft, proberen we dit landelijk door te voeren. Zo profiteert de hele organisatie van succesvolle initiatieven."

De volgende stap is het vergroten van de zichtbaarheid van gastbeleving in de rest van de organisatie. "We willen in 2025 aan iedereen in de organisatie laten zien wat we doen met gastbeleving," vertelt Peter. "Wat zeggen gasten? Welke initiatieven zijn succesvol? We hebben de basis op orde, nu is het tijd om daar nog meer mensen in mee te nemen."

Insocial

FEEDBACK SOLUTIONS

Met het platform van Insocial meet je al je verschillende interactiemomenten. Ontdek waar de pijnpunten in jouw klanten- en medewerkreis zich bevinden en neem gerichte actie om de beleving te verbeteren. Wanneer ga jij aan de slag met het verbeteren van de algehele gastbeleving?



Meer weten?

Meer weten over het optimaliseren van jouw service experience? In een demo vertelt een van onze experts je precies hoe onze Experience Management software werkt en hoe je dit kunt toepassen binnen jouw organisatie.

[Vraag een demo aan](#)



+31 85 130 17 00
wecare@insocial.nl
www.insocial.nl