

Klant ziet professionalisering catering niet terug

Bezoekers van bedrijfsrestaurants zijn kritisch ten aanzien van prijs en kwaliteit. Ze zien de professionalisering van de catering niet terug in hun bedrijfsrestaurant. Dat restaurant scoort met een 6,6 aanzienlijk lager dan de beveiliging en de receptie. Maar de inrichting en de cateringservices worden hoger gewaardeerd dan drie jaar geleden. Dit blijkt uit de klanttevredenheidsindex van de Facility Performance Standard.

Klanttevredenheidsindex FPS

De Stichting Facility Performance Standard (FPS) heeft haar diensten uitgebreid met een klanttevredenheidsindex. Naast de standaard voor kwaliteit van (uitbestede) facilitaire diensten realiseert de stichting FPS nu ook een standaard voor klanttevredenheid. Met het jaarlijks publiceren van gemiddelde rapportcijfers biedt de index facilitaire organisaties de mogelijkheid om de tevredenheid van eindgebruikers te benchmarken met andere vergelijkbare organisaties. In dit artikel worden de ontwikkelingen van de laatste jaren binnen de contractcatering belicht.

Gemiddelde klanttevredenheid scoort een 6,97

De ervaringscijfers met de standaard vragenlijst van FPS voor klanttevredenheidsonderzoeken laten voor 2010 een indexcijfer zien van 6,97. Dit indexcijfer is gebaseerd op het 'imagocijfer' voor de totale facilitaire organisatie van verschillende grote kantoorhoudende organisaties in Nederland. Het 'imagocijfer' geeft in algemene zin aan in welke mate de eindgebruiker tevreden is over de dienstverlening van de facilitaire organisatie. Daarnaast berekent FPS ook cijfers per dienst.

Onderstaand enkele gemiddelde cijfers voor grote facilitaire diensten uit het totale bestand van 2010:

- schoonmaak	6,5
- bedrijfsrestaurant	6,6
- beveiliging	7,4
- receptie	7,9
- warme drankenautomaten	6,9

Klant ziet geen verbetering

De trend waarbij organisaties meer en meer kiezen voor een contractvorm waarbij de cateraar als ondernemer fungeert laat zijn sporen na in de beoordeling van prijs en kwaliteit. Tot een aantal jaren geleden zagen we een tevredenheid over zowel prijs als kwaliteit die in de beoordeling dichterbij elkaar groeiden en per jaar licht stegen.

Met de intrede van commerciële(re) contractvormen wordt de prijs negatiever beoordeeld. Gezien de grotere vrijheid binnen het assortiment en een prijsstelling die zorg moet dragen voor een (gedeeltelijke) dekking van de kosten, is deze terugval in waardering (1,4 over de afgelopen vier jaar) niet opzienbarend. De lagere waardering in kwaliteit is dit wel. De laatste drie jaar is deze afgenomen en staat nu weer gelijk op het niveau van 2002, een 6,9 voor kwaliteit.

Minder variatie

De variatie binnen het restaurant is in de laatste drie jaar gedaald van een 7,0 naar een 6,6. Niet wenselijk gezien het streven van organisaties om met name variatie en afwisseling hoger op de agenda te krijgen. De daling kan niet alleen toegerekend worden aan een dynamische markt die marges onder druk zet en meer gericht is op het ondernemerschap.

Wat meespeelt is dat de gast bewuster en veeleisender is. Daardoor waardeert hij een gelijke variatie binnen het assortiment lager dan in de jaren daar voor. Hierbij lijkt het doel van menig opdrachtgever om zijn catering te professionaliseren in de ogen van de eindgebruiker niet geslaagd.

Waardering medewerkers

Binnen de verschillende onderdelen van de catering worden de medewerkers het hoogst gewaardeerd. Dit zien we terug in alle facetten binnen het facilitair gebied en zorgt voor de hoogste waardering op de onderdelen waarbij het directe contact met de medewerkers het grootst is. Receptie en telefonistendiensten zijn koplopers tegenover schoonmaak als hekkensluiter.

De cateraars zijn zich hiervan bewust en geven binnen aanbestedingstrajecten meer aandacht aan de medewerker, zowel op ondersteunend als opleidingsgebied. Een uitbreiding van trainingen en (persoonlijke) opleidingsplannen is het gevolg. Hetgeen weer heeft geresulteerd in een stijgende waardering van een 7,4 in 2010 (stijging van 0,5 ten opzichte van 2003).

Meer waardering inrichting

De inrichting en de aankleding van bedrijfsrestaurants hebben veel aandacht gekregen en opdrachtgevers zijn op dit vlak steeds vaker samenwerkingen aangegaan met de cateraars. De trend dat restaurants steeds meer dienst doen als ontmoetingsplek wordt door de cateraars snel opgepakt en kan worden gebruikt als instrument om daadwerkelijk onderscheidend te zijn. Cateraars zijn sterk gegroeid met verschillende concepten en regelmatig worden er gepersonaliseerde (inrichtings)concepten uitgewerkt. Dit werpt zijn vruchten af op de beleving van de gasten.

Op elk onderdeel van de inrichtingsbeleving (algemeen, uitgifte, zitgebied, overige aspecten) is een sterke stijging te zien. In 2010 wordt de inrichting gewaardeerd met een 6,9 wat een hele punt stijging is ten opzichte van 2003. De invloed van de cateraars op de inrichtingsaspecten is dus wenselijk en de verwachting is dat deze waardering nog verder gaat stijgen.

Hoger niveau services

De verschillende extra services (vergader- en lunchservices, recepties etc.) zijn afgelopen jaren in de waardering sterk gestegen. Werd in 2003 deze services nog beoordeeld met een 6,2 is er door de jaren heen een consequente stijging opgetreden waarbij er in 2010 een 7,0 als gemiddelde werd toebedeeld.

De sterkste winst is behaald op de lunchservices en recepties. De professionele benadering door cateraars van bijvoorbeeld de banquetingmap sluit aan bij deze hogere waardering. Opgemerkt moet worden dat deze services vaak afgenomen wordend door externe gasten die geen onderdeel uitmaken van deze waardering.

Samenvatting

Het 'imagocijfer' voor de catering in 2010 is 6,6. Hierbij wijkt het gemiddelde niet van af van de afgelopen jaren. Opvallend is dat elementaire zaken als kwaliteit en prijs minder worden beoordeeld en 'winst' zit in meer secundaire zaken. Het uitbesteden of aanpassen van de catering is geen garantie voor een hogere kwaliteitsbeleving, maar kan op andere vlakken veel bewerkstellen. De dynamiek in deze markt heeft zijn uitwerking op de cijfers en de verwachting is dan ook dat cateraars uit oogpunt van onderscheidend vermogen, zich meer gaan richten op de onderdelen waarbij er lager wordt gescoord.

Auteur: Martijn Bazen, Senior Consultant bij Hospitality Consultants
Bron: Misset Catering