

HTC Advies en Atir breiden uit door overname Inprove

15-01-2021 11:13

De holding van HTC Advies en Atir neemt Inprove over. Inprove is expert op het gebied van het meten en verbeteren van de klantbeleving, onder meer door mystery shopping. Anna Casemier, managing partner bij HTC Advies en Atir: "Inprove is een waardevolle aanvulling als het gaat om data driven inzicht in de guest journey en het verbeteren van de klantbeleving."

"Onze overtuiging is dat hospitality alle werkprocessen raakt en op het hoogste niveau geborgd moet zijn. Vanuit deze visie ontwikkelt onze holding zich als een innovatief expertisecentrum voor hospitality. Wij beschikken over veel kwaliteitsdata, vanuit onze eigen metingen en audits en sinds 2019 ook vanuit neuromarketing. Inprove is voor ons van toegevoegde waarde gelet op hun ervaring om heel gericht de klantbeleving te kunnen meten vanuit verschillende perspectieven en met diverse methodes. Deze nieuwe data gaan wij vanzelfsprekend integreren in GRIP Dashboard, de tool die wij hebben ontwikkeld om data te monitoren," aldus Casemier.

Inzicht in klantbeleving en cruciale contactmomenten

Sinds 2004 is Inprove actief op de internationale markt en wil zich graag op strategisch niveau in de markt zetten en een bredere klantenkring gaan bedienen. Sander Wildschut, managing partner bij Inprove: "Deze overname is voor ons een geweldige kans om deze ambitie te realiseren. Onze kracht is dat we organisaties helpen om structureel inzicht te krijgen in de klantbeleving en de cruciale contactmomenten en deze inzichten in een dashboard te verzamelen."

Mystery shopping en gamification

Inprove heeft veel ervaring met mystery shopping, een onderzoeksmethode voor het beoordelen van de klantbeleving. Hierbij worden onder meer mystery visits, Google review analyses, mystery calls en NPS metingen uitgevoerd. De uitkomsten van deze onderzoeken zijn direct zichtbaar in een gebruiksvriendelijk online dashboard. Dit geeft organisaties een handvat om processen te verbeteren en gedrag te ontwikkelen dat de merkwaarden versterkt. Ook biedt Inprove de toekomst van mystery shopping aan met een gamified variant, The Hunt. Deze game wordt ingezet voor training on the job: medewerkers ervaren hoe zij doormiddel van gewenst gedrag de klantbeleving naar een hoger niveau kunnen tillen.

Werkplezier en leiderschap

Inprove ziet werkplezier als een belangrijke voorwaarde voor klanttevredenheid. Kim Delissen, adviseur bij Inprove: "Medewerkers die zich herkennen in de merkwaarden van hun organisatie en met plezier werken, zijn een belangrijke succesfactor voor het verbeteren van de klantbeleving. Wij doen onder andere onderzoek naar de employee journey en meten hiermee de werktevredenheid. Daarnaast onderzoeken we de effectiviteit van het leiderschap op alle niveaus: wat kan bijvoorbeeld beter als het gaat om het creëren van een inspirerende werkomgeving en hoe motiveer je daarin je medewerkers."

Toekomst

De nieuwe samenwerking biedt HTC Advies en Atir de kans om organisaties verder te helpen met de integratie van hospitality in de bedrijfsstrategie en daardoor een sterkere concurrentiepositie te ontwikkelen. Casemier: "Wij geloven dat hospitality het vliegwiel is voor het creëren van een top of mind positie in alle markten. Daar ligt onze toegevoegde waarde. Met Consumatics en nu ook Inprove kunnen we deze ambitie een nog sterkere basis geven. Samen zien we de toekomst met vertrouwen tegemoet."

Foto (met de klok mee): Sander Wildschut, Puck Wilbers (partner holding), Anna Casemier, Kim Delissen