

# KLANTEN VRAGEN OM EEN KWALITEITSSTANDAARD



**Algemeen aanvaarde kwaliteitsnormen een steeds grotere rol spelen voor conferentiecentra. In de toekomst creëren een toenemende globalisatie en een steeds hoger verwachtingspatroon van de klanten een behoefte aan een meer betrouwbare methode om vast te kunnen stellen wat men mag verwachten van een bepaalde faciliteit. Tegelijkertijd bieden dergelijke normen gekwalificeerde centra een manier om een kritische markt te laten zien wat ze kunnen leveren – in de praktijk en op papier.**

Het gemiddelde centrum heeft zich in relatieve isolatie ontwikkeld, aangezien maar weinig steden ter wereld meer dan één grote faciliteit hebben. Dit heeft er voor gezorgd dat er heel lang geen algemeen aanvaarde norm is geweest. We zien nu dat er pogingen worden ondernomen om dergelijke standaarden te ontwikkelen. Dat is omdat klanten informatie willen over wat ze kunnen verwachten in faciliteiten en bestemmingen die nieuw op de markt zijn. In andere gevallen worden die pogingen ingegeven door de vraag, vaak van externe partijen, naar een betere methode om locaties te kunnen vergelijken. Zij hebben immers behoefte aan een soort meetbare basis voor hun aanbevelingen, op basis van gekwalificeerde gegevens.

Sommige centra hebben gebruik gemaakt van normen die voornamelijk werden overgenomen van andere branches zoals hospitality of productie, maar deze schieten gewoonlijk te kort als het gaat om de aard van de prestaties die bepalend zijn voor het succes van een centrum. Daarnaast zijn er in specifieke landen of regio's normen ontwikkeld, maar die bezaten niet de algemeenheid die klanten nu juist willen hebben die regelmatig locaties overal ter wereld zoeken omdat ze hun event telkens ergens anders willen houden.

Dit is waarom de AIPC de uitdaging aannam om kwaliteitsnormen te ontwikkelen, specifiek voor de vergadercentra. De standaarden moesten voldoen aan een aantal tests, waaronder de voorwaarde om flexibel te zijn en zich te kunnen aanpassen aan een breed scala aan types faciliteiten, leeftijdsgroepen en samenstellingen. Deze tests moesten worden opgesteld vanuit het standpunt van de klant, zodat ze relevant waren

voor de markt, en resulteren in een soort cijfermatige beoordeling zodat de deelnemende centra een handvat hadden om hun prestaties te kunnen meten en verbeteren. Tenslotte moest duidelijk zijn dat ze zijn ontwikkeld door een onpartijdige instantie zoals de AIPC, met behulp van een externe beoordeler, teneinde de geloofwaardigheid te behouden.

De standaarden die nu ontwikkeld zijn, hebben betrekking op tien belangrijke aspecten van het beheer van een centrum: Klantenservice, Kwaliteit van voorzieningen en diensten, Personeelsbeleid, Gezondheid, Beveiliging, Veiligheid en voorzieningen voor noodsituaties, Financiële situatie, Relaties met de gemeenschap, Milieuverantwoordelijkheid, Relaties met de branche en Relaties met toeleveranciers. In het kwalificatieproces moeten centra bewijzen dat ze voor elk van deze aspecten een meetbaar beleid hanteren en procedures hebben geformuleerd die beoordeeld kunnen worden door een externe auditor.

De uitdaging die wij als AIPC nu hebben, is om zoveel mogelijk leden in staat te stellen, deze kwalificatie te halen. We beseffen dat het weer een extra last legt op de schouders van de managers die het toch al druk hebben met het voldoen aan de wensen van de klant. Het is echter een manier waarop centra zich kunnen onderscheiden op basis van hun prestaties die meer en meer erkenning zal krijgen in de markt waar de concurrentie heel scherp is. ■

*Edgar Hirt is voorzitter van de International Association of Congress Centres (AIPC); en Managing Director of CCH, Congress Center Hamburg  
www.aipc.org*