

Schoon toilet belangrijker dan goede service in restaurant

16-07-2015 07:16

Gasten richten hun ogen tijdens een restaurantbezoek op circa 7.000 verschillende zaken. Met deze vele fixaties wordt ook hygiëne scherp geregistreerd. Een uniek eye-tracking experiment van SCA en wereldwijd hygiënermerk Tork volgde bij 3.000 restaurantgasten uit diverse landen in Europa de visuele fixaties van de gast, met behulp van speciale microcamera's in het frame van een bril. De ruwe data werden getransformeerd tot visuele 'heatmaps' van de keuken, de eetruimte en toiletruimtes. Negentig procent van de bezoekers vindt een schone, frisse toiletruimte belangrijker dan goede service.

[caption id="attachment_37411" align="alignright" width="290"]



onderzoek met een eye tracking bril[/caption] **Een kijkje door de ogen van de bezoeker** Gedurende het eye-tracking experiment werd de gasten gevraagd om drie taken te vervullen terwijl ze de speciale bril droegen: een drankje bestellen bij de bar, handen wassen voorafgaand aan het hoofdgerecht en dineren in het restaurant. De studie wijst uit dat kwaliteit van het voedsel het belangrijkste gevonden wordt. Maar er zijn veel andere elementen die zorgen voor een optimale restaurantbeleving. Een frisse en schone eetruimte en toiletruimte (94%) wordt hoger gewaardeerd dan snelle en goede service. De helft van de ondervraagden zou het restaurant niet aan anderen aanbevelen wanneer de hygiëne gebrekkig is. Onhygiënische keukens of vieze toiletruimtes zijn dan ook grotendeels de oorzaak voor een slechte recensie. [caption id="attachment_37413" align="alignright" width="290"]

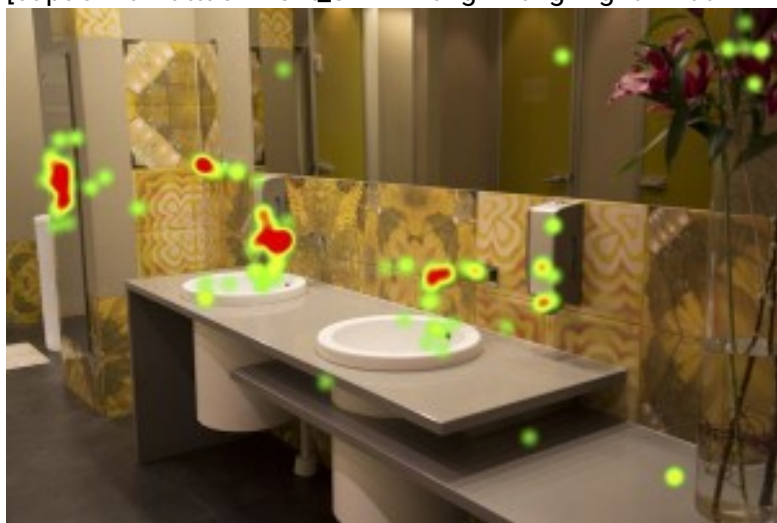


heatmap resultaten in het restaurant[/caption] "Het

uitvoeren van innovatief onderzoek is een belangrijk onderdeel van ons werk. Op deze manier kun je klanten en gasten echt begrijpen. Natuurlijk draait een restaurantbezoek om eten en drinken, maar een fijne ervaring komt ook neer op alles wat daar tussenin gebeurt: hoe de keuken eruit ziet, interactie met de ober, tafelaankleding of het toiletbezoek,” zegt Gertie Eikenaar, communicatie directeur bij SCA Benelux. **Restaurant**

- 60% waardeert een restaurant hoger als de tafelaankleding goed is
- 80% van de gasten vindt dat restaurants hier meer aandacht aan moeten besteden
- Ook het interieur wordt door gasten bestudeerd; mensen kijken zowel naar details op het plafond, maar ook naar design van meubels en bloemen
- **Keuken**
- 61% schat een open keuken op waarde, zodat ze kunnen zien hoe gerechten bereid worden
- 67% vindt dit prettig zodat zij inzicht hebben in hoe schoon en hygiënisch de keuken is
- De details rondom het klaarmaken van voedsel en drankjes worden tevens hoog gewaardeerd

[caption id="attachment_37412" align="alignright" width="290"]



Waar kijkt men naar bij de wasbakken?[/caption]

Toiletruimte

- 90% vindt het belangrijk dat de toiletruimte dezelfde hygiënische standaard hanteert als de eetruimte
- 30% vindt hoge kwaliteit producten zoals toiletpapier, papieren handdoekjes en zeep belangrijk
- 60% vindt dat toiletruimtes altijd producten van goede kwaliteit moeten bieden
- **Personeel**
- 73% vindt het belangrijk dat de ober attent is
- 67% van de ondervraagden raadt een restaurant af als het personeel onbeleefd of onbeschoft is
- 40% vindt dat personeel vaak of altijd gestrest lijkt
- 45% zou extra fooi geven als het personeel zichtbaar plezier heeft in z'n werk
- Zodra de ober langs de tafel loopt, wordt deze aangekeken door de gasten. Men wil graag attent, gelukkig en deskundig personeel.

Over het onderzoek

SCA/Tork is een wereldwijd leverancier aan restaurants. Het onderzoek is uitgevoerd om inzicht te krijgen in ervaring van gasten in restaurants. De uitkomsten worden gebruikt voor verdere ontwikkeling van producten van Tork producten en het betrekken van de wereldwijde hospitality industrie. Het onderzoek bestaat uit een enquête onder restaurantgasten in zes verschillende Europese landen en een eye-tracking studie. Gezamenlijk brengen zij in kaart hoe gasten een bezoek aan een restaurant ervaren en waar zij naar kijken en op letten gedurende de avond.

- Over het Europese onderzoek: het onderzoek is uitgevoerd door United Minds in opdracht van SCA. Er zijn 3.087 respondenten ondervraagd en zij hebben minstens één restaurantbezoek afgelegd in de voorgaande maand. De respondenten zijn afkomstig uit zes landen (Finland, Groot-Brittannië, Frankrijk, Duitsland, Rusland en Nederland) en gelijk verdeeld op basis van inwonersaantal. 51,4% is vrouw, 48,6% is man. De enquête is

afgenomen in maart 2015. De uitkomsten zijn verworven via online web-panels en e-mail. • Over de eye-tracking studie: De eye-tracking studie is uitgevoerd door Tobii in opdracht van SCA. De studie is uitgevoerd in februari 2015 in een restaurant in het centrum van Stockholm, Zweden. In totaal zijn er 10 gasten (m/v) gevolgd. Gedurende het bezoek van één uur werden de visuele fixaties geregistreerd met een micro-camera die zij droegen. De data werden geanalyseerd en in 'heatmaps' geplaatst.

Meer informatie: www.sca.com www.tork.nl

Redactie