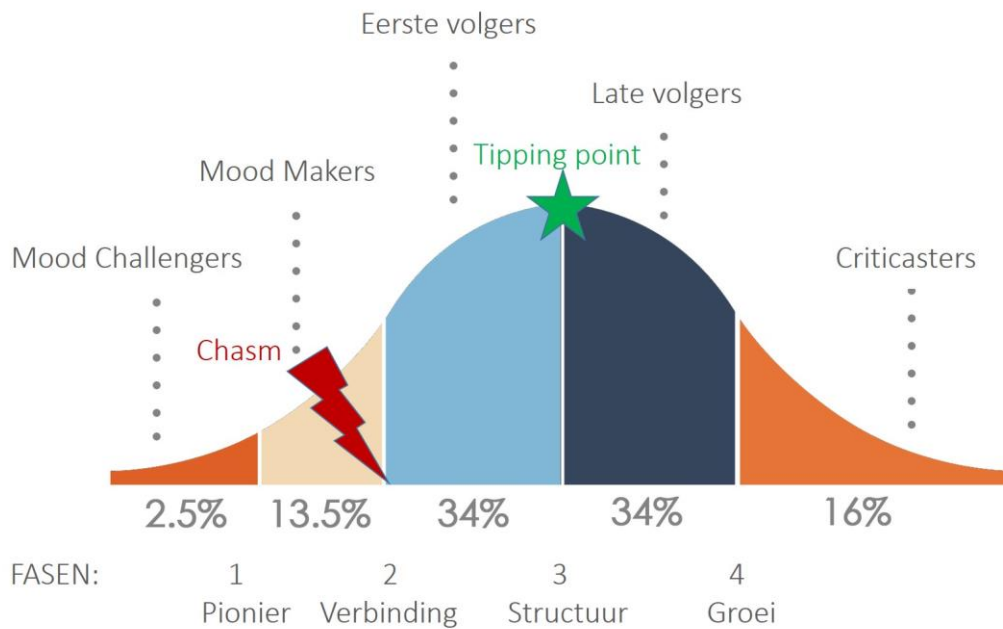




## Mood Maker fasen scan



Naam:

Datum:

Organisatie(deel):

*Instructie: vink aan welke indicatoren je herkent in je organisatie. Tel per fase op hoeveel indicatoren zijn aangevinkt. Vul het totaal per fase hieronder in. De fase met de hoogste score is hoogstwaarschijnlijk de Mood Maker ontwikkelingsfase waarin de organisatie zich nu in bevindt.*

Aantal fase 0 (vervreemding):

Aantal fase 1 (pionieren):

Aantal fase 2 (verbinden):

Aantal fase 3 (structureren):

Aantal fase 4 (groeien):



## Fase 0: Vervreemding

- Geen aandacht voor de klant.
- Geen aandacht voor gastvrijheid.
- Toegevoegde waarde van gastvrijheid wordt niet gezien.
- Veel klachten.
- Laag klanttevredenheidscijfer.
- Weinig loyaliteit van klant.
- Focus op efficiency en kostenbeheersing.
- Medewerkers moeten taken goed uitvoeren en er is geen aandacht voor bejegening.
- Hoog ziekteverzuim.
- Lage medewerkerstevredenheid.
- Verloop van goede medewerkers.
- Focus op lage prijs.
- Focus op kwaliteit van product.

*Aantal indicatoren:*

## Fase 1: Pionieren

- Één persoon of groepje zet zich in om gastvrijheid op de kaart te zetten: de Mood Challenger(s).
- Laag urgentiebesef en er is beperkt draagvlak voor gastvrijheid in de organisatie.
- Eigenaarschap voor gastvrijheid wordt alleen ervaren door de Mood Challenger(s).
- Gastvrijheid wordt geassocieerd met het facilitair bedrijf of ondersteunende afdelingen.
- Een groot deel van de organisatie is niet bekend met de activiteiten van de Mood Challengers.
- Er zijn lokale initiatieven/projecten/experimenten om gastvrijheid te verbeteren.
- De Mood Challengers vormen een eerste visie op gastvrijheid.
- Er is nog geen of weinig budget voor gastvrijheidsinitiatieven.
- Mood Challengers zoeken steun bij het management en gelijkgestemden om een beweging ingang te zetten.
- Mood Challengers zoeken inspiratie buiten de deur.
- Er worden inspiratie- en bewustwordingsbijeenkomsten georganiseerd.
- Successen zijn nog klein en weinig zichtbaar.
- Er wordt nog beperkt nagedacht over borging.

*Aantal indicatoren:*



## Fase 2: Verbinden

- Delen van de organisatie zijn actief met gastvrijheid aan de slag, steeds meer mensen en afdelingen haken aan.
- De groep ambassadeurs van gastvrijheid wordt groter.
- De ambassadeurs van gastvrijheid worden ondersteund in het uitvoeren van hun rol.
- Er wordt een strategisch plan gemaakt om gastvrijheid te ontwikkelen.
- Er komt meer aandacht vanuit de directie voor gastvrijheid.
- Het eigenaarschap van gastvrijheid ligt bij de kerngroep van Challengers.
- De eerste resultaten van lokale initiatieven worden zichtbaar.
- De visie op gastvrijheid wordt breed gedeeld in de organisatie.
- Het draagvlak voor gastvrijheid groeit binnen de organisatie.
- Er komt weerstand van criticasters.
- Veel afdelingen en mensen doen nog niets met gastvrijheid en kijken argwanend toe.
- Er wordt in beperkte mate budget vrij gemaakt voor gastvrijheidsinitiatieven.
- De visie op gastvrijheid wordt geconcretiseerd naar concepten, plannen, speerpunten en afspraken.

*Aantal indicatoren:*

## Fase 3: Structureren

- Gastvrijheid is een strategisch thema.
- Er is een strategisch plan om gastvrijheid te ontwikkelen en borgen.
- Gastvrijheid is een verantwoordelijkheid in de lijn van de organisatie.
- Het eigenaarschap van gastvrijheid ligt bij de directie.
- Gastvrijheid is een algemeen bekend begrip
- Er is draagvlak breed in de organisatie.
- Er is een organisatie brede visie op gastvrijheid die goedgekeurd is door de directie en deze wordt actief verspreid.
- Er is budget voor gastvrijheidsontwikkeling.
- Gastvrijheid is een onderdeel van jaarplan en het management stuurt hier actief op.
- Gastvrij (of dienend) leiderschap wordt actief en breed ontwikkeld.
- Het management neemt de rol van de Mood Challengers over.
- Elke afdeling geeft op een eigen wijze invulling aan gastvrijheidsontwikkeling.
- Gastvrijheid is een speerpunt op alle afdelingen, waaronder HRM.

*Aantal indicatoren:*



## Fase 4: Groeien

- Gastvrijheid is ingebed in de organisatie.
- Er is een meerjarenbeleidsplan op het gebied van gastvrijheid.
- Er is een hoge score op gasttevredenheid en -loyaliteit.
- Er is een hoge score op medewerkerstevredenheid.
- Er worden zichtbare successen bereikt en gevierd, de organisatie staat bekend als een best practise in gastvrijheid.
- Iedereen voelt zich verantwoordelijk voor gastvrijheid.
- Ideeën en informatie stroomt van de werkvloer tot aan de directie (en andersom).
- De organisatie is continu met het vernieuwen en verder ontwikkelen van gastvrijheid.
- De Mood Challengers zijn uit beeld geraakt.
- Het management ziet gastheerschap en voorbeeldgedrag als onderdeel van het dagelijks werk.
- Gastvrij (of dienend) leiderschap is ingebed in de organisatie.
- Gastvrijheid is opgenomen in HRM beleid.
- Er is een positieve werksfeer.

*Aantal indicatoren:*