



TETRA

17 september 2020

**Inclusief toerisme als businesstransformator
voor kleinschalige logies en toeleveringsbedrijven**



Elfde-Liniestraat 24, 3500 Hasselt, www.pxl.be



Martelarenlaan 42, 3500 Hasselt, www.uhasselt.be



Agenda Lerend Netwerk

- 16u30 Ontvangst
- 17u00 Welkom + Stand van Zaken
- 17u10 Resultaten Werkpakket 2
 - Scan logiesverstrekkers
 - Quicksan toeleveranciers
- 17u40 Inspiratiesessies:
 - Novation – Nicky Kerfs
 - ‘Zicht op Cultuur’ - Ria Decoopman
- 18u20 Afsluiting en timing Werkpakket 3
- 18u30 Receptie
- 19u30 Einde

Logiesverstrekkers



Toeleveranciers



Waarnemende leden

Co-creatiepartner



Confederatie Bouw
Bouw, energie & milieu



INTER
tussen mens en omgeving

Hubert Froyen



NAV.



Limburg
altijd limburg? toerisme werkt!

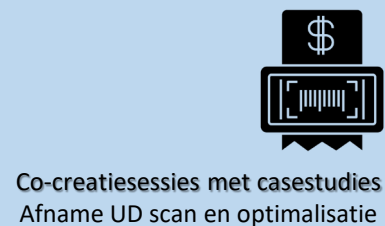
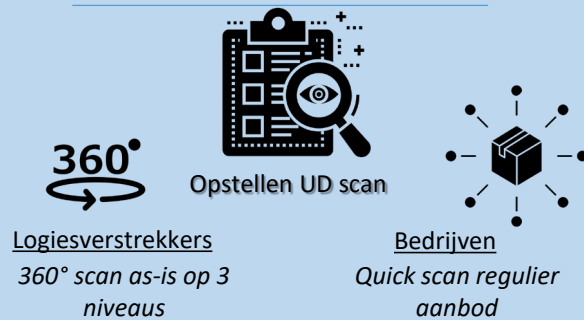




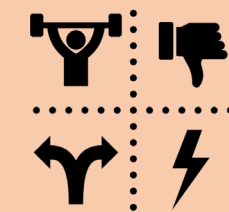
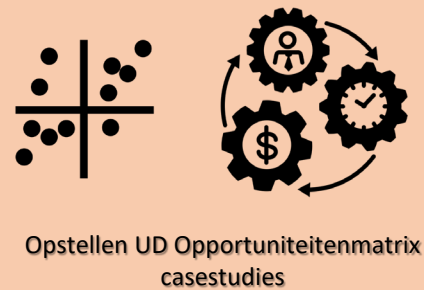
Stand van Zaken

WP 1: PROJECTMANAGEMENT

WP 2: UD SCAN EN OPTIMALISATIERAPPORT



WP 3: UD OPPORTUNITEITEN MATRIX



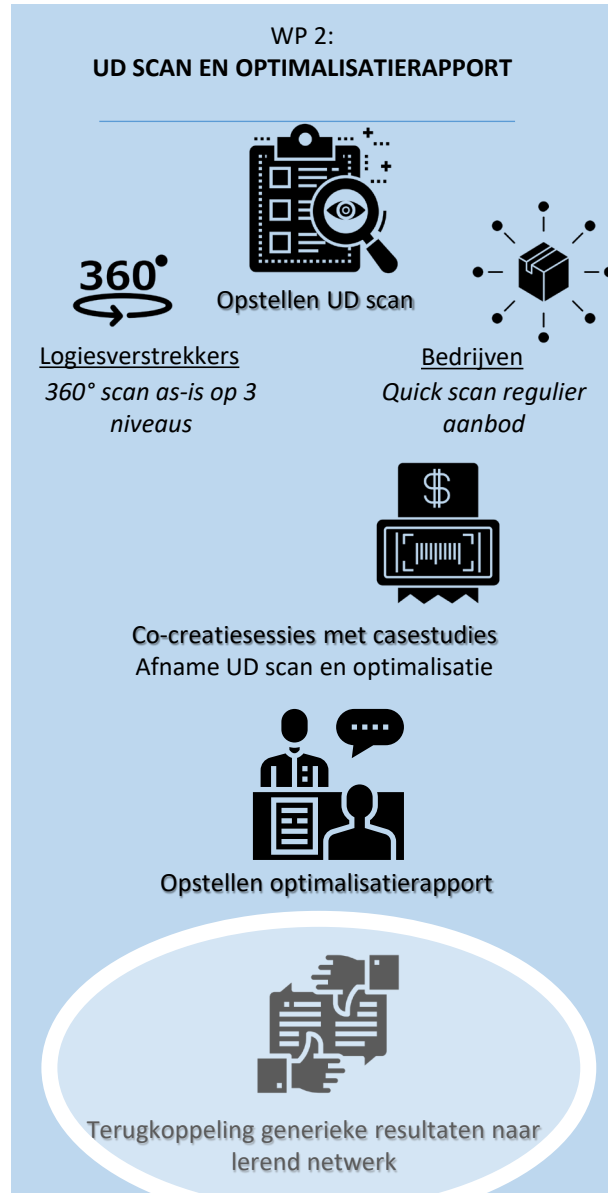
WP 4: UD IMPLEMENTATIEPLAN



WP 5: VALORISATIE



Stand van Zaken



maart – mei 2020

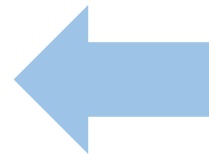
→ *Opstellen 2 scans*

juni – juli 2020

→ *One to one sessies met toeleveranciers en logies*

aug – sept 2020

→ *Digitale terugkoppeling logies*

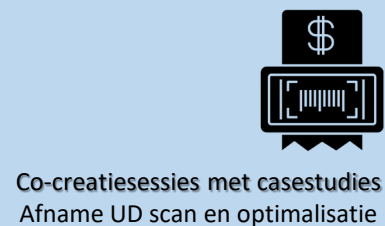
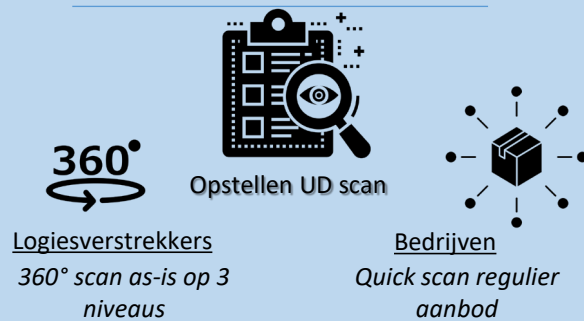




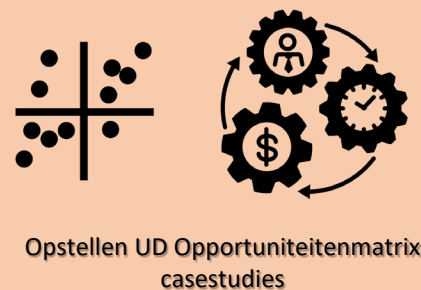
Stand van Zaken

WP 1: PROJECTMANAGEMENT

WP 2: UD SCAN EN OPTIMALISATIERAPPORT



WP 3: UD OPPORTUNITeiten MATRIX



WP 5: VALORISATIE

1^e aanzet:
workshop 17 september

FYI

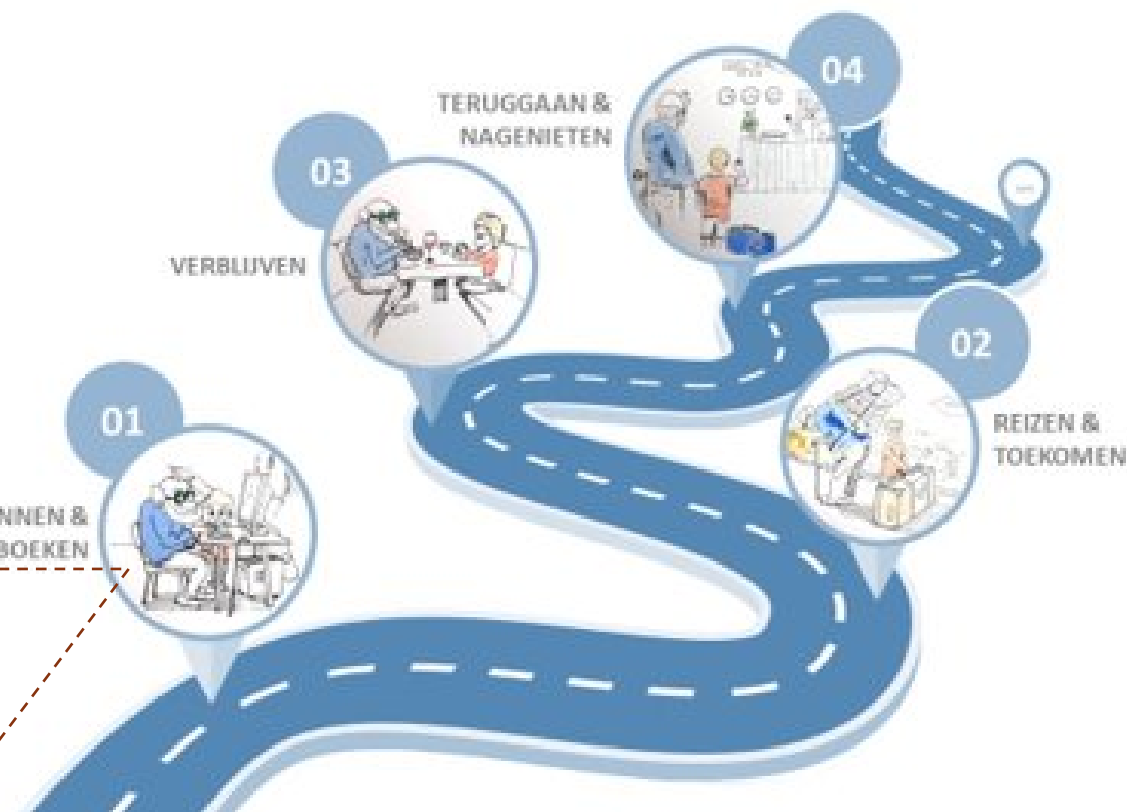
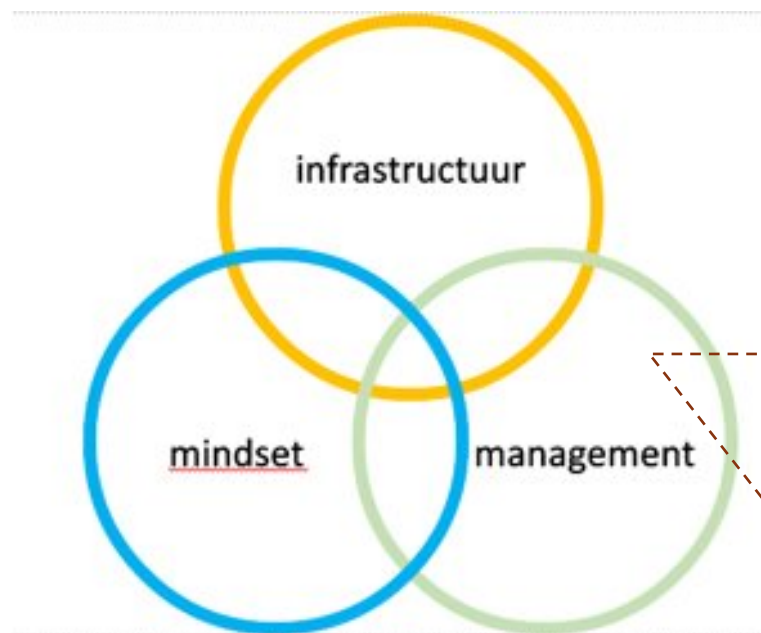




Scan logiesverstrekkers

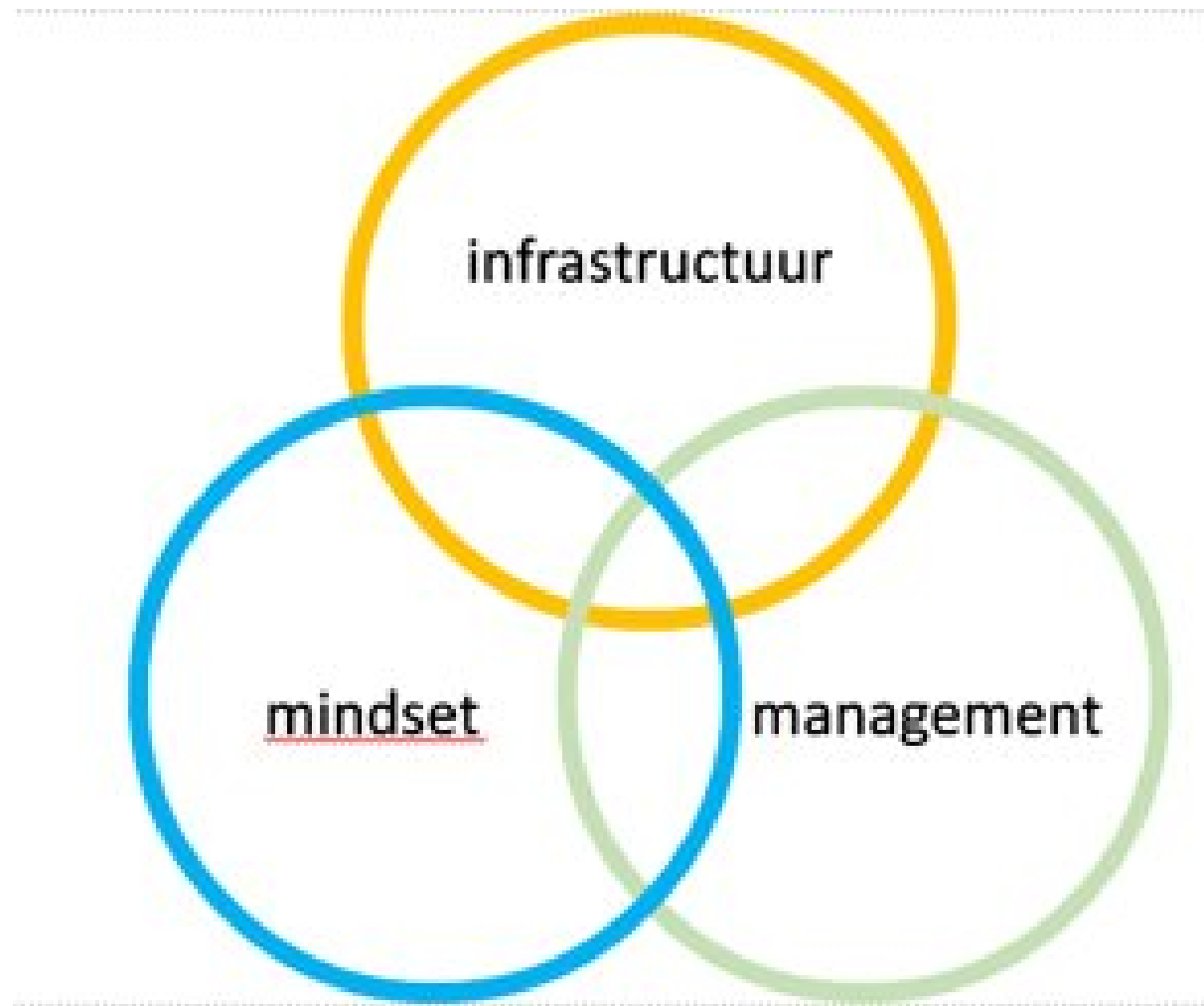
Scan logiesverstrekkers

Opbouw

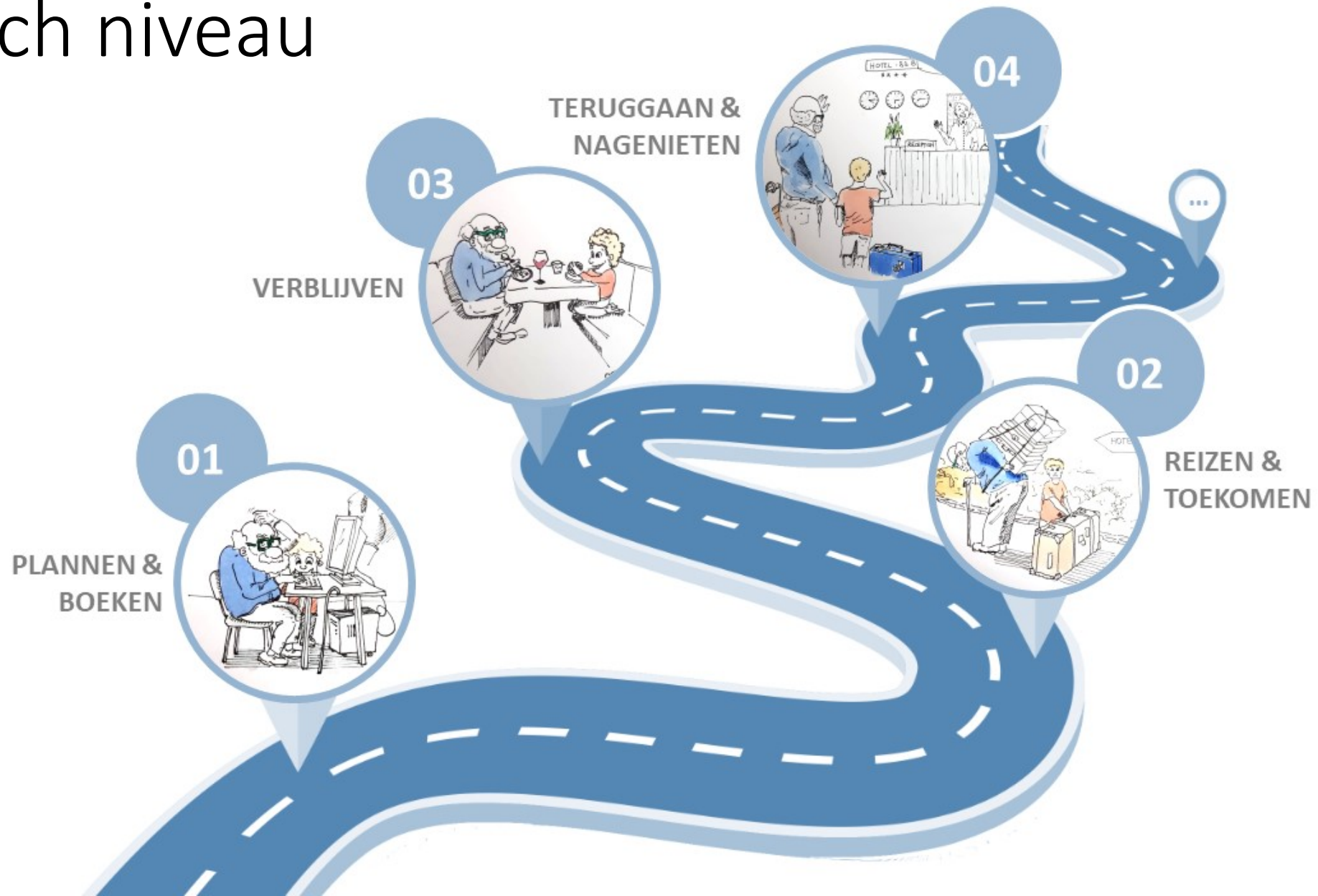




Strategisch niveau

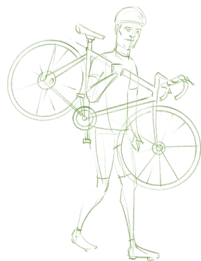
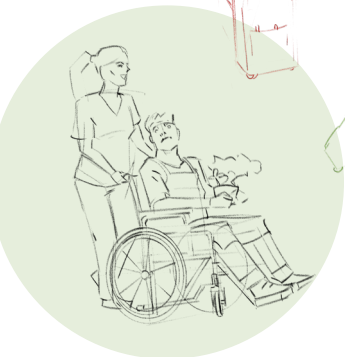


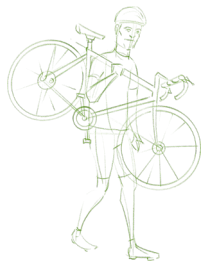
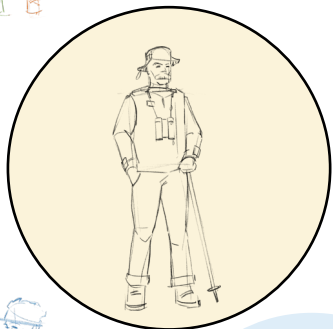
Tactisch niveau





Focus op een diversiteit van mensen







Georges

79 jaar

Gepensioneerd

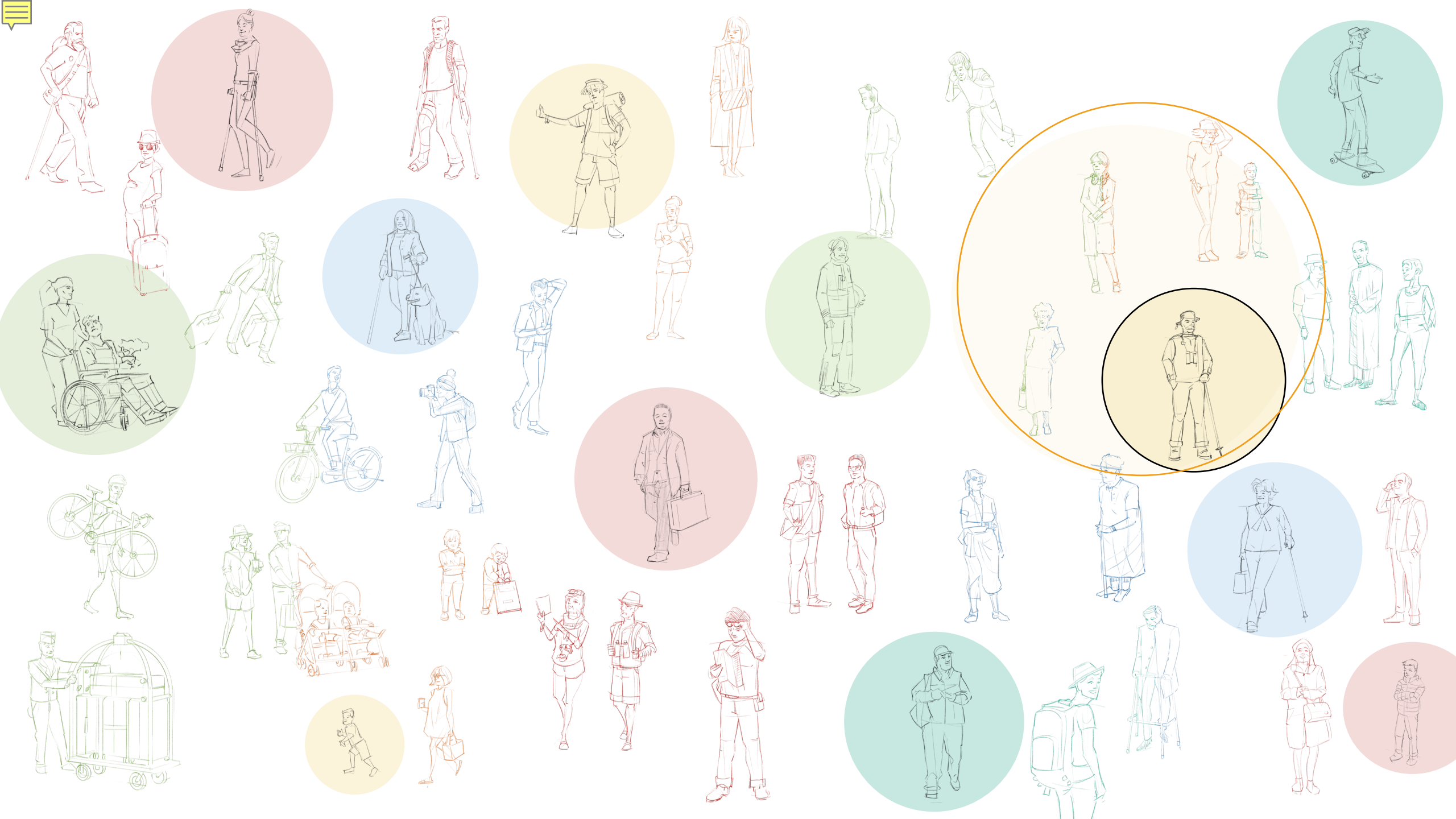
Ouderdomskwaaltjes: slechtziend, slechthorend,
tragere motoriek

Lichte vorm van dementie, waardoor problemen
met

geheugen, oriëntatie, concentratie, emotieregulatie
en slikproblemen bij het eten.

Achtergrond :

Ik hou enorm van bewegen. Wat voor weer
het ook is, ik trek er graag te voet of met de fiets op
uit. Ik neem altijd gezelschap mee op mijn tochtjes.
Dit is niet alleen veel gezelliger, maar ook nodig want
door de dementie verlies ik sneller mijn oriëntatie.





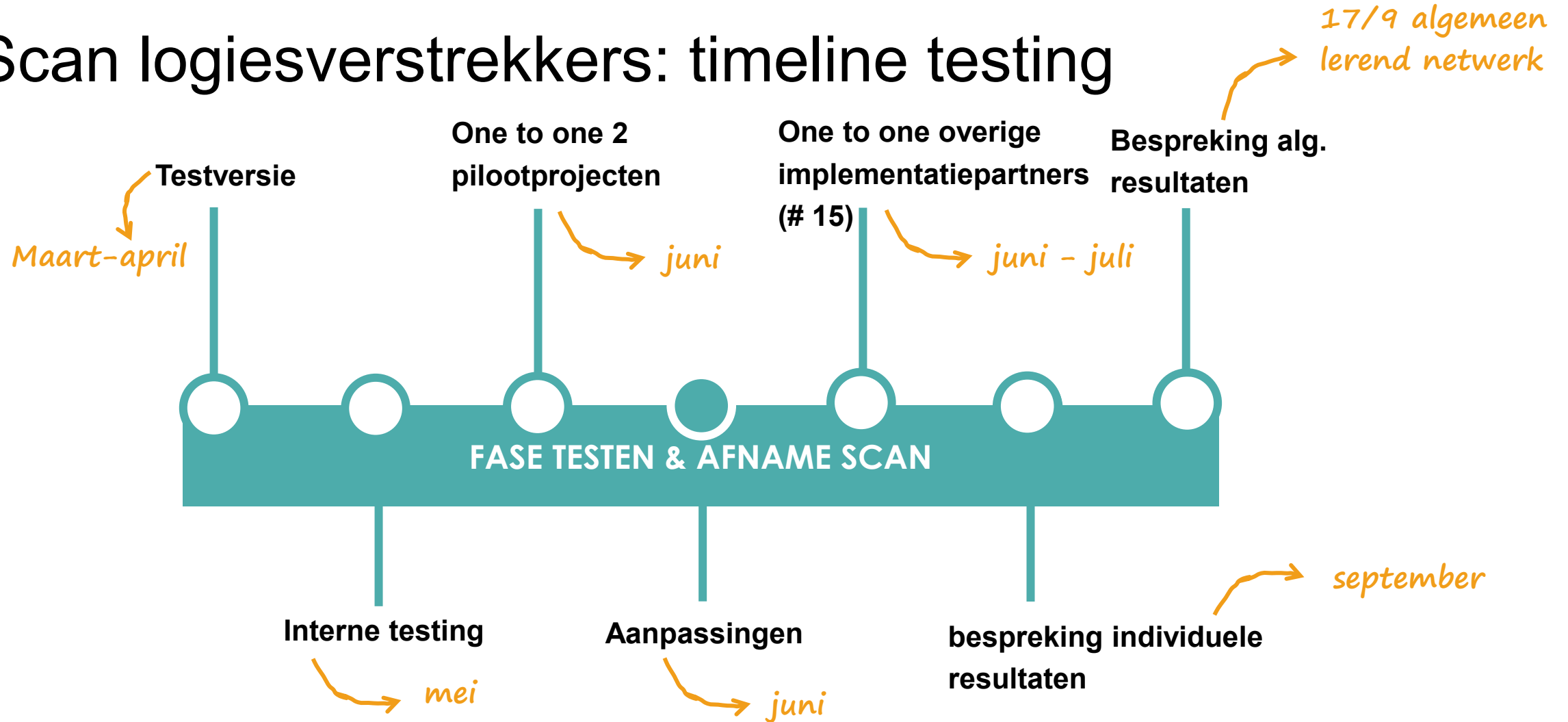
Selectie van 12 doelgroepen, elk met specifieke noden:

1. Kind
2. Oudere persoon
3. Anderstalige persoon
4. Persoon met dementie
5. Persoon die slechtziend is
6. Persoon die blind is
7. Persoon die slechthorend is
8. Persoon die doof is
9. Persoon die moeilijk kan stappen
10. Persoon in manuele rolstoel
11. Persoon met voedselvoorkeur / voedselallergie
12. Persoon met astma





Scan logiesverstrekkers: timeline testing





Opportunitiesmatrix



Figuur: voorbeeld schema opportuniteitenmatrix.

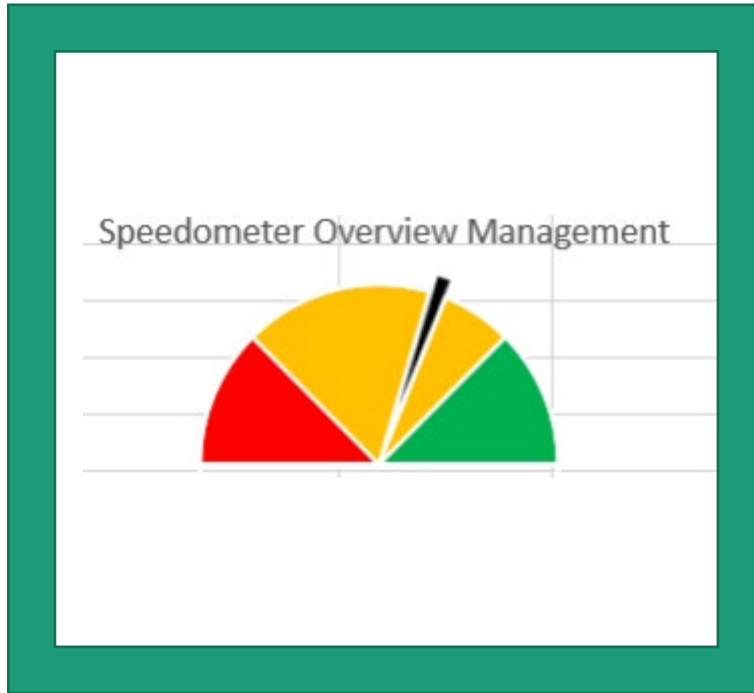


Bevindingen

Speedometer Overview Mindset



Speedometer Overview Management



Speedometer Overview Accomodatie





01

PLANNEN & BOEKEN



03

VERBLIJVEN



TERUGGAAN & NAGENIETEN

04



02

REIZEN & TOEKOMEN





GEORGES

Persoon met dementie



EMMA

Persoon die doof is



VICTOR

Persoon met voedselvoorkeur / voedselallergie



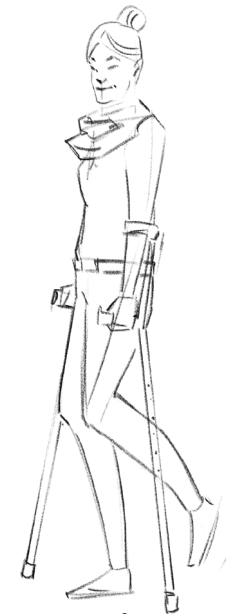
FINN

Persoon met astma



JEANNE

Oudere persoon



Katrien

Persoon die moeilijk kan stappen



KEN YEONG

Anderstalig persoon



POL

Persoon in een manuele rolstoel



SANDER

Persoon die slechtziend is



TIMMY

Kind



Marie

Persoon die blind is



FRANS

Persoon die slechthorend is



Scan logiesverstrekkers

Lessons learned nav de methodiek

Aanpassingen :

*Verfijnen en aanpassen van
verschillende vragen*

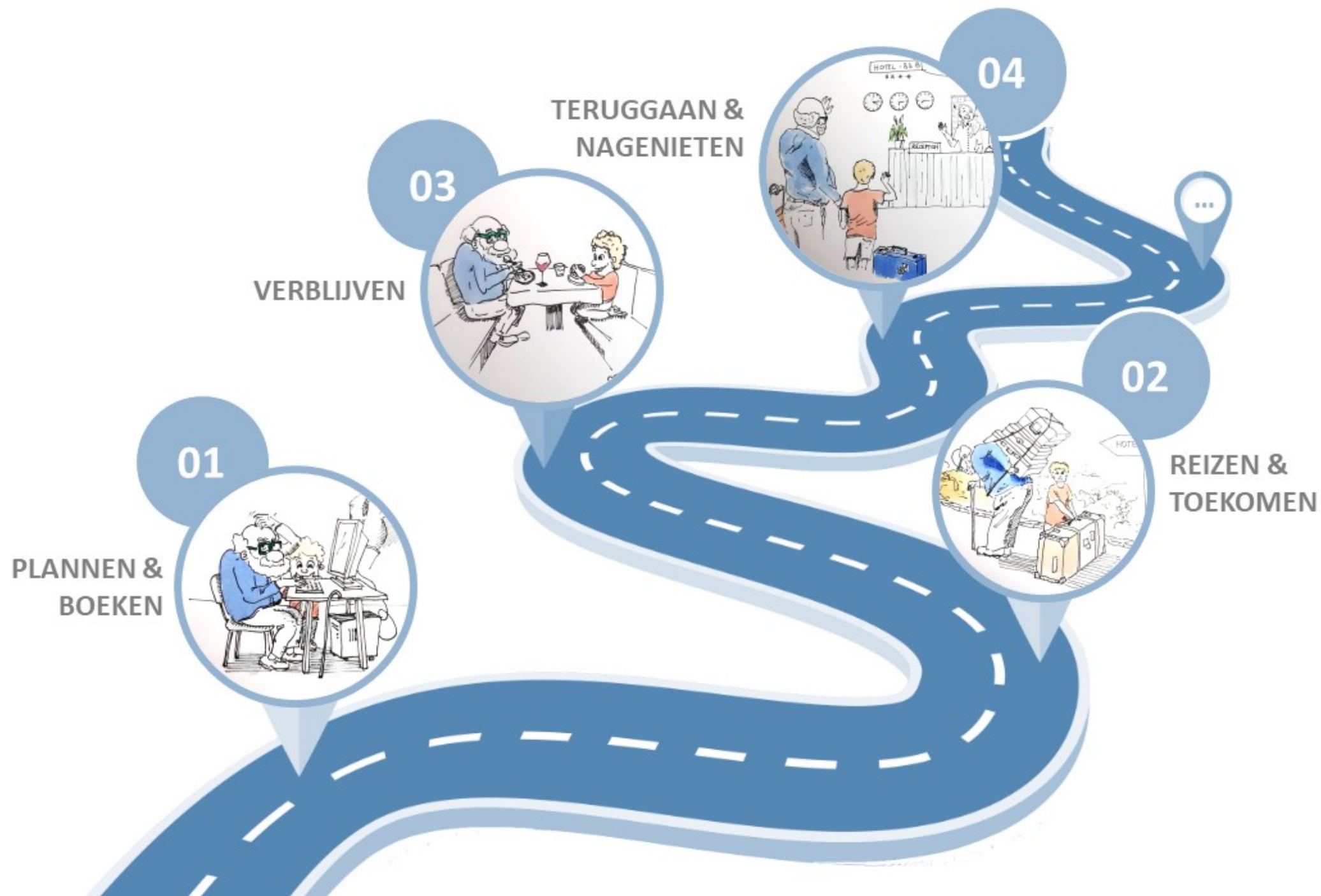
*Strikter onderscheid essentiële en
comfortverhogende noden*

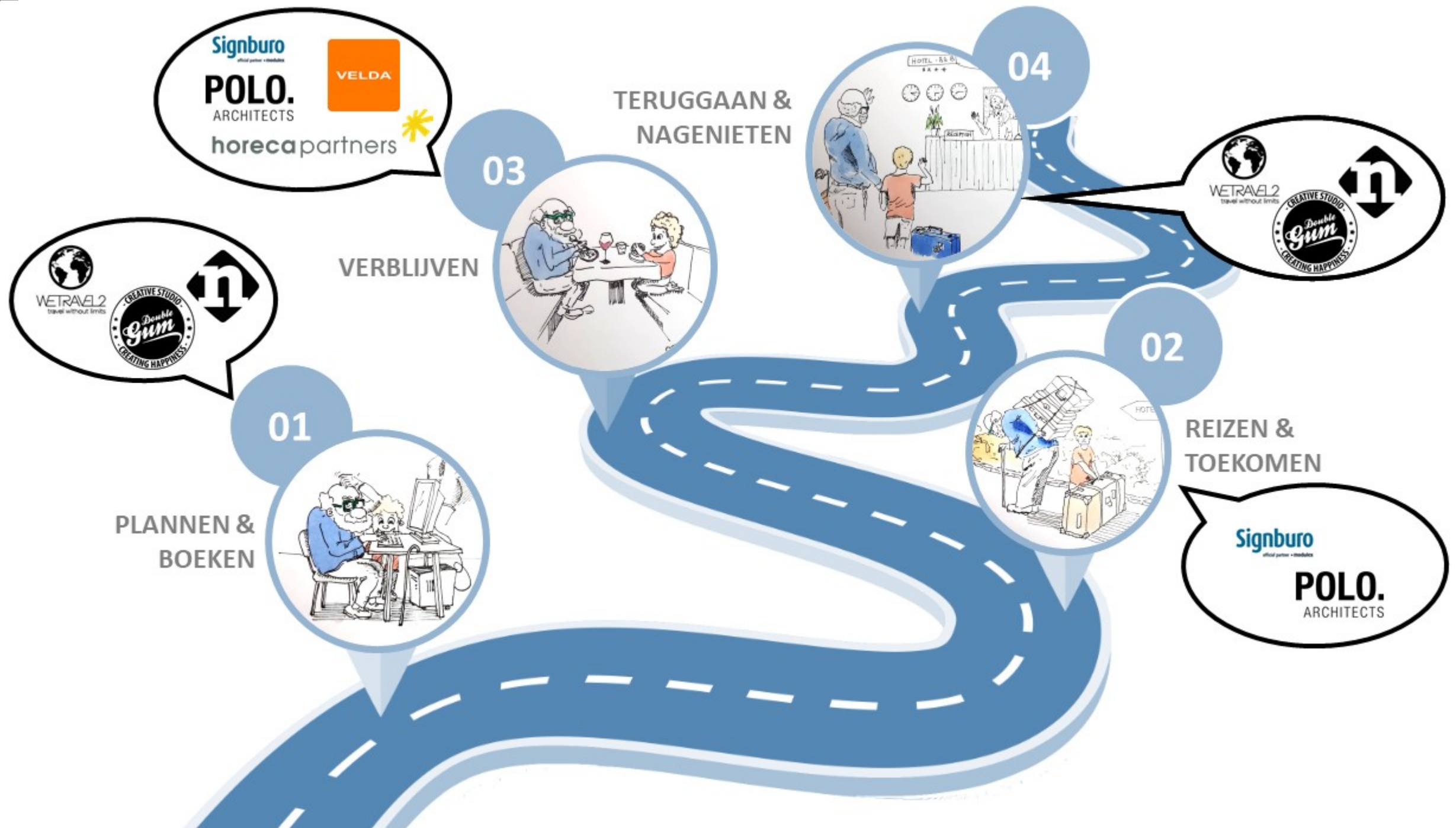
*Onze speedometers wat
gedetailleerder mogen uitwerken*

Zoekwerk: noden vs. doelgroepen



Quicksan toeleveranciers



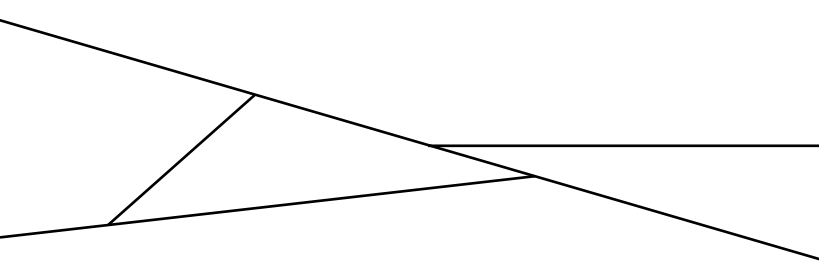




Quickscan toeleveranciers

Criteria voor de quickscan:

- inspireren
- algemeen inzicht verwerven
- opportuniteiten zien
- opstap naar een UD business plan





Quickscan toeleveranciers

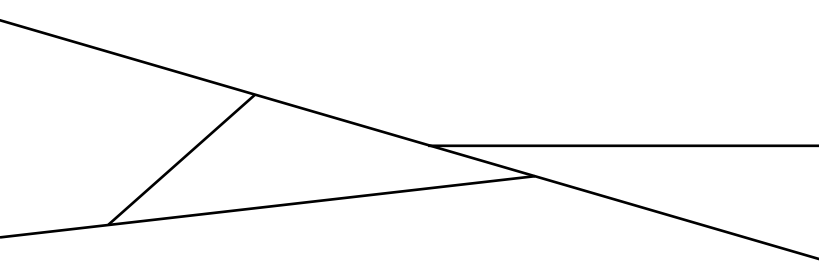
Welke producten werden gescand?



Quickscan toeleveranciers

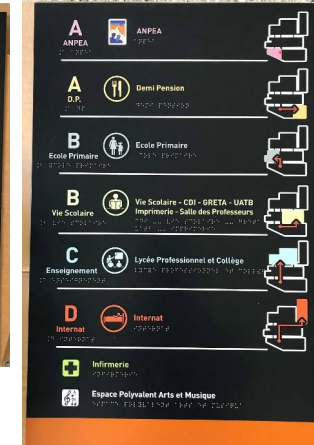
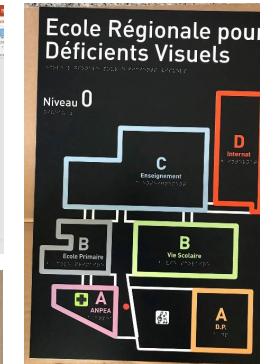
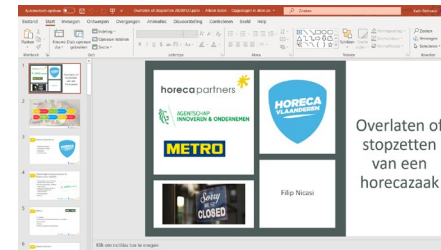
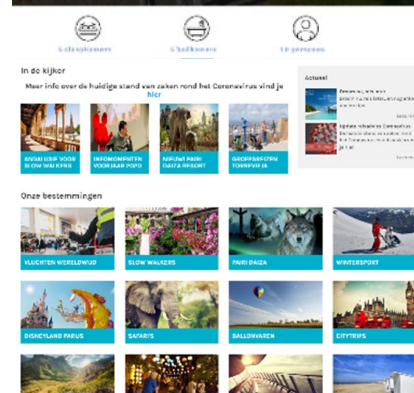
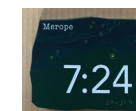
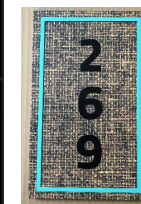
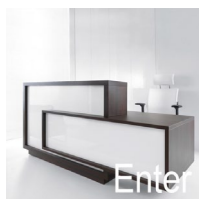
Welke producten werden gescand?

- 15 scans: 8 scans door toeleveranciers
 7 scans door onderzoekers
- 5 categorieën: (interieur)architectuur 2
 product 3
 digitale toepassing 4
 drukwerk 2
 andere 4



Quickscan toeleveranciers

Welke producten werden gescand?





Quickscan toeleveranciers

DEEL 1: Hoe inclusief is het ontwikkelingsproces van uw product?

DEEL 2: Hoe inclusief is uw product?

Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

- Belang van het ontwikkelingsproces voor het eindresultaat



Afb. Oslo Operahouse - Snohetta

Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

- Belang van het ontwikkelingsproces voor het eindresultaat
- Keuze om deel 1 over te slaan

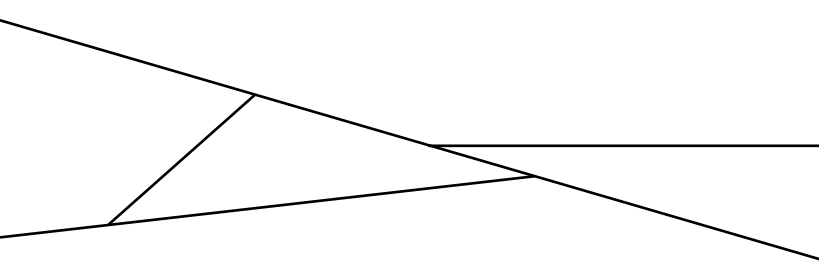


Afb. Oslo Operahouse - Snohetta



Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

- Groeimindset
 - Persoonlijke visie en karakter





Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

- Groeimindset
 - Persoonlijke visie en karakter
- Communiceren over uw productaanbod
 - Informatiekanalen
 - website



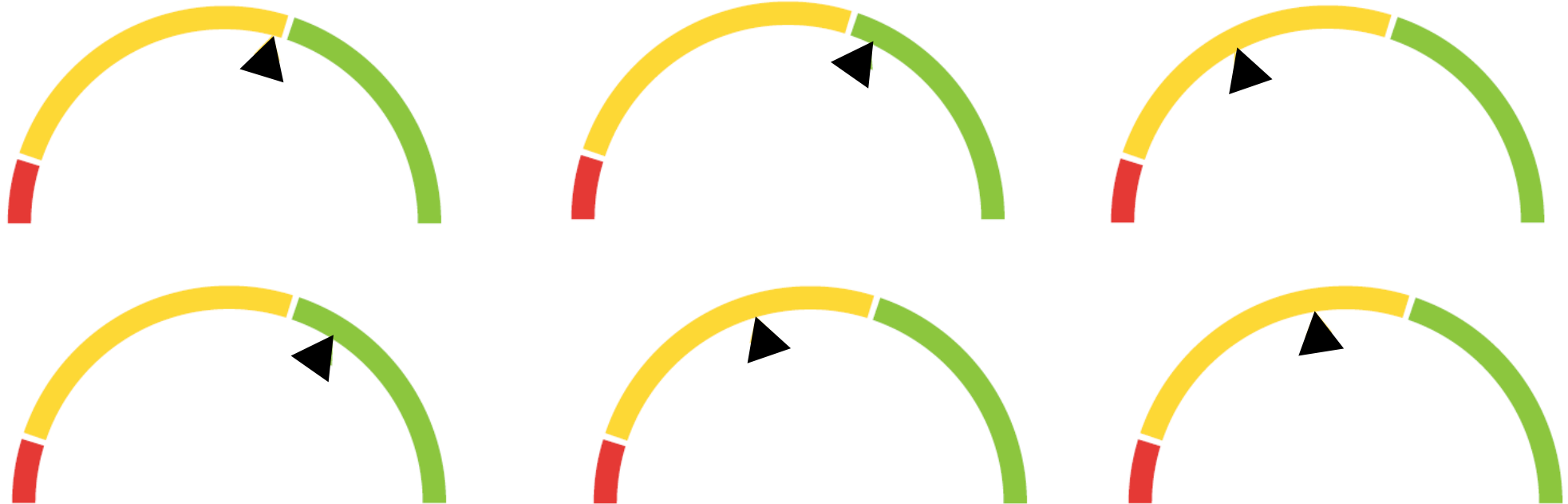
Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

- Groeimindset
 - Persoonlijke visie en karakter
- Communiceren over uw productaanbod
 - Informatiekanalen
 - website
- Informatie en kennis vergaren



Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

Hoe inclusief is het ontwikkelingsproces van uw product?





Quickscan toeleveranciers: DEEL 1 Ontwikkelingsproces

- Groeimindset
 - Persoonlijke visie en karakter
- Communiceren over uw productaanbod
 - Informatiekanalen
 - website
- **Informatie en kennis vergaren**



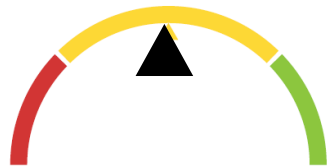
WANNEER ?

WIE ?

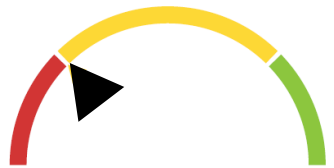
WAT ?

HOE ?

P1



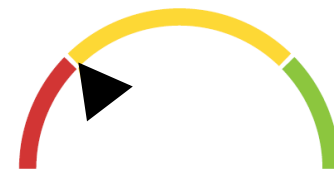
P2



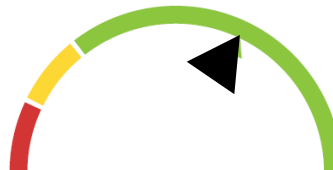
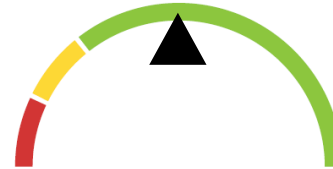
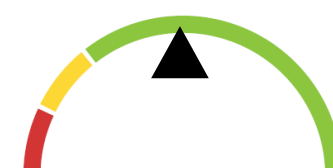
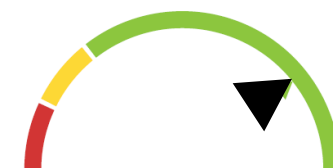
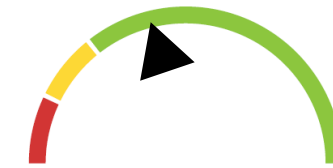
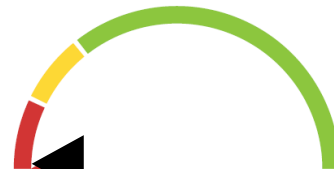
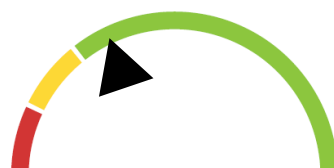
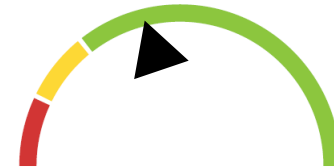
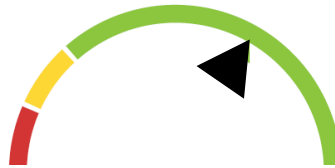
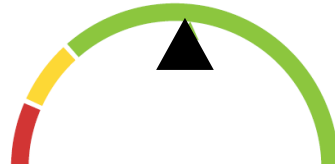
P3



P4



P5





Informatie en kennis vergaren

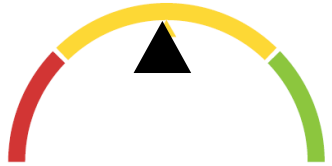
WANNEER ?

WIE ?

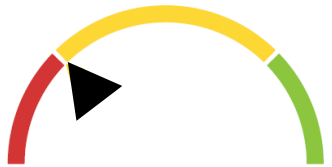
WAT ?

HOE ?

P1



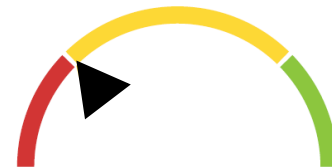
P2



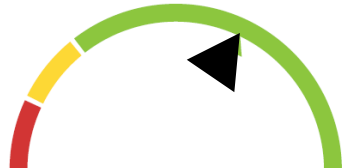
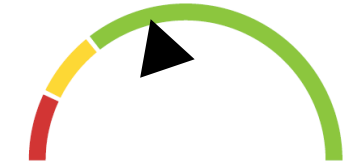
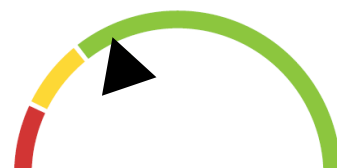
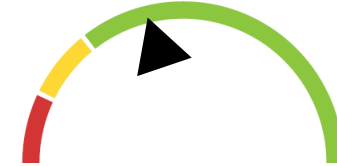
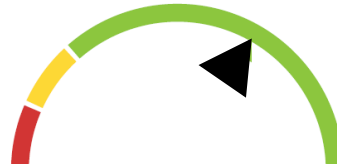
P3



P4



P5





Quickscan toeleveranciers

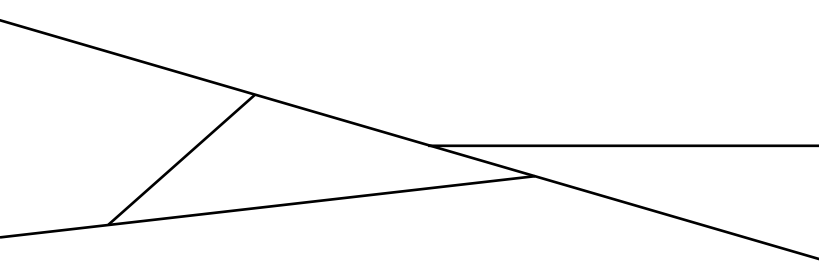
DEEL 1: Hoe inclusief is het ontwikkelingsproces van uw product?

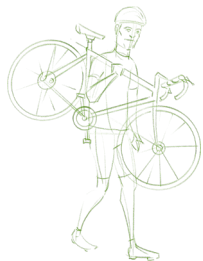
DEEL 2: Hoe inclusief is uw product?



Quickscan toeleveranciers

Focus op 3 doelgroepen







Quickscan toeleveranciers

Opbouw

Focus op 3 doelgroepen

- 2 doelgroepen kiezen
+ 1 opgelegde doelgroep
- kortere scan – meerdere keren invullen





Meest gekozen doelgroepen:

- 23% Oudere persoon
- 21% Persoon die slechtziend is
- 15% Persoon in manuele rolstoel
- 13% Anderstalige persoon
- 10% Persoon die blind is
- 5% Persoon die slechthorend is
- 5% Persoon die moeilijk kan stappen
- 3% Persoon die doof is
- 3% Persoon met astma
- 3% Kind
- 0% Persoon met voedselvoorkeur / voedselallergie
- 0% Persoon met dementie

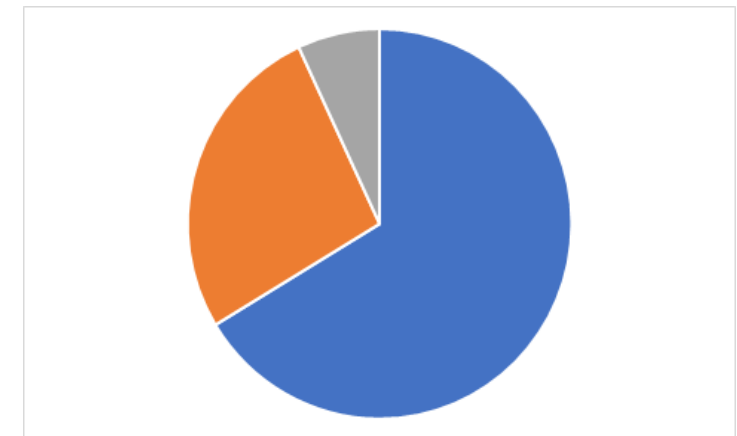






“Dit product is net zo bruikbaar voor mij als voor ieder ander.”

67% akkoord
27% niet akkoord
7% weet het niet

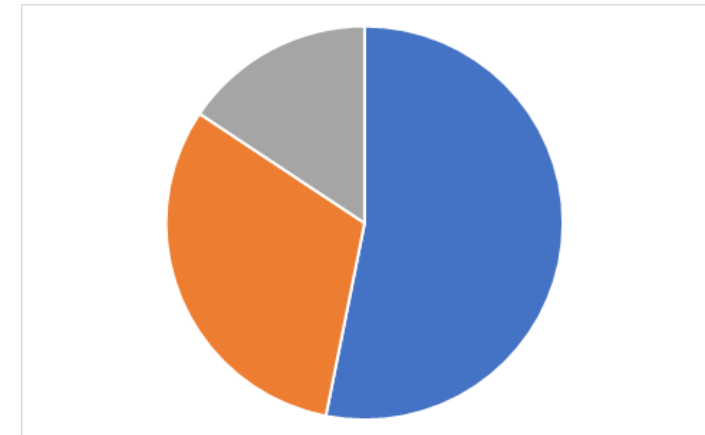






“Ik kan dit product
zelfstandig gebruiken
op minimum één manier die
comfortabel werkt voor mij.”

53% akkoord
31% niet akkoord
16% weet het niet

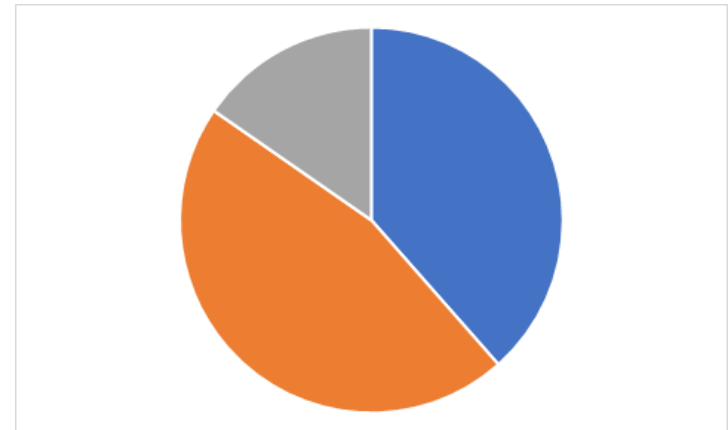






“Ik kan dit product gebruiken zonder te moeten kijken.”

38% akkoord
46% niet akkoord
15% weet het niet







Quicksan toeleveranciers

Lessons learned nav de methodiek

Aanpassingen :

Aanpassing doelgroepen

Aanpassing categorieën

*Verfijnen en aanpassen van
verschillende vragen*

Weging vragen

*Inspirerende voorbeelden per
categorie en per UD principe*