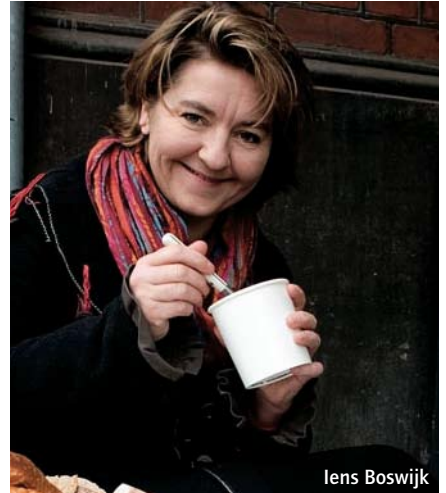


Gasten beoordelen steeds vaker op internet

'Gebruik sociale media'

Ze zijn voor horecaondernemers vaak een doorn in het oog: websites waar gasten restaurants kunnen beoordelen. lens Boswijk, oprichter van lens.nl, legt uit hoe haar meest bezochte recensiesite werkt.

Tekst: Matthijs van der Pol



lens Boswijk

Wie bij het Amsterdamse Côte Ouest het toilet bezoekt, loopt tegen een krijtbord aan met daarop de oproep 'Wilt u laten weten hoe u het bij ons vond? Ga naar lens.nl'. De eigenaren Lourens en Claudia van den Berg hebben er namelijk geen moeite mee als hun gasten hun ervaringen delen via recensiesite lens.nl. Lourens van de Berg: "We hebben natuurlijk liever dat gasten hun complimenten of beklag rechtstreeks doen, maar sommigen vinden dat moeilijk." Om mensen een extra opening te geven ook aan tafel eerlijk te zijn is de oproep geplaatst, legt Claudia van de Berg uit. "Men voelt zich hierdoor juist aangemoedigd om direct het hart te luchten. We krijgen vaker van onze gasten te horen wat hun ervaring is. Dat houdt ons en de keuken scherp."

lens

Deze restaurateurs zien de opkomst van sites als lens, Vorkje, Dinnersite en SpecialBite dus als een kans en niet als bedreiging. Maar de openheid van het net heeft ook een keerzijde. Concurrenten, rancuneuze ex-medewerkers en gewone internetidioten die kwaad willen, kunnen relatief makkelijk een anti-campagne tegen je zaak beginnen. Dus hoe zit het met de betrouwbaarheid van een site als marktleider lens? lens Boswijk, oprichter en naamgever van het gelijknamige lens.nl, zegt dat het mode-

ratiesysteem, waarmee de reacties van de proevers (zoals lens haar recensenten noemt) worden beoordeeld, voldoende borg biedt om te voorkomen dat zaken uit de klauwen lopen. Boswijk: "We hanteren een handleiding waarmee we onze redacteurs naar de reacties laten kijken. Als iemand bijvoorbeeld beweert dat hij ziek is geworden van het eten, verwijderen we dat meestal. Ook feitelijke onjuistheden verwijderen we."

Naast de redactie die de reacties bekijkt en goedkeurt, zijn er in iedere regio van Nederland door lens regiocontroleurs aangesteld die zelf op onderzoek uit gaan en de vinger aan de pols houden. Boswijk: "Daarnaast kunnen bezoekers van de site zelf op de abuse-knop klikken, als ze vinden dat iemand in een reactie over de schreef gaat." Boswijk gelooft wat dat betreft in de zelfreinigende werking van de 'crowd', de gebruikers van lens. Vaak zijn het de restauranthouders zelf die contact met lens opnemen als ze iets niet zint in de manier waarop er over hun restaurant wordt geschreven. Als de bezwaren tegen een negatieve reactie redelijk klinken, is de redactie van de site bereid om een bijdrage van een proever te verwijderen, aldus Boswijk.

Interactie

lens wil de restaurateur in de toekomst ook de gelegenheid bieden om direct met de proever in contact te komen. Die mogelijk-

heid moet er straks komen met de zogeheten lens-mailbox. Daarin kunnen proever en ondernemer met elkaar communiceren. Het is volgens Boswijk overigens niet zo dat er vooral geklaagd wordt. Naar eigen zeggen is zo'n zeventig procent van de berichten op lens positief. Maar het systeem is wel aan verfijning toe, erkent Boswijk. "We gaan langzaam het systeem aan de achterkant aanpassen om proevers een prominenter rol te geven. Wie bijvoorbeeld heel vaak een goed bericht achter laat, moet in de rangorde kunnen stijgen. De mening van die proever moet zwaarder gaan wegen. Ook kunnen andere bezoekers proevers gaan beoordelen." Ook Boswijk roept restaurateurs ten slotte op om zich actiever op internet te bewegen. "Ik merk dat ondernemers de laatste twee jaar internet als medium steeds meer zijn gaan omarmen. Ze zien het niet meer per se als bedreiging maar als een mogelijkheid om zich extra te profileren en te luisteren naar hun gasten."

> [HorecaEntree](#) <

**32% VAN DE HORECAONDERNEMERS
GEEFT AAN MEER TE WILLEN SAMENWERKEN
OM BETERE RESULTATEN TE BEHALEN**

(Bron: kenniscentrumhoreca.nl)

ALS SLIMME ONDERNEMER HERKENT U EEN KANS WANNEER U DIE ZIET

Feiten en cijfers helpen u niet alleen bij het maken van belangrijke bedrijfsbeslissingen. Wie goed kijkt ziet ook kansen. Neem dus op uw gemak eens de kennis door die we voor u (en misschien wel met u) verzameld hebben op: [kenniscentrumhoreca.nl](#)



bedrijfschap Horeca en Catering