



Persbericht  
Amsterdam, 01.07.2021

## **Onderzoek van Accor toont aan dat werknemers 25% meer omzet verwachten te maken door face-to-face zakendoen**

Uit onderzoek<sup>1</sup> van Accor, de toonaangevende wereldwijde hospitality groep, blijkt dat werknemers verwachten een kwart (25%) meer omzet te kunnen maken als ze weer face-to-face met klanten kunnen communiceren.

Terwijl velen met spanning wachten op een beslissing over de versoepeling van de Covid-regelgeving, heeft onderzoek van Accor het afgelopen jaar uitgewezen dat professionals verwachten dat ze gemiddeld 23% meer deals per jaar zullen sluiten wanneer ze hun contacten face-to-face kunnen spreken, in plaats van alleen gebruik te maken van video- of telefoonconferenties. Die werknemers denken ook dat één face-to-face-ontmoeting evenveel effect heeft als ongeveer drie video- of conferentiegesprekken, wat de waarde van face-to-face aantoont.

Een belangrijke reden voor deze trend is dat bijna een derde (30%) zei het moeilijk te vinden om de lichaamstaal en non-verbale signalen van een andere persoon niet te kunnen zien. Bovendien zei nog eens 22% het moeilijker te vinden om een praatje te maken en persoonlijke relaties aan te knopen wanneer alleen gebruik wordt gemaakt van video- en conferencing mogelijkheden.

Op de vraag met welke uitdagingen zij de laatste maanden werden geconfronteerd bij het gebruik van technologie in plaats van persoonlijke vergaderingen voor het werk, was het meest voorkomende antwoord dat er technologische problemen waren, zoals slechte kwaliteit of het wegvallen van videoconferenties (37%). Dit werd gevolgd door 30% die zei dat ze het moeilijk vonden om de lichaamstaal en non-verbale signalen van een andere persoon niet te kunnen zien en 22% die zei dat ze het moeilijker vonden om een gesprekje aan te knopen om persoonlijke relaties te vormen.

Het verlenen van gastvrijheid, zoals lunch of diner, was voor velen een verloren zakelijke katalysator. Een zesde van de werknemers (18%) zei dat ze door de sluiting van horecagelegenheden minder redenen hadden om klanten te ontmoeten en met hen in contact te komen, wat uiteindelijk van invloed was op de bedrijfsresultaten. Een vijfde vond dat gesprekken via technologische kanalen te formeel zijn om een band met de ander op te bouwen.

Deze bevindingen accentueren alleen maar het verlangen naar een terugkeer naar het gewone zakenleven en het sociale leven. Bijna de helft (47%) van de werknemers mist de sociale interactie van het ontmoeten van mensen via het werk.

*"Met de terugkeer van face-to-face ontmoetingen erkennen we, nu meer dan ooit, het belang ervan," aldus Sophie Hulgard, Senior Vice President of Sales - Accor, Noord-Europa. "Het verlies van face-to-face business in het afgelopen jaar heeft de emotionele en financiële waarde ervan aangetoond. De bevindingen van het onderzoek zijn overtuigend - een potentiële omzetstijging*



*van 25% door face-to-face ontmoetingen is miljoenen waard, mogelijk zelfs meer, voor de nationale en wereldwijde economie. De psychologische lessen van het afgelopen jaar zijn ook cruciaal - mensen hebben behoefte aan contact en technologie kan ons over de hele wereld brengen en mensen bij elkaar brengen, maar daarbij kan het de non-verbale signalen missen die alleen face-to-face kunnen worden waargenomen."*

*"Digitale oplossingen in het bedrijfsleven zijn niet meer weg te denken, maar er zal altijd behoefte zijn aan een persoonlijke ontmoeting om de deal rond te krijgen. Technologie is een krachtig instrument, maar het zal nooit het belang van de menselijke maat in het bedrijfsleven vervangen. De resultaten van ons onderzoek, in het digitale tijdperk waarin we leven, onderstrepen de Hybride trend waarvan we verwachten dat het een blijvende erfenis van de pandemie zal zijn - digitaal is krachtig, face-to-face is waardevol."*

###

Sophie Hulgard's Voorspellingen: Vier Meeting Trends voor 2021 en daarna:

1. **Hybride Vergaderingen:** Het combineren van virtuele en "fysieke" in-person deelname over meerdere locaties. Eerder dit jaar (april) lanceerde Accor ALL CONNECT, een nieuw hybride vergaderconcept aangedreven door Microsoft Teams dat in-room en on-screen connectiviteit mogelijk maakt.
2. **Afsluitende vergaderingen:** Face-to-face afsluitende meetings zullen in de tweede helft van 2021 sterk toenemen naarmate digitaal opgebouwde fundamenten tot bloei komen in Closing Deals.
3. **Culture Meetings:** We verwachten dat het begrip "cultuurmeetings" zal overstijgen naar de normale gang van zaken naarmate we de pandemie te boven komen. Na een jaar of langer van scheiding zullen mensen weer samenkomen om teams en cultuur op te bouwen.
4. **Leiderschapsvergaderingen:** Kleine vergaderingen zullen op korte termijn groot zijn - raden van bestuur komen weer bij elkaar, leiderschapsteams komen bij elkaar. De behoefte aan contact zal sterk zijn en bedrijven zullen elkaar opzoeken om persoonlijk contact te leggen.

Sophie Hulgard legt uit waarom face-to-face meetings zo belangrijk zijn, [klik hier](#)

###

Opmerkingen voor de redactie

1. Een onderzoek in opdracht van OnePoll onder 2.000 thuiswerkende werknemers tijdens de pandemie
2. In 2020 lanceerde Accor 'ALL Meet Well', waarmee de Groep laat zien zich in te zetten om afgevaardigden veilig en gezond te houden, voor de bijeenkomsten van vandaag en morgen. Alle bijeenkomsten en evenementen worden gehouden in overeenstemming met ALLSAFE, het wereldwijde hygiëne- en preventieprogramma van Accor.

###



## Perscontacten

### **Kim Wamper**

PR & Communications Manager Benelux

T. +31(0) 20 304 36 66

[Kim.wamper@accor.com](mailto:Kim.wamper@accor.com)

## CFF Communications

### **Leonore Matzka**

T. +31 6 24 93 95 98

[accorbnlx@cffcommunications.nl](mailto:accorbnlx@cffcommunications.nl)

## **OVER ACCOR**

Accor is één van de voornaamste hospitality groepen ter wereld en het levert unieke ervaringen in meer dan 5000 hotels en verblijven in 110 landen. De Groep heeft meer dan 50 jaar hospitality ervaring, wat heeft geleid tot een ongeëvenaard portfolio van 39 hotelmerken, van luxe tot budget, met een van de meest aantrekkelijke loyaliteitsprogramma's ter wereld.

Het loyaliteitsprogramma, genaamd ALL (Accor Live Limitless), integreert rewards, services en ervaringen en biedt leden meerwaarde en een bijzondere ervaring. ALL gaat verder dan hotels en aanbiedingen. Het biedt spectaculaire ervaringen aan en wil de manier van leven, werken en genieten belonen, thuis en op reis.

Accor is sterk betrokken bij het creëren van duurzame waarde en speelt een actieve rol bij het teruggeven aan onze aarde en de maatschappij waarin het opereert. Dit doet het via haar 'Planet 21 – Acting Here'- programma en het 'Accor Solidarity endowment'-fonds dat ervoor zorgt dat kwetsbare groepen toegang krijgen tot een baan door middel van opleiding.

Accor SA is genoteerd aan de beurs van Parijs (ISIN code: FR0000120404) en aan de OTC Markt (Ticker: ACRYF) in de Verenigde Staten. Ga voor meer informatie naar [group.accor.com](http://group.accor.com). Of volg ons op [Twitter](#) en [Facebook](#).