



## De reisbranchecampagne voor excellente dienstverleners!

De reisbranche wil zich onderscheiden als dé branche met excellente commerciële dienstverleners. We zetten de belangrijkste pijlers en de aanleiding voor de campagne nog even voor je op een rij.

In mei en september/oktober zag je in veel media de ludieke 'Oh, zeker zelf geregeld!' advertenties. De boodschap is: regel je vakantie of zakenreis via een ANVR-reisonderneming. Of je dat nu online, telefonisch of bij het reisbureau doet, het ANVR logo biedt je zekerheid en waar voor je geld. Hiermee wil Reiswerk de toegevoegde waarde van de ANVR reisondernemers en de reisprofessionals die daar werken benadrukken bij de klant en medewerker.

**De reisprofessional brengt je verder.**  
Rian Verkooijen, Communicatiemanager van Reiswerk, licht dit motto toe: 'de reisprofessional brengt de klant echt verder', maar ook 'het vak reisprofessional brengt je verder in je carrière'. Als excellente commerciële dienstverlener kan je

namelijk heel ver komen. Ook de campagne website Reisprofessionalgezocht.nl is op twee manieren uit te leggen. Enerzijds is dit bedoeld richting de klant, maar uiteraard willen we, als de boekingen weer aantrekken, deze naam ook gaan gebruiken voor arbeidsmarktcommunicatie. De reisprofessionals moeten excellente commerciële dienstverleners zijn. Wat dat precies betekent, heeft Reiswerk samen met de branche uitgewerkt in een witboek.

### Levenslang leren

Hoe functioneer ik, heb ik ontwikkelambitie en ben ik een excellente dienstverlener? Die vragen beantwoordt de reisbranchemedewerker voor zichzelf met de ontwikkelscan op [www.reiswerk.nl](http://www.reiswerk.nl). Het is de belangrijkste tool binnen het project Leeftijdsbewust Beleid, waarin Reiswerk aandacht heeft voor ontwikkelmogelijkheden.

### Het begin

In de zomer van 2008 wilde Reiswerk haar arbeidsmarktcampagne 'Reiswereldbaan' ver-



nieuwen en toespitsen op de medewerker van nu. Bart van Wijck, Manager Arbeidszaken en Onderwijs: 'Toen de vraag naar nieuwe medewerkers in de branche terugliep door de kredietcrisis, maakten de ANVR, werkgevers en vakbonden samen een strategische keuze om de campagne omtrent excellente dienstverlening te starten. Het is een uniek project en iedereen doet mee; bedrijfsleven, werknemers en onderwijs. We willen samen de branche op een hoger niveau tillen en ons onderscheiden van andere branches. Als de markt aantrekt, kunnen we dat voortzetten in een arbeidsmarktcampagne waarmee we op zoek gaan naar nieuwe excellente commerciële dienstverleners.'

## De reisprofessional, dat ben jij!

Daar moet je niet bescheiden in zijn. De ANVR-reisondernemingen hebben hun zaken goed voor elkaar en staan voor zekerheid en kwaliteit. 'Excellente commerciële dienstverlening komt tot uiting in onder andere de trots, passie en creativiteit van de reisprofessional. We hopen met de campagne ook de medewerkers te laten zien welke belangrijke toegevoegde waarde ze hebben.'

### Zichtbaarheid

'Voor de eerste flight in mei hebben we een nulmeting gedaan', vertelt Verkooijen. 'Daarmee konden we in een daaropvolgende meting kijken wat het effect is geweest. Op basis daarvan hebben we voor de tweede flight een aantal andere keuzes gemaakt. Zo hebben we ons mediaplan meer toegespitst op de doelgroep 18-35 jaar. Daarnaast is de flight ingekort van vier weken

naar tien dagen. Met een aangepaste media-aanpak hopen we de zichtbaarheid te verhogen.'

### Uitdagend

In de branche is de campagne zeer goed ontvangen. Zo was Jeroen Steijn van Toerkoop Reisbureau Estee na de guerilla-actie van de eer-



ste flight super enthousiast over de 'Oh, zeker zelf geregeld!' beelden. Hij belde meteen de ANVR of hij die bordes - zeker drie meter breed - ook mocht gebruiken. Het familiehotel hees hij op oude afbraakpanden in de buurt. 'Dat maakte flink wat los', zegt Steijn tevreden. Het beeld met het tropische zwembad nam hij mee naar braderieën. 'Daar zetten we het tegenover onze stand in een kinderzwembad met een modderpoel. Erg leuk om te zien hoe mensen erbij gaan staan kijken. Als ze zich dan omdraaien en ons zien, snappen ze meteen de krachtige boodschap. Wij bieden garantie en zorg in deze tijden van onzekerheid. Het positieve effect is ook dat mensen meer met ons in discussie gaan. Ze denken na voordat ze boeken en dagen ons uit om te vertellen waarom ze dat niet zelf moeten doen. We moeten als branche die boodschap blijven uitdragen.'

*'De advertenties zijn heel herkenbaar gebleken, 'natuurlijk kan je beter van te voren nagaan, wat het beste seizoen is om te raften, de reisprofessional kan dat met een druk op de knop voor me uitzoeken. Bovendien weet een goede reisprofessional er ook nog een op jongeren ingestelde lodge bij te boeken.'*

*'Ik boek altijd mijn reizen op internet. Maar er is inderdaad zoveel aanbod op internet, en lang niet overal staat een ANVR logo bij. Ik ga daar in het vervolg echt beter op letten. Gelukkig is het tot op heden nog goed afgelopen.'*