



Inspireren om te kunnen excelleren

'Inspirerend om te zien hoeveel mensen aanwezig zijn op dit Reiswerkevenement.' Zo trapt Frank Oostdam de inspiratiesessie af die Reiswerk organiseerde voor een volle zaal van 220 reisbranchemanagers, -medewerkers en onderwijsvertegenwoordigers. 'Juist in deze tijd gaat het om de toegevoegde waarde voor de klant. Om hem of haar excellent van dienst te kunnen zijn, moet je de klant begrijpen. Hoe je een relatie met de klant aangaat en behoudt, is door marketingexpert Richard van Hooijdonk uitgebreid toegelicht gedurende anderhalf uur.'

Reiswerk heeft Richard van Hooijdonk als gast-spreker uitgenodigd om werkgevers, werknemers en onderwijs te inspireren hoe ze marketing-concepten kunnen inzetten om uiteindelijk excellente dienstverlening te kunnen waarmaken. Waarom is de relatie met de klant zo belangrijk, hoe kom je in contact met hem en waar moet je op letten? Van Hooijdonk biedt soelaas met zijn concept Marketing 2.0. 'De nieuwe vorm van marketing gaat niet meer over bereiken, maar over beraken. De mensen die je aanspreekt, moeten niet alleen boeken, maar betrokken worden bij je product. Bedenk eerst hoe je de klant en zijn of haar vrienden aan je kunt binden en denk dan pas aan verkopen.'

Ook van Hooijdonk constateert dat de consument mondiger, zelfstandiger en zelfverzekerder

is én dat de mening van anderen enorm gewaardeerd wordt. 'Jullie klanten zoeken interactie en willen gehoord worden. Die kans moet je ze geven. Uit onderzoek blijkt dat 34% van de consumenten bereid is om een reactie achter te laten. Op basis van die meningen doet maar liefst 83% zijn of haar aankoop. Dat percentage schetst het belang van het genereren van reacties. Het werkt heel goed om klanten ambassadeur te laten zijn van jouw product. Maar ook nog vóór de verkoop kan je mensen betrekken bij het product. Als je consumenten bijvoorbeeld laat meedenken in het creatieproces en ze zelfs laat meebeslissen, dan zijn ze eerder bereid om het product te kopen.'

Goed luisteren

Van Hooijdonk benadrukt het belang van doelgroepen. 'Zorg dat je goed luistert naar de verschillende groepen. Een gezin met twee kleine kinderen wil een heel andere vakantie dan een ouder stel, dat weer een totaal andere



Het Reiswerkteam Bart van Wijck, Eva Schouwenaar, Frank Radstake en Rian Verkooijen met Richard van Hooijdonk (2de van links)

reis kiest ten opzicht van een jonge single. In de reisbranche kan er heel veel gewonnen worden met relevante en doelgroepgerichte marketing en productontwikkeling.'

'Maak gebruik van de multimediale mogelijkheden,' vertelt van Hooijdonk. 'Filmpjes op het web is voor de reisbranche de ideale manier om een reisbeleving te laten voelen. Online het 'echte' laten beleven, daarmee kun je iemand inspireren en dat zorgt dat die persoon op de site blijft. Maak je vervolgens contact, dan houd je hem vast. Ga daarna de dialoog aan en je hebt een klant. Maak je klanten gelukkig, zo bied je ze toegevoegde waarde en dan kan je geld verdienen.'

Prijzen verdienen voor kennisoverdracht

Kennisoverdracht en leren in de praktijk zijn essentieel om excellente commerciële dienstverleners de kans te geven om zich te ontplooiën. Daarom waren de uitreiking van de Ed van Thijn scriptieprijs én de bekendmaking van het Leerbedrijf van het Jaar onderdeel van het Reiswerkevenement tijdens de VakantieVakbeurs.

Leerbedrijf van het Jaar 2010

Toerkoop Reisburo Zonvaart in Heerhugowaard is uitgeroepen tot Leerbedrijf van het Jaar 2010 Reizen. Alien Cnossen, algemeen directeur van Kenwerk, maakte de winnaar bekend. De andere genomineerden waren ANWB/VVV, vestiging Hengelo en A&A Tours BV Toerkoop Reisburo, vestiging Culemborg. De verkiezingscommissie heeft de titel onder meer toegekend vanwege hun duidelijke en professionele visie op opleiden en het maatschappelijk verantwoord investeren in toekomstige beroepskrachten. 'De leerlingen zijn zeer positief en voelen zich bij het bedrijf gewaardeerd als medewerker,' aldus Cnossen.

Bij de beoordeling zijn de volgende criteria gehanteerd: betrokkenheid bij het opleidingsproces, visie op opleiden, aanwezigheid opleidingsplan, personeelsbeleid, opleidingsklimaat, deelname aan activiteiten, vervullen van ambassadeursrol en de opleidingsresultaten.

Jet Kruihof wint Ed van Thijn scriptieprijs

De Ed van Thijn scriptieprijs is tijdens het Reiswerkevenement op de VakantieVakbeurs op 12 januari jl uitgereikt aan Jet Kruihof. Zij wint met haar scriptie over Slow Travel een reischeck ter waarde van 1500 euro. Ook genomineerd waren Jasper Strik, met zijn onderzoek De Power of Sound, en Harmen van der Molen, met het onderzoek I feel Slovenia. De ingezonden scripties zijn beoordeeld op opzet van het onderzoek, het raadplegen van bronnen, de conclusies en aan-



Pieter, Carla en Michel Kuijs van Toerkoop Zonvaart.



ANVR-directeur Frank Oostdam reikt de Ed van Thijn scriptieprijs uit aan Jet Kruihof.

bevelingen en niet te vergeten de relevantie van het onderzoek en de resultaten voor de reisbranche. De jury koos unaniem voor de scriptie van Jet. 'Slow Travel kan als begrip kansen creëren voor die bedrijven die zich in deze tijd willen onderscheiden van de concurrentie. Essentiële voorwaarde daarbij is dat ze het een passende eigen lading geven. In haar scriptie heeft Jet op uitstekende wijze verbinding gelegd tussen producten en ontwikkelingen in de reisbranche en de inzet van marketingmiddelen. Dit werk is een goede basis voor de reisbranche om activiteiten op dit gebied in te richten.'



Op weg naar excellente commerciële dienstverlening in de reisbranche

Excellente commerciële dienstverlening, dat is de wijze waarop de reisbranche zich gaat onderscheiden ten opzichte van andere branches. De branche verkrijgt hiermee een belangrijke concurrentiepositie op de arbeidsmarkt. Als je in de reisbranche werkt weet je hoe je excellent en commercieel moet dienstverlenen. En dat maakt je, als medewerker succesvol en kansrijk! Reiswerk brengt onderwijs, werkgevers en werknemers samen om dit credo te bereiken én te behouden. Dat een aantal bedrijven en scholen hier al zeer serieus mee aan de slag is, blijkt uit de volgende interviews. Afgevaardigden van onderwijs- en bedrijfsleven uit de branche vertellen wat ze zelf doen om dit niveau te bereiken...

Kennis essentieel

Peter Buisman, directeur HR BCD Travel: 'Kennis en communicatie zijn voor de verkoop van zakenreizen en aanvullende diensten essentieel. Maar hoe wordt de dienstverlening excellent? Doordat onze travel consultants zich met ondernemerschap, deskundigheid,

'Met ondernemerschap, deskundigheid, creativiteit, durf en oplossingsgerichtheid je volledig verplaatsen in klanten.'

creativiteit, durf en oplossingsgerichtheid volledig verplaatsen in onze klanten met een aanbod dat geheel aansluit op de behoeften en het reisbeleid van onze klanten. In trainingen en coachingstrajecten worden vanuit deze kenmerken de kennis en vaardigheden aangeleerd. Het is voor ons van groot belang dat excellente commerciële dienstverlening van hoog tot laag beleefd wordt binnen BCD Travel totdat dit uiteindelijk tot in de DNA-structuur van de medewerker ingebakken is. Zo is en blijft onze dienstverlening excellent.'



Peter Buisman

Ontmoetingsplaats

De organisatie van de MBO Toerisme en Recreatie stand op de Vakantiebeurs lag bij SG de Rooi Pannen. De stand was een ontmoetingsplaats voor alle betrokken partijen van het toeristische onderwijs, zoals brancheorganisaties (inclusief Reiswerk en Reiswereldbaan), het bedrijfsleven en Kenwerk. 'Hier konden alle partijen informatie verzamelen en uitwisselen, om zo het toeristische onderwijs met de praktijk te verbinden en wederzijdse verwachtingen af te stemmen,' vertelt Steven van Ringelstijn, directeur Toerisme & Recreatie van SG de Rooi Pannen uit Breda.

Om de student tot excellente commerciële dienstverleners op te leiden, heeft SG de Rooi Pannen in Breda een eigen evenementenbureau opgericht. 'Organisaties en bedrijven vragen daar om hulp bij de organisatie en uitvoering van hun evenementen. Studenten onderhouden de contacten met die opdrachtgevers en staan in direct contact met de klanten tijdens de events. Dat is goed voor hun

dienstverlenende kwaliteiten. Daarnaast moet het event op z'n minst kostendekkend zijn, dat stimuleert commercieel denken,' legt van Ringelstijn uit.

'Studenten zijn vanaf leerjaar één verplicht om tijdens externe activiteiten front office werkzaamheden te verrichten. Hierdoor herkennen ze steeds sneller de verwachtingen van klanten en kunnen ze daarop adequaat anticiperen. Als ze dan na anderhalf jaar school aan hun stageperiode beginnen, is de voorsprong goed merkbaar en dat maakt de weg korter naar professionele dienstverlener in de reisbranche.'



Steven van Ringelstijn

'Tijdens de opleiding in contact zijn met klanten, dat stimuleert dienstverlenende kwaliteiten.'

Ondernemend onderwijs

ROC A12 zet sterk in op ondernemend onderwijs. Studenten starten de opleiding met een uitvoerig project onder de naam Brancheverkenning. 'Ze voeren hier een uitvoerige verkenning uit en inventariseren de branche. Iedere student bezoekt bedrijven, houdt interviews en presenteert de bevindingen aan medestudenten en docenten,' zegt Erik Koldewijn, afdelingsmanager Hospitality & Recreatie. 'Iedere student heeft ook een aanzienlijk aantal opdrachten in het kader van externe oriëntatie. Studenten en docenten participeren zo in de branche waar dat kan. Verder coachen we met de menukaart en het werkplan sterk op eigenschappen als inlevingsvermogen, dienstverlening, klantfocus, durf, creativiteit en oplossingsgerichtheid.'

ROC A12 heeft voor de toeristische opleidingen het vignet Ondernemend Leren behaald.

Koldewijn: 'Als onderdeel hiervan hebben vele docenten in een project 'Jouw baan Mijn baan' van baan gewisseld met iemand uit de branche.

Ook hebben studenten en docenten in dit kader allerlei miniondernemingen opgezet. In het verlengde hiervan werken we nu een eigen project uit met (inter)nationale docentenstages. Door studenten zo veel mogelijk te betrekken bij de organisatie van de opleiding creëren we trotse ambassadeurs van ROC A12 en de reisbranche.'



Erik Koldewijn

'Door studenten te betrekken bij de organisatie van de opleiding, creëren we trotse ambassadeurs van ROC A12 en de reisbranche.'



 opleidingen

 arbeidsmarkt

 pensioenen

 cao

Gepassioneerde aanpak

Monique de Vos van Departures in Veldhoven is in 2009 uitgeroepen tot Zelfstandig Reisadviseur van het Jaar. Wat verstaat zij eigenlijk onder excellente commerciële dienstverlening? 'Voor mij geldt dit als credo. Ik heb mijn bedrijf in het leven geroepen omdat ik voelde dat deze vorm van dienstverlening in veel reisbureaus nog ontbrak.'

'Ik zoek naar een klik met mijn klant.'

En wat vindt De Vos ervan dat Reiswerk de reisbranchemedewerker als excellente commerciële dienstverlener wil positioneren? 'Goede zaak toch? Als je als reisagent geen toegevoegde waarde aan de klant kunt bieden, wat doe je dan achter de balie! Wil je de klant goed van dienst zijn, op een excellente wijze, dan dien je hem of haar te behandelen zoals je zelf graag behandeld wordt. Schenk vertrouwen en aandacht. Persoonlijk ga ik voor een gepassioneerde aanpak. Ik zoek naar een klik met mijn klant.'



Monique de Vos

Samenwerken

Bij ROC Mondriaan bundelen de verschillende studierichtingen hun krachten om excellente commerciële dienstverleners op te leiden. 'We bieden Horeca onderdelen om ervoor te zorgen dat onze studenten in aanraking komen met andere vormen van dienstverlening en klantgerichtheid,' geeft Brigitte Engering, onderwijsmanager Toerisme en Recreatie, als voorbeeld. 'Ook werkt de afdeling Toerisme en Recreatie veel samen met andere afdelingen die met dienstverlening te maken hebben, zoals Sport en Bewegen. Studenten van deze opleidingen verzorgen sportlessen aan de studenten Recreatie en begeleiden studenten tijdens de studieweken Kaprun en Outdoor. Onze docenten verzorgen lessen anima-

'Verschillende studierichtingen bundelen hun krachten om excellente commerciële dienstverleners op te leiden.'

tie bij sport en bewegen.' Volgens ROC Mondriaan komt excellente commerciële dienstverlening alleen tot uiting als ze het inbedden in de hele organisatie en niet alleen in het lesprogramma. 'In een teamvergadering heb ik een presentatie gegeven over dit onderwerp,' vertelt Engering. 'We hebben uitgesproken dat wij bekend willen staan als excellente commerciële dienstverleners. Dit betekent dat wij extra inzetten op de begeleiding van studenten, maar ook op het contact met de ouders van studenten. Bovendien is het vak Commerciële verkoopvaardigheid ingevoerd dat in het teken staat van excellente commerciële dienstverlening.'

Klantenbenadering

Jeroen Steijn: 'Binnen Toerkoop Reisburo Estee zijn wij al jaren bezig met een continu proces gericht op de klantenbenadering. Uiteraard worden medewerkers getraind in de ontwikkeling van hun kennis van onder andere bestemmingen en boe-

'Een continu proces gericht op klantenbenadering.'

kingssystemen. Als bedrijf richten wij ons daarnaast voornamelijk op hoe wij willen dat de Estee-klant in het geheel traject behandeld dient te worden; onze eigen onderscheidende bedrijfsfilosofie. Ik ben ervan overtuigd dat dit de perfecte basis vormt voor ons toekomstmodel.'

Hoogst haalbare

Reisadviseur van het Jaar 2008 René Jansen vindt het een heel goed initiatief van Reiswerk om hulpmiddelen en handvatten te ontwikkelen voor de excellente commerciële dienstverlener. Voor Jansen betekent deze vorm van dienstverlening 'streven naar het hoogst haalbare'. Naar zijn mening bereik je dit het beste in de praktijk. 'Ik stimuleer mijn eigen werknemers om excellent te zijn en wil graag dat ze de reisbranche eigen worden. Dit kan onder meer door ze mee te nemen naar de Vakantiebeurs of ze op studiereis te sturen. Een noodzakelijke factor bij het behalen van excellente commerciële dienstverlening is het enthousiasme van de medewerker zelf. Als dat ontbreekt, is

'Denk dat je de beste reisagent bent, dan ben je bereid net iets verder te gaan.'

het een zware klus! Wat Jansen zijn teamleden adviseert: 'Denk dat je de beste reisagent bent, dan ben je bereid net iets verder te gaan.'



René Jansen



Servicegraad verhogen

Het ROC van Amsterdam heeft bij hun docententraining excellente dienstverlening op het programma gezet. Hiermee wil het team de servicegraad verhogen. Cees Winkel, opleidingsmanager Toerisme en Recreatie: 'Belangrijk uitgangspunt is dat we bij het Tourism & Leisure College van het ROC van Amsterdam 'werk' leidend vinden. Dat betekent onder andere dat we luisteren naar de wens van het bedrijfsleven, waar we voor opleiden. Om studenten Excellente Dienstverlening aan te leren, moet het docententeam



Cees Winkel

eerst het goede voorbeeld geven. Nu is dat in veel gevallen al het geval, echter niet altijd en niet altijd bewust.' In een werkbijeenkomst heeft het ROC met het gehele team in groepen bepaald wat ze verstaan onder excellente commerciële dienstverlening, daarna hebben ze gekeken hoe ze het kunnen toepassen binnen het onderwijs. Winkel: 'Door de bewustwording van de docenten in het team komt dit onderwerp nu regelmatig aan de orde. Momenteel wordt gekeken naar een aanpassing in het studieprogramma om hier nog concreter invulling aan te geven.'

'Om studenten excellente dienstverlening aan te leren, moet het docententeam het goede voorbeeld geven.'

Meerwaarde

Lucienne Litjens van Muckhof Reizen, finalist voor de titel Reisadviseur van het Jaar 2009, is enthousiast dat Reiswerk zich ook op de studenten richt. 'Er is sowieso weinig aanwas en ik ben bang dat studenten soms om verkeerde redenen kiezen voor de reisbranche. Het is niet alleen maar het maken van studiereisjes. Het is ook hard werken en om een excellente commerciële dienstverlener te kunnen worden, moeten ze heel veel weten.' Bij een excellente commerciële dienstverlener denkt Litjens vooral aan de meerwaarde van de reisagent. 'Het internet stelt geen vragen. De reisagent stelt een reis samen die voldoet aan de wensen van de klant en adviseert of iets wel geschikt is. Je streeft naar een win-win-situatie: wij omzet en de klant een mooie reis.' Litjens ziet zichzelf wel als excellente commerciële dienstverlener. Ze werkt mobiel voor Muckhof Reizen en komt bij de mensen thuis. 'Dat is een unique selling point. Het is luxe dat ik naar de klant toe ga. Ik heb meer tijd en kan zo goed maatwerk leveren.' Van haar collega's op het reisbureau verwacht ze inzet én meer maatwerk. 'Laat klanten weten dat ze zowel voor een pakketreis als een reis op maat bij de reisagent terecht kunnen.'



Lucienne Litjens

'Het internet stelt geen vragen.'

Onderwijs ready for take off

Op Eindhoven Airport gaan onderwijs en bedrijfsleven samen op weg naar excellente commerciële dienstverlening in de reisbranche. Op 10 maart van 13 tot 17 uur legt de branche uit aan 30 MBO Toerisme en Recreatie opleidingen waarom deze strategische keuze is gemaakt. Ook HRM-directies en -managers van reisbedrijven krijgen een uitnodiging om het in het Witboek geschetste profiel van de excellente commerciële dienstverlener nog scherper te visualiseren. Bovendien gaan bedrijven en scholen om de tafel om een concrete stap te maken naar de vormgeving van excellente commerciële dienstverlening in de eigen organisatie en werkomgeving. De bijeenkomst wordt afgesloten met een netwerkdiner. Begin februari worden de uitnodigingen verzonden, maar noteer de datum alvast in de agenda.

Word een excellente dienstverlener

Wil jij volgend jaar Reisadviseur, Reserveringsmedewerker of Student van het Jaar worden? Doe vanaf half februari de ontwikkelscan op www.reiswerk.nl en ontdek in hoeverre jij een excellente commerciële dienstverlener bent. De uitslag van de ontwikkelscan vertelt je wat jouw sterke punten zijn, maar ook waaraan jij nog kunt werken om je klant optimaal te kunnen helpen.

Reiswerk lanceerde in september 2009 de ontwikkelscan om werknemers in de reisbranche te laten nadenken over hun eigen ontwikkel. 'Reisbranchemedewerkers testen met onze ontwikkelscan hoe ze zelf vinden dat ze functioneren én welke mate van ambitie ze hebben', vertelt Frank Radstake, Projectmanager Onderwijs en Arbeidszaken. 'Daar voegen we binnenkort dus nog een component excellente commerciële dienstverlening aan toe. Daarin toetst de reisbranche-

medewerker zichzelf ten opzichte van het profiel van een excellente commerciële dienstverlener. Dat profiel hebben we samen met het onderwijs en bedrijfsleven samengesteld en opgenomen in een witboek.'

Heb jij de ontwikkelscan al ingevuld? Reiswerk hoort graag wat je met de uitslag gedaan hebt en of het je geholpen heeft. Mail je reactie naar info@reiswerk.nl.



De ontwikkelscan

