

reiswerk  .nl

Verkoper Reizen 2007

Deel I: Reisbranche

Deel II: BeroepsCompetentieProfiel

DEEL I: REISBRANCHE ALGEMENE BEROEPSCONTEXT EN FUNCTIONEREN
--

Algemene beroepscontext en functioneren: Inhoudsopgave

1. Inleiding & motivatie
2. Legitimering
3. Trends, innovaties en ontwikkelingen in de reisbranche 2007 – 2012
 - 3.1 Algemeen Reisbranche
 - 3.2 Arbeidsmarkt
4. Functioneren in de reisbranche
 - 4.1 Functieniveau en criteria
 - 4.2 Functies: mogelijke functiebenamingen
 - 4.3 Loopbaanplanning en carrièrekansen
 - 4.4 Algemeen typerende beroepshouding in de reisbranche

1. Inleiding & motivatie

Het **BeroepsCompetentieProfiel (BCP)** geeft het gewenste niveau en de wijze van het functioneren weer voor het werken in de reisbranche. Uitgangspunt is de algemene beroepscontext in de reisbranche, opgezet vanuit de marktontwikkelingen 2007 – 2012.

Vanuit deze algemene beroepscontext is het functioneren omvat in BeroepsCompetentieProfielen op mbo-niveau:

- 1. BCP Verkoper Reizen : functioneren op operationeel niveau
- 2. **BCP Manager Verkoop Reizen** : functioneren op operationeel niveau

En op hbo-niveau:

- 3. Profiel Ondernemer : functioneren op operationeel/tactisch niveau
- 4. Profiel Manager Reizen : functioneren op tactisch/strategisch niveau

Dit BCP staat voor de functie van **Verkoper Reizen**.

De specifieke beroepscontext ten aanzien van Vakantiereizen, Zakenreizen en Touroperating is verbijzonderd. Indien de verkoper wil instappen in de reisbranche (beginnend beroepsbeoefenaar) moet hij voldoen aan het SEPR Kwaliteitseisenniveau. Dit betekent dat hij op de competenties vanuit het BCP beoordeeld wordt op 'gevorderd' niveau conform de Formule Competent in Reiswerk (CIR). Het BCP staat voor de yakvolwassen beroepsbeoefenaar waarbij de verkoper op het niveau 'competent' functioneert conform de Formule Competent in Reiswerk (CIR). De BCP's vormen de basis voor de inrichting van het middelbaar beroeps onderwijs (mbo) via het Kwalificatiedossier.

2. Legitimering

De legitimering van de algemene beroepscontext en functioneren heeft plaatsgevonden op de inhoud van de ANVR Toekomstvisie: 'Werken in de Toekomstige Reisbranche 2007 – 2012'. De context is goedgekeurd en geaccordeerd door het ANVR Bestuur en Reiswerk Bestuur en getoetst door de Stuurgroep Arbeidszaken & Onderwijs.

Legitimering versie 1.0

1. Op de inhoud

ANVR Bestuur:

Voorzitter de heer C. Gerkens

d.d.: 6 september 2007

Reiswerk Bestuur:

Voorzitter de heer H.E.J.J. van Wijck

d.d.: 11 juli 2007

3. Trends, innovaties en ontwikkelingen in de reisbranche 2007 - 2012

Trends, innovaties en ontwikkelingen reisbranche 2007 – 2012

Vanuit de trends, innovaties en marktontwikkelingen binnen de reisbranche voor het tijdsbestek 2007 – 2012 is de vertaalslag gemaakt naar de beroepspraktijk: het gewenste niveau van functioneren, soorten functies, de typerende beroepshouding met de competenties.

Uitgangspunt is de **ANVR Toekomstvisie: “Werken in de Toekomstige Reisbranche 2007 – 2012”** met de volgende trends, innovaties en marktontwikkelingen ten aanzien van:

3.1 Algemeen reisbranche

- Politiek/sociaal/economie/milieu/demografie/wetgeving en overheidsregulering
- Markt- en consumentengedrag
- Nederland versus internationalisering
- Bedrijfsorganisatorisch
- Technologie

3.2 De arbeidsmarkt in de reisbranche

- De arbeidsmarkt

3.1 Algemeen reisbranche

Politiek/sociaal/economie/milieu/demografie/wetgeving en overheidsregulering

- Sociaal
 - het sociale stelsel verandert, verantwoordelijkheid en kosten komen bij de Nederlanders zelf te liggen, langer werken is het uitgangspunt.
- Milieu
 - meer aandacht voor het milieu en het belang ervan. Het milieubewustzijn neemt toe: meer regels voor milieubescherming, hogere prijzen, meer aandacht voor duurzaam toerisme.
- Demografie
 - vergrijzing onder de Nederlandse bevolking: meer 55-plussers/Senioren
 - meer allochtonen
- Veiligheid en zekerheid
 - meer criminaliteit, het gevoel van onveiligheid neemt toe met als consequenties meer regels en hogere kosten.
- Terrorisme
 - dreiging terreur is (continu) aanwezig, onveilig gevoel, meer regels, versterking controles.
- Klantbescherming neemt toe
 - meer regels en hogere kosten.

Markt- en consumentengedrag

- Doelgroep 55-plussers/senioren neemt toe:
 - deze doelgroep heeft meer te besteden en meer tijd (en is niet afhankelijk van de vakantieperiodes). Vakantieparticipatie en -frequentie nemen toe. De factoren zekerheid, veiligheid en beleving zijn belangrijk voor de keuze van vakantie, hiervoor wordt ook extra betaald.
- Doelgroep jongeren 25-29 jaar (in 2015)
 - onderscheid in ‘ambitieuzen’ en ‘gezelligheidszoekers’:
 - ambitieuzen: schaarse vrije tijd moet onderscheidend worden ervaren: een goed geregelde unieke ervaring is bepalend in de vakantiekeuze.
 - gezelligheidszoekers: willen vooral zekerheid, veiligheid en een omgeving waarmee zij zich kunnen identificeren.

Beide groepen willen kwaliteit, kiezen voor luxe en comfort en zijn conjunctuurgevoelig: in plaats van in te boeten op kwaliteit zal eerder de vakantiefrequentie afnemen.

- Beleving
 - belangrijk in de ervaring van de vakantie- en vrijetijdsbesteding.
- Globalisering
 - Nederlanders reizen meer over de hele wereld en reizen wordt steeds normaler en is laagdrempelig.
 - het aantal tweede huizen/vakantiewoningen van Nederlanders in het buitenland neemt toe.
- Milieu
 - speelt in het reisgedrag en de keuze voor het soort reis in toenemende mate een belangrijke rol doordat de consument meer milieubewust wordt. De klant kiest vanuit milieu overweging voor:
 - reizen < 500 km voor trein of auto.
 - shoppen dichtbij huis: een weekendje shoppen in New York 'doe je niet meer'. Dit heeft mogelijke consequenties voor verre stedentrips.
- Veiligheid
 - speelt in keuze voor het soort reis en het reisgedrag in toenemende mate een belangrijke rol.
- De klantvraag wordt meer divers
 - in soorten product, bestemming, vervoer, activiteiten, vrijetijdsbesteding en combinaties etc. De ingezette trend dynamic packaging wordt verder doorgevoerd.
- De klant wil dichtbij huis vertrekken
 - de vraag voor vertrek vanaf regionale luchthavens of vertrek vanuit Duitsland/België wordt groter (factor gemak).
- Klanten worden kritischer
 - weten zelf meer door media en het web en kiezen voor gemak, betrouwbaarheid en service: dit vraagt andere competenties van de Verkoper.
- wellness
 - behoefte aan wellness neemt toe: combinatie van goed voelen, persoonlijke verzorging, ontspanning en onthaasten, voornamelijk met de koppeling water (sauna, zwembad etc.). Wellness trend: sporten en bewegen.
- Zorgtoerisme
 - operaties en herstel vinden vaker plaats in zorghotels in het buitenland.
- Klanten worden onafhankelijker
 - ze maken zelf de keuze, mede op basis van internet en binden zich minder aan de aanbieders.
- Klanten vragen meer tijdens hun vakantie
 - door de moderne technieken is het eenvoudiger te bellen, te sms'en of te mailen naar Nederland/de reisorganisatie om vragen te stellen.
- Klanten worden zelfstandiger in het regelen van extra zaken tijdens de vakantie (excursie, autohuur etc.)
 - rol van de hostess wordt anders/minder.
- Verandering ten aanzien van inkomend toerisme
 - meer toerisme vanuit Brazilië, Rusland, India en China.
- De ingezette trend van andere prijsstructuren zoals netto/fluid pricing ontwikkelt verder.

Conclusie: factoren gemak, veiligheid, zekerheid, kwaliteit, milieu en beleving spelen een belangrijkere rol in de keuze voor de reis/vakantie.

Nederland versus internationalisering

- Grenzen vervagen steeds meer.
- Toename van reisaanbod van buitenlandse aanbieders op de Nederlandse markt.
- Engels wordt de eerste Europese taal en in toenemende mate belangrijk in klantcontacten.

Bedrijfsorganisatorisch

- De klant kiest voor betrouwbaarheid, gemak en service bij het boeken van de reis.
- De klant maakt vanuit factor prijs de keuze voor het web/online (factor prijsvoordeel).
- Webwinkelen neemt toe maar de klant kiest voor service en betrouwbaarheid juist ook voor winkel.
- Multi Channelling: nog sterkere integratie van diverse verkoopkanalen met winkels, Contact Centers, het web en mogelijk andere verkoopkanalen.
- Meer internationale samenwerkingsverbanden onder bedrijven/meer fusies.
- Medewerker functioneert als 'channel captain': alle klantcontacten vanuit balie/telefoon/mail kunnen afhandelen: kunnen schakelen vanuit klantwensen naar beste maatwerkoplossing, klant helpen en sturen in het totaalaanbod aan de juiste reis.
- Grotere concurrentie door ketenvorming.
- Nieuwe formules en verkoopkanalen.

Technologie

- Mobiele telefonie speelt in het regelen van de reizen (sms etc.) een grotere rol.
- Technologieën worden nog meer ondersteunend ingezet voor werk en klantprocessen. Beeld in klantcontact per telefoon en/of web gaat meer een rol spelen. Het oriëntatieproces wordt zo optimaal mogelijk gefaciliteerd. Het boekingsproces wordt geheel geautomatiseerd. Het is belangrijk dat de klant de indruk krijgt dat hij een uniek product heeft gekozen op maat.
- De rol van de computer wordt nog breder: naast het doel van contentbeheer wordt de computer nog meer ondersteunend voor communicatie en coördinatie.

3.2 De arbeidsmarkt in de reisbranche

De arbeidsmarkt

- Groei in aantal mobiele reisadviseurs: trend is zelfstandig ondernemer en via een samenwerkingscontract gaat men thuis aan het werk voor de organisatie.
- Grotere arbeidsorganisaties worden kleiner: door meer 'collectief ondernemerschap': op maat samenwerken/inhuur i.p.v. standaard op de pay-roll. Zie ook mobiele reisadviseurs.
- Meer samenwerkingsvormen onder bedrijven/fusies.
- Vergrijzing onder de Nederlandse bevolking: meer 'oudere' werknemers.
- Meer allochtonen op de arbeidsmarkt.
- Algemene trend is werkplek thuis: meer thuis werken.
- Aantal leidinggevenden neemt af: doordat techniek meer ondersteunend werkt en processen autonoom gaan verlopen.
- Toenemend aantal mensen dat kiest voor meer vrije tijd en minder werken.
- Onderwijs ontwikkelingen:
 - meer in deeltijd naar school of studeren
 - meer talentvolle mensen uit het buitenland komen in Nederland studeren
 - Nederlanders willen meer stage lopen in buitenland (mbo/hbo)
 - doorstuderen is de trend: van mbo, naar hbo naar wo

4. Functioneren in de reisbranche

4.1 Functieniveau en criteria

De volgende criteria vormen de uitgangspunten voor het indelen van een functie op mbo-, hbo- of wo- niveau:

- de mate van zelfstandigheid versus werkzaamheden onder begeleiding/leiding.
- de mate van complexiteit, werkzaamheden die:
 - eenvoudig, gemiddeld of moeilijk van aard zijn
 - weinig, soms, gemiddeld, vaak voorkomend zijn
 - routinematig of situationeel/verschillend van aard zijn
- de benodigde kennis/vaardigheden op mbo-, hbo- of wo-niveau.
- het mogelijke afbreukrisico voor het bedrijf.
- de span of control: aantal medewerkers aan wie leiding wordt gegeven.
- budget- en begrotingsverantwoordelijkheid.
- verantwoordelijkheid t.a.v. behalen omzet, resultaat en kosten.
- benodigde ervaring (-jaren) voor het goed kunnen uitoefenen van de functie
- centraal/decentraal leidinggeven.
- de plaats in de organisatie: operationeel (meewerkende functies als Verkoper, Manager Verkoop Reizen), tactisch (midden kader) of strategisch (hoger kader/beleidsmatig).
- rol t.a.v. initiërend en vernieuwend versus repeterend/routinematig werken.
- de mate van beslissingsbevoegdheid.

In het kader van 'leven lang leren' en dus de doorlopende leerlijn van mbo, hbo, wo-niveau is een aantal normen bepaald als uitgangspunt.

Functie mbo-niveau: Verkoper Reizen

1. Het BCP is de basis voor het Kwalificatieprofiel op MBO 3 niveau Commercieel Medewerker Reizen.
2. De Verkoper Reizen functioneert op operationeel niveau.

Functie mbo-niveau: Manager Verkoop Reizen

1. Het BCP is de basis voor het Kwalificatieprofiel op MBO 4 niveau Leidinggevende Verkoop Reizen.
2. Manager Verkoop Reizen: wordt gezien als meewerkend voorvrouw/voorman en werkt voor 70– 80% mee in de verkoop en is voor 20–30% leidinggevend/coördinerend.
3. De Manager Verkoop Reizen functioneert op operationeel niveau.

Functie hbo Graad, Associate Degree niveau: Ondernemer

In de BCP's Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen is ondernemend werken en ondernemerschap de rode draad. Belangrijk punt is dat de vaardigheden en beroepshouding die nodig zijn om succesvol als ondernemer te kunnen functioneren bij iemand aanwezig moeten zijn. De benodigde kennis kan ontwikkeld worden. De kopstudie of uitstroombdifferentiatie Ondernemer kan worden gepositioneerd tussen mbo+ (uitstroom niveau 4 als uitstroombdifferentiatie) of hbo Graad niveau (Associate Degree traject).

Op basis van het feit dat het ondernemend werken al actief vertaald is naar de functies op mbo-niveau (Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen), sluit Ondernemer echter meer aan bij het Associate Degree. Dit is dan ook het advies van de reisbranche om zo de Zelfstandig Ondernemer te positioneren in het kader van 'Leven Lang Leren'. Bovendien zijn de vaardigheden en kennis van de Ondernemer brancheoverstijgend.

Functies hbo-niveau/Bachelor Degree: Manager Reizen

1. De gewenste verhouding vanuit de reisbranche voor de hbo-opleiding is minimaal 80 % generiek hbo-functioneren en maximaal 20% specifiek Reizen.
2. De verhouding generiek versus specifiek toerisme:
 - Speerpunten, beroepscontext en rollen reisbranche op hbo-niveau: Personeelsmanagement & -planning, Bedrijfseconomie en Financiën, Marketing & Communicatie, Commercie en Kwaliteit
 - Specifiek Reizen: het leren en werken en dus het toepassen van de generieke onderwerpen in de beroepscontext d.m.v. stages/afstudeerscripties en praktijkcasussen. Het praktijkgedeelte bepaalt het specifiek deel van reizen
3. Vermogen om hoofd- en bijzaken te onderscheiden.
4. De functies hebben veelal de rol van: initiator/innovator en beheersen minimaal de rollen van de Manager Verkoop Reizen.
5. Opererend veelal op tactisch en strategisch niveau (management/midden kader).

Functies wo-niveau: Bedrijfsspecifiek

1. Er zijn mogelijkheden en wensen op universitair -/wo-niveau t.a.v. praktisch wetenschappelijk onderzoek voor de reisbranche. Vanuit onderzoek ontwikkelingen vertalen naar algemeen de reisbranche of bedrijfsspecifiek op maat.
2. wo-niveau geldt in het algemeen niet als instroomeis en verschilt per bedrijf.

4.2 Functies: mogelijke functiebenamingen

De mogelijke functiebenamingen die algemeen voorkomend zijn in de reisbranche.

Mogelijke functiebenamingen Verkoper

Algemeen uitgangspunt voor de functie Verkoper Reizen: hij heeft altijd te maken met direct klantcontact, ongeacht werkomgeving (vakantiereizen, zakenreizen, touroperator, online reisbureau) en de gebruikte middelen (persoonlijke verkoop, telefoon, computer).

- Verkoper Reizen
- Reisadviseur
- Sales/Travel Agent
- Sales/Travel Consultant
- Travel Consultant
- Travel Planner/Coördinator

Specifiek Vakantiereizen

Geen specifieke functiebenamingen

Specifiek Zakenreizen

- Business Travel Consultant
- Business Travel Counselor
- IATA-medewerker

Specifiek Touroperating

- Medewerker touroperating
- Medewerker cliëntenservice

Mogelijke functiebenamingen Manager Verkoop Reizen

- Manager (afhankelijk van het bedrijf: Office-, Unit-, Team-, Locatie-, Vestiging-, Filiaal-, Winkel- etc.)
- Teamleider
- Supervisor
- Teamcoach

Mogelijke functiebenamingen Ondernemer/hbo Graad niveau

- Zelfstandig Ondernemer
- Franchisenemer
- Adviseur/Consultant
- Mobiele reisadviseur
- Direct Seller

Mogelijke functiebenamingen Manager Reizen/hbo functies Bachelor niveau

- Regiomanager
- Call Center/Contact Center Manager
- E- Commerce Manager
- Vestigingsmanager
- Manager Operations
- Yield Manager
- Project Manager
- Proces Manager
- Team manager
- Business Unit Manager

Bovenstaande functiebenamingen kunnen eventueel worden aangevuld met bedrijfsspecifieke toevoegingen. Bedrijfsspecifiek kan van toepassing zijn:

- Status: Junior, Medior, Senior of beginnend en All Round
- In opleiding/in ontwikkeling

4.3 Loopbaanplanning en carrièrekansen

De Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen worden in de beroepspraktijk in staat gesteld om verticaal, horizontaal en/of diagonaal door te stromen en zichzelf verder te ontwikkelen binnen de organisatie of branche.

Hij kan horizontaal doorstromen als Verkoper Reizen van Vakantiereizen naar Zakenreizen of Touroperating of andere gelijkwaardige functies in een andere werkomgeving (bijvoorbeeld van Contact Center naar online of vice versa en/of reisbureau).

Hij kan diagonaal, verticaal of horizontaal doorstromen naar de afdelingen Inkoop, Sales, Marketing & Communicatie, Reclame, Klantenservice, Personeel & Organisatie/Opleidingen, Productontwikkeling /content, Kwaliteit, Facility management, Evenementen of Groepsreizen.

De Verkoper Reizen kan verticaal doorstromen naar Manager Verkoop Reizen op mbo-niveau en deze vervolgens naar Zelfstandig Ondernemer (hbo Graad niveau) en/of Manager Reizen op hbo Bachelor niveau.

4.4 Algemeen typerende beroepshouding in de reisbranche

Vanuit de marktontwikkelingen reisbranche 2007 – 2012 is de volgende algemeen typerende beroepshouding van toepassing. Dit kader is de basis voor de verbijzondering binnen elk BCP specifiek.

Algemeen typerende beroepshouding

- Verkoopvaardig: commerciële, communicatieve en sociale vaardigheden
- Inleven en nieuwsgierig zijn naar de klant
- Ondernemend werken en ondernemerschap: proactiviteit in denken en handelen, kansen zien en benutten
- Daadkracht tonen: durf en lef
- Doelgroep en klantprofiel kennen en weten: hier pro actief op inspelen en op maat adviseren (met behulp van CRM-informatie) Marketing & communicatie wordt cruciaal in klantbenadering/invulling klantwens. Relatiebeheer met de klant, klantenbinding wordt steeds belangrijker, eerste en enig klantcontact weten te binden voor altijd.
- Basiskennis: de klant weet steeds meer. De manager weet de karaktereigenschappen van de wereld/producten gekoppeld aan doelgroepen. Meer weten dan de klant is toegevoegde waarde. Manager weet goed te anticiperen op mondige en kritische klant
- Zoeken en vinden op het web: weten waar wat wordt aangeboden en vanuit klantwens de klant helpen goed en vlot de keuze te maken/verkopen
- Creatief de klant helpen de juiste keuze te maken: de juiste reis goed en snel weten te vinden in het totaalaanbod op basis van klantwensen
- Advies en verkoop op maat vanuit klantwensen
- Engels in woord en geschrift
- Klantgericht/resultaatgerichtheid
- Kwaliteitsgerichtheid
- Representativiteit

DEEL II
BEROEPSCOMPETENTIEPROFIEL VERKOPER REIZEN

BeroepsCompetentieProfiel Verkoper Reizen: Inhoudsopgave

1. Doel & motivatie
2. Legitimering
3. Beroepscontext Verkoper Reizen
 - 3.1 Beroepscontext algemeen
 - 3.2 Sector Zakenreizen
 - 3.3 Sector Touroperating
 - 3.4 Sector Vakantiereizen
4. Performance Indicatoren
5. Verantwoordelijkheden
6. Kerntaken & beroepssituaties algemeen
7. Typerende beroepshouding
8. Rollen
9. Complexe situaties
10. Kansen
11. Betrokkenen
12. Middelen
13. Keuzes & dilemma's
14. Kerntaken Verkoper Reizen specifiek
15. Bronnen & verantwoording
16. Afkortingen & begrippen

1. Doel & motivatie

Het BeroepsCompetentieProfiel (BCP) Verkoper Reizen geeft het gewenste niveau en wijze van functioneren weer in de reisbranche.

Indien de Verkoper Reizen wil instappen in de reisbranche, moet hij als beginnend beroepsbeoefenaar voldoen aan de kwaliteitseisen van SEPR. Dit betekent dat hij op de competenties beoordeeld wordt op niveau 'gevorderd' ten opzichte van het BCP conform de Formule Competent in Reiswerk (CIR). Het BCP staat voor de vakvolwassen beroepsbeoefenaar waarbij de verkoper op het niveau 'competent' functioneert conform de Formule Competent in Reiswerk (CIR).

De uitgangspunten voor het goed functioneren van de Verkoper Reizen worden gevormd door de verantwoordelijkheden behorende bij de functie en de Performance Indicatoren, die aangeven welke resultaten bereikt moeten worden. Voorbeelden hiervan zijn onder andere het realiseren van omzet of klanttevredenheid. Vanuit deze indicatoren wordt de werkwijze gekoppeld aan de kerntaken en beroepssituaties. Voor het goed functioneren dient hij vervolgens over de benodigde competenties (= het geheel van kennis, vaardigheden en attitude) te beschikken.

Onderscheid wordt gemaakt in het algemeen functioneren van de Verkoper Reizen en de specifiek benodigde competenties voor de sectoren Vakantiereizen, Zakenreizen en Touroperating. De Verkoper Reizen kan werken in diverse werk-/klantomgevingen zoals het reisbureau, het Contact Center of de internetverkoop. Hij functioneert op mbo-niveau, operationeel niveau.

Noot: in verband met de leesbaarheid is de keuze gemaakt te schrijven in de persoonsvorm hij: overal waar hij wordt gelezen kan ook zij worden gelezen

2. Legitimering

De legitimering van het BeroepsCompetentieProfiel Verkoper Reizen heeft plaatsgevonden op de eisen zoals gesteld in het BCP format en de inhoud.
Het BeroepsCompetentieProfiel Verkoper Reizen is goedgekeurd en geaccordeerd door het ANVR Bestuur en Reiswerk Bestuur en getoetst door de Stuurgroep Arbeidszaken & Onderwijs.

Legitimering BCP Verkoper Reizen, versie 1.0

1. op format vereisten
2. op de inhoud

ANVR Bestuur:

Voorzitter Dhr. C. Gerkens

d.d.: 06 september 2007

Reiswerk Bestuur:

Voorzitter Dhr. H.E.J.J. van Wijck

d.d.: 11 juli 2007

3. Beroepscontext Verkoper Reizen

3.1 Beroepscontext algemeen

De Verkoper Reizen werkt in de reisbranche en heeft altijd te maken met direct klantcontact, ongeacht de werk-/klantomgeving. Hij kan werkzaam zijn in de sectoren Vakantiereizen, Zakenreizen of Touroperating en binnen de verkoopkanalen reisbureau, Contact Center of internet. De verkoopkanalen verstevigen veelal onderling de invulling van de klantwens vanuit het principe Multi Channelling. Klantcontacten verlopen via e-mail, telefoon en balie waarbij het klantprofiel/bedrijfsprofiel leidend is.

De werk-/klantomgeving van de Verkoper Reizen kan zowel Business-to-Business (B2B) als Business-to-Consumer (B2C) zijn. Afhankelijk van deze omgeving zal de Verkoper Reizen in aanraking komen met diverse rollen in de communicatie met klanten en in staat moeten zijn in elke rol de juiste wijze te vinden om het gewenste resultaat te kunnen bereiken.

De Verkoper Reizen verkoopt reizen en gerelateerde services en producten. Hij is verantwoordelijk voor het behalen van commerciële en kwalitatieve resultaten. Hij weet uit elk klantcontact in één keer het optimale resultaat te halen. Het resultaat is het realiseren van omzet en het binden van de klant aan het bedrijf en de verkoper zelf voor de invulling van de reizen voor nu en later.

De Verkoper Reizen heeft veel contact met klanten. Hij heeft oprecht interesse in mensen, is nieuwsgierig naar de klantwens en weet op ondernemende wijze de juiste reis door goed advies te verkopen. Hij is zich altijd bewust van zijn rol en houding in het klantcontact en zorgt dat hij een goede gesprekspartner en representatief is. Commercieel als hij is, weet hij uit elk klantcontact direct de reis en de gerelateerde services en producten te verkopen. Dit levert zowel voor de klant, als het bedrijf en de verkoper voordeel op: de klant slaagt meteen, het bedrijf realiseert meer omzet en de tevredenheid van de verkoper stijgt.

Verkopen en klantenbinding lopen als een rode draad door het klantcontact. Een goede band opbouwen met de klant door het juiste gedrag voor, tijdens en na de reis te laten zien en te laten ervaren door de klant is hierbij essentieel. Het belang van aftersales en relatiebeheer neemt steeds meer toe. Inspelen op de doelgroepen en klantprofielen en bedrijfsprofielen wordt in toenemende mate ondersteund door Customer Relations Management (CRM) tools. Het reispatroon van de klant in frequentie, soort reizen, bestedingsbedrag, samenstelling van het reisgezelschap etc. wordt vastgelegd in een bedrijfs-/klantprofiel. Door inzicht te hebben in dit bedrijfs-/klantprofiel kan de Verkoper Reizen hier proactief met marketinginstrumenten op inspelen en de juiste reis op maat verkopen.

Hij beheerst voor de invulling van de klantwens het verkoopgesprek: de ontvangst van de klant en deze op het gemak stellen, inventariseren van de klantwens, selecteren en aanbieden van minimaal de best passende reis inclusief gerelateerde services en producten met prijsberekening en het afsluiten van de verkoop. Hij hanteert daarbij de bedrijfsspecifieke formules en verkooptechnieken en benadrukt de toegevoegde waarde en visie van de organisatie in elk klantcontact. De Verkoper Reizen vult de klantwens altijd boven verwachting in, zodat de klant kwaliteit en extra service ervaart.

In het verlengde van het verkopen behoren het afhandelen van de verkooptransacties inclusief de administratieve en financiële handelingen tot de taken van de Verkoper Reizen. Dit betekent het bewaken van de voortgang van de boeking en de reis inclusief de administratieve en financiële afhandeling van boekingen, opties, aanvragen, annuleringen en crediteringen. De administratieve afhandeling van de verkooptransactie omvat onder meer het vastleggen, wijzigen en annuleren van een reservering bij de leverancier en in het bedrijfsspecifieke systeem, het opstellen van de bevestiging naar de klant en de controle op de reisbescheiden. De financiële afhandeling betreft het opstellen, controleren, bewaken en verwerken van betalingen. De administratieve en financiële processen zullen meer geautomatiseerd worden waardoor de Verkoper Reizen meer tijd krijgt voor taken op het gebied van verkoop en relatiebeheer.

Kennis van de reisbranche en de positie en specialisatie van het bedrijf binnen die markt is van belang. Voor het bereiken van de commerciële en kwalitatieve resultaten beschikt de Verkoper Reizen over goede commerciële, communicatieve en sociale vaardigheden. De juiste verkoopattitude omvat: een proactieve houding, inlevingsvermogen, resultaat-, klant- en kwaliteitsgericht werken, representatief zijn, creatief en oplossingsgericht zijn, oprechte interesse hebben in mensen en het vakgebied. De Verkoper Reizen beschikt over de kennis van het bedrijfsbeleid en de visie, systemen, talen, proces en procedures en de producten en bestemmingen.

Hij is systeemvaardig en weet in het totaalaanbod van de leveranciers de juiste reis op maat voor de klant te zoeken en te vinden. Deze typerende beroepshouding bepaalt het succes van het werk en zorgt ervoor dat de Verkoper Reizen de resultaten kan boeken. De differentiatie in type en formule bedrijf leidt tot verschillen in zowel de normen die behaald moeten worden als op de resultaten en de beroepshouding.

De Verkoper Reizen is zelf verantwoordelijk voor het behalen van de resultaten op de performance indicatoren en de voortgang in de persoonlijke ontwikkeling. Voor het bereiken van de commerciële en kwalitatieve resultaten wordt samen met de Manager Verkoop Reizen zijn individuele ontwikkelroute in kaart gebracht en het Persoonlijk Ontwikkel Plan (POP) opgesteld. In het POP staan de ontwikkeldoelen en het gewenste ontwikkeltraject en – vormen. Voor het ontwikkelen en op peil houden van zijn competenties maakt hij gebruik van de informatie van leveranciers en het eigen bedrijf, opleidingen, trainingen, coaching, werkervaring, studiereizen, workshops, (vak)literatuur en volgt hij de media. De opgedane competenties worden verzameld in een verzamelstaat: het Portfolio.

De werkzaamheden en werkomstandigheden zijn uiteenlopend van aard. De Verkoper Reizen is in staat om zich daaraan aan te passen. Hij blijft werken conform de bedrijfsvisie en – procedures en de wet -en regelgeving.

De Verkoper Reizen functioneert op mbo-niveau. In het algemeen besteedt de Verkoper Reizen 80% van zijn werktijd aan verkopen, aftersales en relatiebeheer en voor 20% aan de administratieve en financiële afhandeling van de verkoop. Ondersteunende processen zullen steeds meer geautomatiseerd plaatsvinden.

De Verkoper Reizen houdt zich constant op de hoogte van de trends en ontwikkelingen in de reisbranche. Hierdoor kan hij goed inspelen op de klantwensen en het reispatroon. Belangrijk zijn de algemene trends en ontwikkelingen op politiek, sociaal, economisch, demografisch, veiligheid en milieu vlak, evenals trends en ontwikkelingen van de markt en het klantgedrag.

De Verkoper Reizen (mits hiervoor competent geacht) ondersteunt het management bij het inwerken en begeleiden van nieuwe collega's op de werkvloer. Vanuit de persoonlijke leerdoelen van de nieuwe collega zal de Verkoper Reizen vak- en bedrijfsspecifieke kennis en vaardigheden op maat overdragen en de uitvoering ervan begeleiden.

Bij het uitvoeren van het werk moet de Verkoper Reizen zich altijd bewust blijven van de tijd die hij besteedt en de kosten die hij maakt in verhouding tot het commerciële en kwalitatieve resultaat dat hij moet bereiken. Ook dient hij altijd goed te sturen tussen het bedrijfsbelang versus het klantbelang.

3.2 Sector Zakenreizen

In de sector Zakenreizen ligt de nadruk qua werk-/klantomgeving op Business-to-Business (B2B) voornamelijk via de verkoopkanalen Contact Center en internet. Indien de omgeving een implant van een zakenreisorganisatie bij een bedrijf is, heeft de verkoper te maken met persoonlijke verkoop. Met betrekking tot de klant kan de verkoper in de sector Zakenreizen te maken krijgen met diverse rollen en betrokkenen. Het bedrijf fungeert als hoofdklant, daarnaast zijn er de reizende klant (dit is de zakenreiziger zelf) en de kopende klant (degene die namens het bedrijf de zakenreis regelt via de organisatie).

De zakenklant heeft werk als doel van de reis, eventueel in combinatie met leisure ter invulling van de vrije tijd.

De beroepssituatie in de sector Zakenreizen kan als gevolg van de klantwens en/of bedrijfsprofiel als volgt worden getypeerd:

- De verkoper levert per definitie maatwerk (dynamic packaging), aangezien de klantwens vaak specifiek is qua bestemming en data
- Het aanbod qua routes en reizen is complex
- Hoge mate van flexibiliteit i.v.m. veel wijzigingen/annuleringen
- De klantwens is gebonden aan bepaalde randvoorwaarden, hetgeen inhoudt dat de klantwens continu wordt gematcht aan het bedrijfsprofiel
- De kennis is van de verkoper is voornamelijk gericht op de verkoop van luchtvaart: Fares & Ticketing
- Cryptische systeemvaardigheden spelen een belangrijke rol
- In hoge mate afhankelijk van GDS/computersystemen

3.3 Sector Touroperating

In de sector Touroperating ligt de nadruk qua werk-/klantomgeving op de verkoopkanalen Contact Center en internet. Met betrekking tot de klant kan de verkoper in deze sector te maken krijgen met diverse rollen en betrokkenen. De touroperator die de producten via de retail op de markt brengt, heeft de reisagent als hoofdklant (direct contact) en de consument als secundaire klant (indirect contact). De direct seller heeft de consument als hoofdklant. Daarnaast heeft de verkoper in de Business-to-Business (B2B) omgeving contact met diverse leveranciers (lokaal agent, reisleiding, airline, accommodatieverschaffer), waarbij hij zelf als klant fungeert.

De beroepssituatie in de sector Touroperating kan als gevolg van de klantwens en/of bedrijfs-/klantprofiel als volgt worden getypeerd:

- De verkoper schakelt en stuurt het verkoopgesprek op basis van beschikbaarheid,
- De verkoper is verantwoordelijk voor het omgaan met en de verkoop van allotments
- Proactieve terugkoppeling van verkoopresultaten aan organisatie is belangrijk
- Complexe situatie (verkoopen versus product, meer nadruk op product)
- De productkennis is bedrijfsspecifiek afhankelijk van het assortiment
- Cryptische systeemvaardigheden spelen een belangrijke rol
- In hoge mate afhankelijk van GDS/computersystemen

3.4 Sector Vakantiereizen

In de sector Vakantiereizen ligt de nadruk qua werk-/klantomgeving op Business-to-Consumer (B2C) via het verkoopkanaal reisbureau. De verkoper in de sector Vakantiereizen heeft aan de balie in het reisbureau persoonlijk contact met de consument als hoofdklant, met leisure als doel van de reis. In toenemende mate speelt Multi Channelling een belangrijke rol: de klant kan het reisbureau contacteren via telefoon, internet en dus de balie. Daarnaast heeft de verkoper in de Business-to-Business omgeving contact met diverse leveranciers (touroperator), waarbij hij zelf als klant fungeert.

De beroepssituatie in de sector Vakantiereizen kan als gevolg van de klantwens en/of klantprofiel als volgt worden getypeerd:

- De verkoper dient te beschikken over een brede kennis qua bestemmingen en mogelijke verkoopkanalen/leveranciers, moet het aanbod kunnen matchen met de klantwens
- De typen klant zijn zeer divers en de klantwens is vaak niet specifiek
- Communicatieve vaardigheden en interpersoonlijke sensitiviteit zijn van essentieel belang
- De beleving van de vakantie en dit laten ervaren speelt een belangrijke rol tijdens het klantcontact
- De verkoper heeft naast geduld een actieve attitude, hij kan kansen herkennen en creatief benutten
- De verkoper dient zeer representatief te zijn en is zich bewust van zijn houding naar de klant toe in verband met de persoonlijke verkoop
- Meerwaarde t.o.v. internet/direct sellers moet worden benadrukt door middel van persoonlijk contact
- Persoonlijke binding vanuit de verkoper speelt een belangrijke rol
- De verkoper kan proactief inspelen op de (regionale/lokale) concurrentie en doet voorstellen voor passende acties

4. Performance indicatoren

Performance Indicatoren: de performance indicatoren geven het te bereiken resultaat in het werk aan voor de Verkoper Reizen. Afhankelijk van de bedrijfsspecifieke methode worden performance indicatoren verschillend gehanteerd ten aanzien van:

- de weergave: absoluut (in aantallen), relatief (in percentage) of per index (ten opzichte van de voorgaande periode)
- de norm: wat het te behalen resultaat moet zijn = wanneer tevreden
- het niveau: op individueel, team, verkooppunt, district, landelijk etc.

Voor de Verkoper Reizen gelden

Commerciële Performance Indicatoren

- Omzet en targets, afhankelijk van het bedrijf worden deze verschillend gehanteerd te weten:
 - paxen/producten/Euro's/services/preferred suppliers/transacties etc.
- Aantal gerealiseerde klantcontacten
 - resultaten op ondernomen acties om klant- en bedrijfsprofielen te verkrijgen inclusief naw-gegevens en e-mail in de Customer Relations Management (CRM) tool
- Conversie: het beste resultaat in een keer halen uit elk klantcontact
 - het aantal boekingen gerealiseerd uit het totaal aantal klantcontacten
 - duur contact versus het resultaat
- Cross selling: extra verkoop realiseren in elk klantcontact
- Up selling: de klantwens boven verwachting invullen, meer realiseren uit elk klantcontact

Kwalitatieve Performance Indicatoren

- Afboekingen naar aanleiding van klachten
- Afboekingen naar aanleiding van fouten
- Klanttevredenheid
- Aftersales en relatiebeheer
- Kwaliteit van de dienstverlening t.a.v. klantcontact in het totale verkoop-/klantproces
- Persoonlijke ontwikkeling: voortgang in de persoonlijke ontwikkeling
- Klachten
- Repeaters

De Verkoper Reizen werkt conform de bedrijfsspecifieke visie en formule en weet in elk klantcontact de toegevoegde waarde van het bedrijf en zichzelf als verkoper te benadrukken.

5. Verantwoordelijkheden

De Verkoper Reizen is verantwoordelijk voor:

- de te behalen (omzet)doelstellingen en commerciële en kwalitatieve resultaten
- een optimale verwerking van de administratieve en financiële gegevens in de organisatie
- het bewustzijn van de bedrijfsspecifieke visie en toegevoegde waarde of manier van werken (is essentieel voor het succesvol functioneren) en het uitdragen en borgen hiervan
- de voortgang van de eigen persoonlijke ontwikkeling
- een bijdrage leveren aan het realiseren van een goede veilige leer/werkomgeving en een goede werksfeer
- het eigen takenpakket tijdens het werken in teamverband
- het zelfstandig uitvoeren van de werkzaamheden
- het bijhouden van actuele ontwikkelingen op het vakgebied

De Verkoper Reizen heeft een individuele en collectieve verantwoordelijkheid ten opzichte van de totale organisatie en de vastgestelde doelen en de te behalen resultaten. Hij draagt geen hiërarchische verantwoordelijkheden voor anderen.

6. Kerntaken & beroepssituaties algemeen

De Verkoper Reizen kent in het werk de volgende kerntaken:

1. Verkopen van reizen en gerelateerde services en producten

De Verkoper Reizen verkoopt reizen en gerelateerde services en producten en pakt elk klantcontact als verkoopkans op.

2. Afhandelen van verkooptransacties inclusief administratieve en financiële handelingen

Alle transacties die met de verkoop van de reis te maken hebben worden proactief opgevolgd, bewaakt en gerealiseerd. Dit geldt vanaf het moment van het eerste klantcontact tot en met de thuiskomst van de klant na de reis.

3. Zorgen voor relatiebeheer en klantenbinding

De Verkoper Reizen weet de koppeling te maken vanuit relatiebeheer en marketing voor nu en op lange termijn met als resultaat klantenbinding. Dit door in te spelen op de bedrijfs- en klantprofielen en zo de klantwens boven verwachting op maat in te kunnen vullen.

4. Zorgen voor klantenservice

De Verkoper Reizen weet klachten te voorkomen en direct goed op te lossen. Dit is in het hele klantproces verweven. De klant ervaart kwaliteit en extra service.

Noot: in hoofdstuk 14 zijn de kerntaken gespecificeerd met specifieke competenties

7. Typerende beroepshouding

De Verkoper Reizen is klantgericht, kwaliteitsgericht, servicegericht, creatief, flexibel, oplossingsgericht, resultaatgericht en representatief. Hij is accuraat en kan systematisch zijn werk uitvoeren. Hij werkt kostenbewust. Hij laat een stimulerende, motiverende en ondernemende beroepshouding zien. Hij heeft inlevingsvermogen, een commerciële en communicatieve instelling, kan proactief denken en handelen. Hij is betrokken, geduldig en stressbestendig en heeft oprechte interesse in klanten en het vakgebied.

De kenmerken van de beroepshouding dienen reeds in de kern van de persoonlijkheid van de Verkoper Reizen aanwezig te zijn om succesvol te kunnen zijn in het beroep en zich verder te kunnen ontwikkelen.

8. Rollen

De rollen van de Verkoper Reizen zijn ondernemend, informierend, sturend adviserend, uitvoerend en controlerend van aard.

9. Complexe situaties

De meest voorkomende complexe situaties die zich voordoen tijdens het werk als Verkoper Reizen zijn:

- het onder tijdsdruk voortdurend prioriteiten stellen in een dynamische werkomgeving met veel verschillende klanten/klantvragen
- het kiezen tussen het vertegenwoordigen van het bedrijfsbelang (omzet) versus de invulling van de klantwens (informatie, prijs)
- adequaat en flexibel omgaan met diverse klanttypen en wensen en steeds wisselende praktijksituaties
- meerdere en verschillende handelingen tegelijkertijd kunnen verrichten
- uniform kunnen werken conform procedures en afspraken
- effectief en efficiënt werken
- inspelen op actuele situaties en externe regels en deze proactief vertalen naar extra verkoopkansen bij bedrijf en klantrelaties
- inspelen op het bedrijfsprofiel en klantprofiel en de klantwensen vertalen naar het juiste aanbod en dit vlot zoeken en vinden in de diverse bronnen
- het actief optreden tegen concurrerende marktpartijen
- inspelen op externe invloeden van buitenaf (politiek, sociaal, economisch, demografisch, veiligheid, milieu)

10. Kansen

De meest voorkomende kansen die zich voordoen tijdens het werk als Verkoper Reizen zijn:

- het optimaal benutten van verkoopkansen: cross selling en up selling, extra verkoop realiseren in 1 klantcontact en boven verwachting de klantwens invullen (service bieden)
- aftersales en relatiebeheer realiseren: vanuit de klantwens en het bedrijfs- of klantprofiel de klantrelatie verdiepen en klantenbinding realiseren zodat de klant voor de volgende reis terugkomt
- commercieel en operationeel vanuit de praktijk met het bedrijf meedenken en zo optimaal verkoopkansen creëren en benutten
- persoonlijk ontwikkelen: doorgroeikansen in de huidige functie, naar een nieuwe functie of andere werkomgeving doorstromen
- proactief inspelen op externe invloeden van buitenaf (politiek, sociaal, economisch, demografisch, veiligheid, milieu)
- het werken met een Customer Relations Management tool: door meer inzicht in het bedrijfs- of klantprofiel te hebben, kan de Verkoper Reizen beter op maat de klantwens invullen
- het optimaal inzetten van de persoonlijke deskundigheid of die van collega's in het klantcontact voor het vergroten van de omzet

11. Betrokkenen

De contacten waarmee de Verkoper Reizen te maken heeft zijn:

- klanten: verschillende doelgroepen, bedrijfsprofielen en klantprofielen
- de eigen organisatie:
 - collega's direct team
 - managers
 - overige collega's en/of bedrijfsonderdelen
- collega's uit de branche
- leveranciers

12. Middelen

De meest voorkomende middelen die de Verkoper Reizen kan hanteren zijn:

- PC/software/telefoon/fax/internet/intranet
- brochures en gidsen conform assortimentsbeleid
- ANVR voorwaarden en informatie
- verzekeringsvoorwaarden
- informatie over reisdocumenten en gezondheidsregels per type/soort reis
- competenties: de mix van kennis, vaardigheden en attitude
 - Persoonlijke deskundigheid vanuit werkervaring, opleiding, e-learning, studiereizen, opleidingen, vakdagen, workshops etc.
 - Interne deskundigheid van collega's en/of afdelingen
- geld en soorten betalingsmogelijkheden
- verkoopondersteunende systemen inclusief reserveringsystemen
- Customer Relations Management (CRM) tool
- marketinginstrumenten: inzet van marketing op bedrijfs- of klantprofielen op maat
- contracten/afspraken met leveranciers
- procedures, werkafspraken en formulieren
- Quality Monitoring Systeem (QMS): meten en bewaken kwaliteit van dienstverlening ten aanzien van het klantcontact

13. Keuzes & dilemma's

De meest voorkomende keuzes en dilemma's die kunnen voorkomen in de functie Verkoper Reizen zijn:

- de keuze maken tussen het vertegenwoordigen van het bedrijfsbelang (omzet) versus de invulling van de klantwens (informatie, prijs)
- de reis is niet meer beschikbaar en de klant wil naar een andere aanbieder gaan
- de klant weet meer van de reis (bestemming en product) dan de Verkoper Reizen zelf
- de persoonlijke carrière keuze: binnen dezelfde functie blijven of doorgroeien naar een andere functie of bedrijf
- de prioriteitsbepaling en de juiste balans vinden in de werkzaamheden: klantcontacten, het verkooppunt op orde en overige (administratieve en/of financiële) werkzaamheden
- het omgaan met bijzondere situaties zoals klachtafhandeling, slecht nieuws brengen aan de klant (bijvoorbeeld: prijs van de reis is tussentijds verhoogd, overboeking, reis niet meer beschikbaar etc.)
- de afweging maken tussen het persoonlijke belang versus het bedrijfsbelang

14. Kerntaken Verkoper Reizen specifiek**Kerntaak 1. Verkopen van reizen en gerelateerde services en producten**

De Verkoper Reizen verkoopt reizen en gerelateerde services en producten aan klanten in zijn werkomgeving. Tijdens het verkoopgesprek achterhaalt de Verkoper Reizen de wensen van de klant en vanuit het bedrijfsprofiel en/of klantprofiel en koppelt deze terug ter verificatie. Vervolgens geeft hij, deels op basis van parate vakkennis, deels via de beschikbare hulpmiddelen, een passend en beschikbaar aanbod met betrekking tot de mogelijkheden van de reis en gerelateerde services en producten. Daarbij houdt hij rekening met alle factoren die van invloed kunnen zijn op de reisbeleving en het reispatroon van de klant. Tevens houdt hij rekening met alle factoren die van invloed zijn op het commercieel en kwalitatief resultaat van het verkopen, als cross en up selling en verkoopt hij de verzekering afgestemd op de klantwens, bedrijfsprofiel en/of klantprofiel. Indien nodig communiceert de Verkoper Reizen met andere kanalen om specifiek informatie te verkrijgen om de verkoop te realiseren. Hij pakt in elk klantcontact het bedrijfsprofiel en/of klantprofiel erbij om zo de juiste verkoop te kunnen verrichten.

Niet altijd kunnen de aanvankelijk geuite wensen van de klant geheel worden gehonoreerd, doordat een reis volgeboekt is of wijzigingen zijn doorgevoerd. De Verkoper Reizen is in deze afhankelijk van het aanbod van leveranciers. De Verkoper Reizen moet dan binnen de grenzen alles in het werk stellen om alsnog zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de klantwens middels het aanbieden van geschikte alternatieven.

Om zo optimaal mogelijk tot een definitieve verkooptransactie (optie, aanvraag, wachtlijst, boeking) te komen, past de Verkoper Reizen zijn competenties toe. De typerende beroepshouding is essentieel voor het succes en het behalen van de commerciële en kwalitatieve resultaten. Met oprechte interesse in de klant en zijn wensen weet de Verkoper Reizen met de juiste mix van kennis, vaardigheden en attitude het optimale resultaat te halen uit elk klantcontact. Verkopen en klantenbinding realiseren loopt als de rode draad door elk klantcontact. Relatiebeheer en aftersales wordt steeds belangrijker: klanten aan de verkoper en het bedrijf binden door de toegevoegde waarde van het bedrijf te benadrukken is essentieel.

Hij stemt zijn adviezen en toepassing van verkooptechnieken af op de klant en houdt daarbij voortdurend rekening met de bedrijfsspecifieke formule, visie en richtlijnen. Als blijkt dat een aanvraag of wachtlijst niet kan worden gehonoreerd, stelt de Verkoper Reizen in overleg met de klant en binnen grenzen alles in het werk om door het aanbieden van alternatieven alsnog zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de wens van de klant en het bereiken van een commercieel resultaat. Indien de optie of aanvraag geen doorgang kan vinden, dient de Verkoper Reizen een vervolgspraak met de klant te maken.

In geval van een wijziging of (deel)annulering, stelt de Verkoper Reizen indien mogelijk en in overleg met de klant en binnen grenzen alles in het werk om alsnog te komen tot een zo goed mogelijk commercieel resultaat.

Naast de primaire zaken verkoopt de Verkoper Reizen direct additionele services zoals vervoer naar het vertrekpunt, vervoer op de plaats van bestemming en aanvullende producten op de plaats van bestemming (zoals excursies). De Verkoper Reizen komt conform de daarvoor geldende regels met de klant de (aan)betaling overeen.

Alle klantwensen en informatie verwerkt de Verkoper Reizen in het bedrijfsprofiel en/of klantprofiel.

Tijdens het verkopen moet de Verkoper Reizen zich steeds bewust blijven van de tijd die hij besteedt en de kosten die hij maakt in verhouding tot het commerciële en kwalitatieve resultaat dat hij bereikt.

De benodigde competenties

De Verkoper Reizen beschikt over de typerende beroepshouding. (zie hoofdstuk 7)
Kennis op het gebied van bedrijfsbeleid en visie, bedrijfsproces en procedures, producten, bestemmingen, systemen, algemene reiskennis en trends/marktontwikkelingen, doelgroep/bedrijfs- en of klantprofiel/klanttypen, Nederlandse en Engelse taal, Customer Relations Management (CRM), Marketinginstrumenten, wet- en regelgeving op het gebied van privacy en registratie van persoonsgegevens.

Vaardigheden op commercieel, communicatief (Nederlands en Engels in woord en geschrift), sociaal, verkoop en systeemvlak.

Qua attitude zijn resultaatgerichtheid, klantgerichtheid, ondernemendheid, inlevingsvermogen en creativiteit belangrijk.

De Verkoper Reizen is oprecht geïnteresseerd in de klant en de wensen en toont lef en daadkracht tijdens het verkopen

Kerntaak 2. Afhandelen van verkooptransacties inclusief administratieve en financiële handelingen

Tijdens het verkopen legt de Verkoper Reizen zo veel mogelijk alle gegevens vast die nodig zijn voor het vastleggen van een optie, aanvraag, wachtlijst of boeking met betrekking tot de verschillende onderdelen van de reis in de reserveringssystemen van de betreffende leveranciers en het bedrijfsspecifieke systeem.

Indien de Verkoper Reizen niet in staat is zelf online de verkooptransactie in de systemen van de leverancier(s) vast te leggen, geeft hij de informatie op een andere manier door (bijvoorbeeld telefonisch of per e-mail). Tevens zorgt hij ervoor dat de leverancier deze vastlegt en bevestigt, zodat de klant deze kan ontvangen.

Het verkopen wordt afgerond met het opmaken van een bevestiging van de gemaakte afspraken en het verstrekken van de daarbij behorende informatie. In het verlengde van het verkopen houdt de Verkoper Reizen het dossier van de klant bij ten behoeve van aftersales en relatiebeheer. Elk klantcontact wat nog extra nodig is wordt gezien als verkoopkans en hierop wordt proactief ingespeeld. Alle informatie wordt opgenomen in het bedrijfsprofiel en/of klantprofiel.

De Verkoper Reizen maakt de factuur op conform de daarvoor geldende regels. Hij int de (aan)betaling en legt die vast in het bedrijfsspecifieke systeem. Hij is verantwoordelijk voor het betalingsverkeer en het uitvoeren het debiteurenbeleid. Indien de ontwikkelingen m.b.t. automatische incasso doorgaan, zal deze verantwoordelijkheid worden beperkt. Indien van toepassing, verwerkt de Verkoper Reizen bijboekingen, wijzigingen, (deel)annuleringen of (deel)crediteringen in de boeking. Daarbij past hij zonodig alle onderdelen van de verkoop (bijv. de verzekering, de prijsberekening, de reisbescheiden of de betaalafpraak) aan en verwerkt hij de mutaties in de reserveringssystemen van de leveranciers en het bedrijfsspecifieke systeem.

De Verkoper Reizen draagt actief zorg voor de tijdige en volledige betaling van de door de klant verschuldigde reissom. Hij doet dit conform de bedrijfsspecifieke richtlijnen en procedures. Indien van toepassing verzorgt de Verkoper Reizen bij (deel)annuleringen/crediteringen de (gedeeltelijke) restitutie van de door de klant gedane betalingen. Hij verwerkt de betalingen of restituties in het bedrijfsspecifieke systeem. De Verkoper Reizen is in staat om een verzekeringsclaim van klanten op te vangen en de procedure voor de afhandeling van de claim uit te leggen en daarbij passende actie te ondernemen. Ook eventuele uitbetaling van restitutie naar aanleiding van de verzekeringsclaim behoort tot de taken van de Verkoper Reizen.

Als de Verkoper Reizen tijdens de administratieve en financiële afhandeling knelpunten tegenkomt, moet hij deze oplossen en/of communiceren aan de Manager Verkoop Reizen en collega's.

De Verkoper Reizen controleert leveranciersfacturen betreffende de verkopen en neemt bij afwijkingen in de boekingsgegevens, de reissom of de commissie conform de richtlijnen en procedures van de organisatie actie om deze te (laten) corrigeren. Zo nodig communiceert hij hierover met de leverancier.

De Verkoper Reizen zorgt ervoor dat de klant tijdig de reisbescheiden ontvangt en dat deze inhoudelijk juist zijn. Zo nodig communiceert hij hierover met de klant en/of de leverancier(s).

Bij alle administratieve en communicatieve handelingen werkt de Verkoper Reizen volgens de voorwaarden, richtlijnen en procedures van de leverancier(s), het eigen bedrijf en de algemene wet- en regelgeving.

De administratieve en financiële processen zullen in toenemende mate worden geautomatiseerd. De klant krijgt vaker de reisbescheiden online (bijvoorbeeld via e-mail) en ook de controle ervan vindt vaker geautomatiseerd plaats. De rol van de Verkoper Reizen zal meer controlerend zijn t.a.v. het totaalproces. Indien er een klantcontact in de periode van de afhandeling plaatsvindt, zal dit vanuit het oogpunt van een verkoopkans en/of klantenbinding zijn.

De benodigde competenties:

De Verkoper beschikt over de typerende beroepshouding. (zie hoofdstuk 7)
Kennis op het gebied van bedrijfsbeleid en visie, proces en procedures bedrijf, producten, bestemmingen, systemen, algemene reiskennis en trends/marktontwikkelingen, doelgroep/bedrijfs- en of klantprofiel/klanttypen, Nederlandse en Engelse taal, financiële en administratieve systemen, wet- en regelgeving en voorwaarden.

Vaardigheden op commercieel, communicatief en systeem* vlak.

De Verkoper Reizen heeft cijfermatig inzicht en een controlerende rol.
Qua attitude zijn nauwkeurigheid en systematisch werken erg belangrijk.

**systeem: efficiënt en accuraat omgaan met verschillende computersystemen (functionaliteiten/inrichting etc..)*

Kerntaak 3. Zorgen voor relatiebeheer en klantenbinding

De Verkoper Reizen is zich bewust van het belang van goed relatiebeheer, aftersales en het realiseren van een goede klantenbinding. Hij houdt daar in de uitvoering van zijn werk continue rekening mee en acteert hierop met passende actie binnen elke andere kerntaak. Elk klantcontact wordt gezien en behandeld als een extra verkoopkans en een mogelijkheid de klant te binden aan het bedrijf en de verkoper zelf.

Inspelen op de doelgroepen, de bedrijfs- en klantprofielen wordt steeds belangrijker. Dit wordt in toenemende mate ondersteund door een Customer Relations Management (CRM) tool. Het reispatroon van het bedrijf/de klant in frequentie, soort reizen, bestedingsbedrag, samenstelling van het reisgezelschap etc.. wordt vastgelegd in een bedrijfs- of klantprofiel. Door inzicht te hebben in dit bedrijfs-/klantprofiel kan de Verkoper Reizen hier proactief met marketinginstrumenten op inspelen en de juiste reis op maat verkopen.

Dit vraagt van de Verkoper Reizen een proactieve, ondernemende en creatieve attitude. Proactief op maat op basis van het bedrijfs- of klantprofiel wordt de klant geïnformeerd over reismogelijkheden die aansluiten bij zijn klantwensen. Het proactief zelf benaderen van klanten vraagt meer van de communicatieve vaardigheden van de Verkoper Reizen en de klant verwacht hierbij een gesprekspartner op zijn niveau.

Tijdens elk klantcontact is het verkopen en klantenbinding realiseren de rode draad. De Verkoper Reizen stelt de klant op zijn gemak door een gastvrije opstelling en positieve instelling en zorgt ervoor dat de klant zich altijd welkom voelt. De Verkoper Reizen draagt continue de bedrijfsspecifieke formule, visie en toegevoegde waarde uit, zodat de klant bij het bedrijf terugkomt voor de invulling van de volgende reis.

Als het verkoopgesprek (nog) niet kan worden afgesloten met een aanbod met prijsberekening en/of een verkooptransactie, voorziet de Verkoper Reizen de klant van de benodigde informatie(materialen) voor oriëntatie of het maken van een keuze. Tevens stelt hij alles in het werk om een vervolgspraak te maken met de klant, zodat de kans dat de klant bij het eigen bedrijf alsnog de boeking maakt zo groot mogelijk is.

Bij klachtopvang en het oplossen van klachten speelt klantenbinding en relatiebeheer een essentiële rol. Dit vraagt van de Verkoper Reizen meer van zijn inlevingsvermogen, creativiteit en oplossingsgerichtheid. De klacht die naar tevredenheid vanuit de klant gezien wordt opgelost, conform de geldende richtlijnen en procedures van het bedrijf, is een belangrijke bijdrage aan de klantenbinding. De klant ervaart betrouwbaarheid en zekerheid en keert veelal terug voor de invulling van de volgende reis.

Afhankelijk van de bedrijfsspecifieke aanpak houdt de Verkoper Reizen zich actief bezig met het beheer en de ontwikkeling van een (eigen) klantenbestand en onderneemt hij activiteiten die behoren tot relatiebeheer. Hij benadert actief mogelijke relaties in combinatie met alle beschikbare producten en reisgerelateerde services en producten van het bedrijf. Tijdens de uitvoering van het werk moet de Verkoper Reizen zich steeds bewust blijven van de tijd die hij besteedt en de kosten die hij maakt in verhouding tot het commerciële resultaat dat hij bereikt.

De inzet van marketinginstrumenten in de actieve benadering naar klanten toe wordt altijd met de Manager Verkoop Reizen afgestemd en vindt plaats binnen de bedrijfsspecifieke visie, formule en richtlijnen.

De benodigde competenties:

De Verkoper Reizen beschikt over de typerende beroepshouding. (zie hoofdstuk 7)
 Kennis op het gebied van bedrijfsbeleid en visie, proces en procedures bedrijf, producten, bestemmingen, systemen, algemene reiskennis en trends/marktontwikkelingen, doelgroep/bedrijfs- en of klantprofiel/klanttypen/klantgedragingen en verwachtingen, Nederlandse en Engelse taal, Customer Relations Management (CRM), Marketinginstrumenten

Vaardigheden op commercieel, communicatief (Nederlands en Engels in woord en geschrift), sociaal, verkoop en systeem vlak.

Qua attitude is resultaatgerichtheid, klantgerichtheid, inlevingsvermogen, proactieve houding, ondernemend en creatief werken van belang. Een gesprekspartner op niveau.

Kerntaak 4. Zorgen voor klantenservice

De Verkoper Reizen vult de klantwens in en verkoopt de reis met gerelateerde services en producten op maat zodat de klant kwaliteit ervaart. Kwaliteit bieden is het in één keer goed regelen van de reis voor de klant, alles wat de klant boven verwachting ingevuld krijgt ervaart hij als service. De Verkoper Reizen draagt continu de bedrijfsspecifieke formule en toegevoegde waarde uit, zodat de klant bij het bedrijf terug zal komen.

Het zorgen voor goede klantenservice loopt door het gehele verkoop-/klantproces heen en de Verkoper Reizen acteert hierop met passende actie binnen elke andere kerntaak. Het betekent de zorg voor de klant die al klant is en de zorg van de boeking, tijdens de reis en na de reis als de klant thuis terugkeert. De Verkoper Reizen zorgt in elk klantcontact dat de klant tevreden is vanuit de bedrijfsspecifieke visie en formule.

Indien de klant een klacht heeft, dan zorgt de Verkoper Reizen voor een goede eerste klachtopvang. Dit vraagt aan de Verkoper Reizen inlevingsvermogen, klantgerichtheid, creativiteit en oplossingsgericht denken en werken. Hij dient de klant op een juiste wijze te woord te staan, begrip te tonen voor de situatie, de klachtenprocedure uit te leggen en zo snel mogelijk een creatieve oplossing te bieden conform de bedrijfsspecifieke richtlijnen.

De Verkoper Reizen zet zich ook in voor de preventie van klachten. Om klachten in de toekomst te kunnen voorkomen, worden geuite klachten door de Verkoper Reizen geregistreerd in een (geautomatiseerd) systeem. De klachten worden gekoppeld aan het bedrijfs-/klantprofiel zodat in elk klantcontact de voortgang inzichtelijk is, welke afspraken zijn gemaakt en welke oplossing is geboden.

Hij verwerkt ook de gegevens uit enquêtes onder consumenten en/of reisagenten en maakt van zijn bevindingen met betrekking tot klachten samenvattingen. Zijn bevindingen rapporteert hij aan collega's en de Manager Verkoop Reizen en levert feedback aan de leverancier.

De Verkoper Reizen neemt proactief een passende actie bij calamiteiten en bij actuele ontwikkelingen op het vlak van politiek, maatschappij, demografie, milieu en/of veiligheid. De zorg, dat de klant tevreden de reis kan ondernemen binnen de bedrijfsspecifieke richtlijnen en algemene wet- en regelgeving is hierbij het uitgangspunt.

Tijdens de uitvoering van het werk moet de Verkoper Reizen zich steeds bewust blijven van de tijd die hij besteedt en de kosten die hij maakt in verhouding tot het commerciële en kwalitatieve resultaat dat hij bereikt.

Kennis van en inzicht in verschillende klanttypen, gedragingen en verwachtingen, alsmede een goede beheersing van de communicatieve, sociale en commerciële vaardigheden en een juiste beroepshouding is voor de Verkoper Reizen essentieel.

De benodigde competenties:

De Verkoper Reizen beschikt over de typerende beroepshouding. (zie hoofdstuk 7) Kennis op het gebied van bedrijfsbeleid en visie, proces en procedures bedrijf, producten, bestemmingen, systemen, algemene reiskennis en trends/marktontwikkelingen, doelgroep/bedrijfs- en of klantprofiel/klanttypen, Nederlandse en Engelse taal, Customer Relations Management (CRM), wet- en regelgeving en voorwaarden.

De Verkoper Reizen beschikt over commerciële, communicatieve (Nederlands en Engels in woord en geschrift), sociale en onderhandelingsvaardigheden. De Verkoper is besluitvaardig.

Qua attitude zijn bij deze kerntaak belangrijk: inlevingsvermogen, interpersoonlijke sensitiviteit, respect, tact, daadkracht, durf, creativiteit en verantwoordelijkheidsgevoel. De Verkoper Reizen werkt oplossingsgericht.

15. Bronnen en verantwoording

De BCP's van en voor de reisbranche zijn onder regie en verantwoordelijkheid van Reiswerk tot stand gebracht. Dit in samenwerking met de ANVR: de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen.

De toekomstvisie "Werken in de Toekomstige Reisbranche 2007 – 2012" is ontwikkeld vanuit de volgende organisaties en brondocumenten:

- Reiswerk Bestuur : d.d. 11 april 2007
- Stuurgroep Arbeidszaken & Onderwijs : d.d. 11 april 2007
- De ANVR : d.d. 22 maart 2007
- TNS NIPO Onderzoek: Future Developments, Future Generations eindrapport november 2005
De vakantie- en vrijetijdsconsument van 2015: onderzoek onder jongeren 15-19 jaar en ouderen 50-54 jaar en in 2015 dan dus 25-29 jaar en 65-69 jaar
- Arbeidsmarktmonitor resultaten 2005
- Boek Megatrends Nederland door Adjiedj Bakas

De realisatie en ontwikkeling van de BeroepsCompetentieProfielen van het format en inhoud 18 & 19 april 2007:

- ATP, The Advanced Travel Partner : Dhr. E. Brinkhuis
- BCD Travel : Mevr. I. Knuvers
- D-reizen : Mevr. W. Schreuder
- TUI Nederland : Mevr. N. Straathof
- VakantieXperts : Mevr. A. Oude Stegge-Groothuis
- De ANVR : Mevr. M.P. Groen
- De ANVR : Mevr. N. van Oorschoot
- Kenwerk : Mevr. N. Kikkert

Inclusief de toetsing en controle in mei 2007.

16. Afkortingen & begrippen**A****Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen**

De ANVR maakt zich als brancheorganisatie sterk voor de kwaliteit binnen de reisbranche in het algemeen en voor die van de ondernemers in het bijzonder. De verschillende en vaak meest uiteenlopende onderwerpen waar de ANVR zich mee bezig houdt, zijn ondergebracht in verschillende kerntaken: Imago & Lobby, Consumentenzaken, Luchtvaart, Arbeidszaken & Onderwijs, en Standaardisering. Daarnaast is er een platform Touroperating en een platform Retail.

ANVR

Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen.

Attitude

Houding.

B**BCP**

BeroepsCompetentieProfiel.

Bedrijfsprofiel

Het profiel van het bedrijf als klant is bedrijfsspecifiek en kan omvatten: NAW gegevens, e-mail, reispatroon (frequentie, doel, samenstelling party, historie), contractafspraken, randvoorwaarden, voorkeuren/interesses. Het bedrijfsprofiel wordt vastgelegd in het bedrijfsspecifieke Customer Relations Management (CRM) systeem/tool.

Beginnend beroepsbeoefenaar

De beroepsbeoefenaar die zijn entree maakt op de arbeidsmarkt en aan het begin staat van de beroepsloopbaan.

Beoordelen

(Tussentijds) meten en toetsen in welke mate de gestelde doelen zijn gehaald.

Beoordelingsgesprek

Gesprek gevoerd door de deelnemer of werknemer en de opleider en/of het bedrijf waarin de resultaten en de ontwikkelde beroepscompetenties beoordeeld worden.

Beroepscompetenties

Beroepscompetenties hebben betrekking op het vermogen om te gaan met beroepsrelevante activiteiten en problemen en zijn opgebouwd uit een samenhangende set competentie-elementen (kennis, inzichten, vaardigheden, houdingen, persoonlijke eigenschappen). Een competente beroepsbeoefenaar kan deze kennis, attitudes, vaardigheden en eigenschappen geïntegreerd en doelgericht inzetten om concrete (beroeps)activiteiten te verrichten (plannen, uitvoeren, controleren en sturen) in de voor de activiteit kenmerkende situaties en contexten. Zij of hij kan dat op zo'n wijze doen dat aan bepaalde criteria of standaarden wordt voldaan.

BeroepsCompetentieProfiel

De (geformaliseerde en gestandaardiseerde) beschrijving van een op de directe beroepspraktijk gerichte set kerntaken en beroepssituaties, verantwoordelijkheden en competenties met de performance indicatoren en typerende beroepshouding van een vakvolwassen beroepsbeoefenaar ontwikkeld door en voor de reisbranche.

Business-to-Business (B2B)

B2B is een internationale aanduiding voor Business-to-Business (bedrijven aan bedrijven). Meestal betreft het hier bedrijven die specifiek zaken doen met andere bedrijven. Ook wordt de term gebruikt om binnen organisaties een bepaalde afdeling aan te duiden. Hierbij is dan de B2B-afdeling gericht op de zakelijke dienstverlening, terwijl elders in hetzelfde bedrijf evengoed aan particulieren verkocht kan worden.

Business-to-Consumer (B2C)

B2C is een internationale aanduiding voor Business-to-Consumer (bedrijven aan consumenten). Meestal betreft het hier bedrijven die specifiek zaken doen met consumenten. Doorgaans wordt deze term, in samenhang met de term B2B, gebruikt om een grove indeling van het bedrijfsleven aan te geven. Daarnaast wordt de term B2C tegenwoordig gebruikt om binnen organisaties een bepaalde afdeling aan te duiden. Hierbij is dan de B2C-afdeling gericht op de verkoop of dienstverlening aan particulieren, terwijl elders in hetzelfde bedrijf evengoed exclusief aan andere bedrijven (B2B) verkocht kan worden.

C

cao

Collectieve arbeidsovereenkomst.

CIR

Formule Competent In Reiswerk.

Commercieel

De mix van de inzet van marketing, communicatie, kwaliteit, personeel etc gericht op het behalen van winst.

Competenties

Competenties zijn ontwikkelbare vermogens van mensen om in voorkomende situaties op adequate, doelbewuste en gemotiveerde wijze proces- en resultaatgericht te handelen, dat wil zeggen passende procedures te kiezen en toe te passen om de juiste resultaten te bereiken. Competenties zijn samengesteld van karakter, verwijzen naar onderliggende vaardigheids- en kennisdomeinen en worden in een context toegepast en verworven. Kortom: het toepassen van de mix van kennis, vaardigheden en de attitude in het functioneren.

Complexe situatie

De complexe situatie geeft de mate aan waarin (beroepsmatige) handelingen gebaseerd zijn op de toepassing en het bedenken dan wel het combineren van (routinematige en standaard-)procedures. De complexiteit van de beroepssituatie wordt getypeerd naar de mate waarin routinematige of niet-routinematige procedures en van nieuwe oplossingsprocedures sprake is.

Context

Beroepscompetenties vinden hun betekenis in een context en kunnen niet los gezien worden van de kernopgaven waar de beroepsbeoefenaar voor staat. Beroepscompetenties worden daarom in een context omschreven. Onder context wordt de beroepssituatie verstaan. Sommige competenties zijn uniek en nauw verbonden aan een specifieke context of smal werkingsgebied; andere beroepscompetenties hebben een breed werkingsgebied en hebben een hoge transferwaarde omdat ze in verschillende contexten bruikbaar of toepasbaar zijn. Een competent beroepsbeoefenaar is binnen een bepaalde context in staat te kiezen uit relevante oplossingen en deze tot uitvoering te brengen, zodat een beoogd resultaat wordt bereikt.

CRM

Customer Relationship Management.

Customer Relationship Management

De implementatie van een strategie waarmee een bedrijf of instelling beoogt (klant)relaties te optimaliseren in termen van rendement en klanttevredenheid, op basis van het bedrijfs-/klantprofiel. Customer Relationship Management (CRM) wordt daarbij gezien als een continue en systematische, organisatieomvattende activiteit. Daarbij wordt ICT als een ondersteunende factor gezien.

D**Dilemma**

Een moeilijke keuze uit twee of meer alternatieven.

E**F****Formule Competent In Reiswerk**

Competent in Reiswerk richt zich op het ontwikkelen van standaarden en hulpmiddelen voor de samenwerking tussen bedrijfsleven en onderwijs, om zo te komen tot competentiegericht opleiden en beoordelen in de reisbranche. Daarbij ligt de nadruk op het ontwikkelen van commerciële, communicatieve, sociale en systeemvaardigheden, naast de traditionele kennisontwikkeling. Competent in Reiswerk is een initiatief en samenwerking vanuit de reisbranche, het toeristisch onderwijs en Kenwerk.

G**H****hbo**

Hoger beroepsonderwijs. Het hbo geeft een theoretische en praktische basis voor het uitoefenen van een beroep. Het hbo is georganiseerd in zeven sectoren en wordt gegeven aan 'hogeschole'. Het maakt samen met het wetenschappelijk onderwijs deel uit van het hoger onderwijs.

I**J**

K

Kennis

De benodigde theoretische onderbouwing waarover een beroepsbeoefenaar moet beschikken, verkregen door oefening of studie.

Kenwerk

Kenwerk stimuleert en innoveert de kwaliteit van leerbedrijven en onderwijsinstellingen in de horeca, de sector toerisme/recreatie en de bakkerijbranche namens onderwijs en bedrijfsleven.

Kerntaken

Een set van inhoudelijk samenhangende beroepsactiviteiten die door een belangrijk deel van de beroepsbeoefenaren worden uitgeoefend. De kerntaken geven de kenmerkende werkzaamheden van de beroepsbeoefenaar weer, zo mogelijk geordend in logische volgorde van het beroep.

Klant

De definitie wat onder een klant wordt verstaan wordt bedrijfsspecifiek bepaald. Dit kan zijn (in heden of verleden) bestaande klanten, potentiële klanten, geboekte klanten etc.

Klantenservice

De klant centraal stellen en altijd de juiste oplossing bieden, in een keer goed, binnen de bedrijfsspecifieke richtlijnen.

Klantprofiel

Het profiel van de klant is bedrijfsspecifiek en kan omvatten: naw-gegevens, e-mail, reispatroon (frequentie, doel, party samenstelling, historie), voorkeuren/interesses. Het klantprofiel wordt vastgelegd in het bedrijfsspecifieke Customer Relations Management (CRM) systeem/tool.

Kwalificatiedossier

Een dossier met daarin opgenomen het kwalificatieprofiel en alle overige documenten die van belang zijn om het daaruit af te leiden beroepsonderwijs inclusief de toetsing en afsluiting (examinering) vast te stellen en te ontwikkelen.

Kwalificatieprofiel

De geformaliseerde en gestandaardiseerde beschrijving van de startpositie van de beginnende beroepsbeoefenaar op de arbeidsmarkt en in de maatschappij. Een kwalificatieprofiel wordt bepaald en omschreven op basis van een of meer beroepscompetentieprofielen. Beroepscompetenties, leercompetenties en burgerschapscompetenties vormen de kern van het kwalificatieprofiel.

Kwalificatiestructuur

Is het geheel van wettelijke regelingen gesteld aan het reguliere onderwijs. De kwalificatiestructuur bevat alle MBO opleidingen van niveau 1 tot en met niveau 4 opleidingen. De eisen die in de kwalificatiestructuur gesteld worden aan een opleiding zijn voor het onderwijs richtinggevend voor de inrichting van hun onderwijsprogramma's om in aanmerking te kunnen komen voor overheidsfinanciering.

Kwaliteit

Het in een keer goed invullen van de klantwens

L**Leercompetentie**

Ontwikkelbare vermogens van mensen om in voorkomende leersituaties op adequate, doelbewuste en gemotiveerde wijze proces- en resultaatgericht te handelen. Leercompetenties betreffen in de eerste plaats het vermogen het verwervings- en ontwikkelingsproces van competenties (kennis, vaardigheden, houdingen etc.) te sturen, te bevorderen, te stimuleren en effectiever te maken. In de tweede plaats zijn ze gericht op het effectief functioneren in verschillende typen leer- en opleidingsituaties, binnen en buiten het beroep.

M**mbo**

Middelbaar beroepsonderwijs. Middelbaar beroepsonderwijs (mbo) behoort tot de tweede fase van het voortgezet onderwijs. Onderwijs in het mbo duurt vier jaar en is voor leerlingen van 16–20 jaar. Er worden zowel algemene als beroepsgerichte vakken gegeven. In het mbo stromen leerlingen door naar een baan of naar het hoger beroepsonderwijs (mbo). In 2006 is een start gemaakt met een aantal experimenten t.a.v. competentiegericht onderwijs. In 2009 zal het beroepsonderwijs definitief overgaan tot competentiegericht leren en ontwikkelen.

P**Performance Indicator**

De performance indicator is een van de uitgangspunten voor het goed functioneren van een beroepsbeoefenaar en beschrijft het gewenste resultaat gerelateerd aan de kerntaken. De beroepsbeoefenaar zal de benodigde competenties op een juiste manier moeten aanwenden om dit gewenste resultaat met succes te kunnen bereiken.

Portfolio

Een geordende persoonlijke, digitale of papieren presentatie, waarin de deelnemer aangeeft wie hij is, wat hij kan en wat hij wil. Verzamelde en bijgevoegde documenten en materialen bewijzen dit. Het portfolio kan verschillende doelen hebben naast het presenteren van de deelnemer. Dit kan zijn het volgen en stimuleren van de ontwikkeling van de deelnemer, waarbij het portfolio dient als uitgangspunt bij de begeleiding. Het portfolio kan ook de basis zijn voor de beoordeling of de deelnemer bepaalde competenties heeft verworven. In beide gevallen is het portfolio ingebed in het opleidingsproces. Het portfolio speelt ook een rol bij EVC procedures.

POP

Persoonlijk Ontwikkel Plan. Het plan met concrete doelen voor de persoonlijke competentieontwikkeling van de deelnemer. Dit is afgestemd op het huidige competentieniveau t.o.v. het gewenste einderesultaat van het ontwikkeltraject. Tevens wordt het POP voorzien van afspraken met betrekking tot de mogelijkheden en de bijbehorende condities om de gestelde doelen te kunnen bereiken.

Q

R

Reiswerk

Reiswerk Opleidingen vindt zijn basis in de stichting Fonds Opleiding en Ontwikkeling Reisbranche (FOOR). Dit is een fonds waarin werkgevers en werknemers in de reisbranche deelnemen. Gezamenlijk bouwen zij aan de toekomst van de reiswereld, met goede beroepsopleidingen en een sterke arbeidsmarkt als instrumenten. Het bestuur van Reiswerk telt zes leden: namens de werkgevers is daarin de ANVR vertegenwoordigd met drie personen. Namens de werknemers: CNV Dienstenbond, FNV Bondgenoten en De Unie. Alle organisaties zijn vertegenwoordigd met één lid en één plaatsvervangend lid.

Representatief

Het bewust zijn van de rol in het klantcontact en hier altijd zijn beroepshouding, kleding en communicatie op aanpassen binnen de bedrijfsspecifieke richtlijnen.

Resultaatgericht

Het stellen van doelen en bereiken van het gewenste resultaat op een efficiënte en effectieve wijze.

S

SEPR

Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche. Het vakdiploma van en voor de reisbranche.

SEPR Reisbewijs

De Stichting Erkenning Praktijk en Theoriebeoordeling Reisbranche heeft het SEPR Reisbewijs ontwikkeld. Dit is het SEPR Portfolio, waarin een deelnemer het bewijsmateriaal verzamelt dat aangeeft dat de deelnemer voldoet aan de SEPR Kwaliteitseisen. (verzamelstaat)

Service

Service is het bieden van extra's: het overtreffen van de klantverwachting.

Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche

De Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche (SEPR) bewaakt het niveau van de beroepsbeoefenaren in de reisbranche. Zij is verantwoordelijk voor de toepassing van de BCP's en een geregelde evaluatie daarvan. SEPR formuleert kwaliteitseisen voor de beginnend, beroepsbeoefenaar, diplomeert deelnemers, certificeert en erkent opleidingen. De kwaliteitseisen voor SEPR zijn bepaald aan de hand van de door vertegenwoordigers van het bedrijfsleven en onderwijs opgestelde BeroepsCompetentieProfielen (BCP's).

T

Toetsen

Het meten van de resultaten van de competentieontwikkeling van een deelnemer/het meten van het competentieniveau.

U

Uitstroombifferentiatie

Een onderdeel van een kwalificatieprofiel voor een deel van de beroepspraktijk waarop het kwalificatieprofiel zich richt.

V

Vaardigheden

Vaardigheden geven aan waar de beroepsbeoefenaar bedreven in is of moet zijn. Vaardigheden zijn doorgaans leerbaar, in tegenstelling tot persoonlijkheidskenmerken en karaktereigenschappen.

Vakvolwassen beroepsbeoefenaar

De beroepsbeoefenaar die in zijn beroepsuitoefening tot volledige beroepsmatige ontwikkeling is gekomen door de beroepservaring die hij heeft opgedaan. De vakvolwassen beroepsbeoefenaar kent zijn beroep van binnen en van buiten en staat model voor de inhoud van het BeroepsCompetentieProfiel.

Verantwoordelijkheid

Het geeft de mate aan waarin beroepsbeoefenaren aanspreekbaar zijn op hun (beroepsmatig) handelen en op de gevolgen daarvan voor het (beroepsmatig) handelen door anderen. Van de beroepsbeoefenaar wordt geëist dat hij de beroepsmatige handelingen met zorg en toewijding uitvoert en daarover verantwoording kan afleggen. De verantwoordelijkheid kan beperkt zijn tot het functioneren binnen het eigen takenpakket, maar kan zich ook uitstrekken tot (het werk van) anderen.

Voortgangsgesprek

Gesprek gevoerd door de deelnemer, het leerbedrijf en/of de opleider over de voortgang in de persoonlijke ontwikkeling van zijn beroepscompetenties.

W

X

Y

Z