

## Dit is mijn vraag

### Inleiding

De economische crisis leidt tot zware tijden voor bedrijven in de toeristische branche, maar het geeft ook ruimte het “werken in de branche” te herpositioneren en het imago te verbeteren. Door de vraag naar opleidingen en het aanbod in opleidingen bij elkaar te brengen, gebruik makend van moderne technieken als internet en social media willen de ANVR en werknemersorganisaties dit bewerkstelligen.

Onderstaande geeft weer welke organisaties momenteel vraag en aanbod al op een innovatieve wijze bij elkaar brengen en hoe dit gedaan kan worden voor de reisbranche.

### Omgevingsanalyse

Voor de omgevingsanalyse heb ik mij gericht op sites waar vraag en aanbod samen komen voor opleidingen. Opvallend is dat vrijwel elke site het aanbod belicht maar de vraag niet. Ze hebben wel allemaal een zoekmachine waarbij je op verschillende criteria kan zoeken. Maar je vraag kan je niet duidelijk neerzetten.

Onderstaand zijn een aantal voorbeelden beschreven:

[www.opleidingberoep.nl](http://www.opleidingberoep.nl)

Het eerste dat opvalt is dat de koppeling tussen opleiding en beroep al gemaakt wordt in de naam. Hier wordt de vraag en het aanbod al bij elkaar gebracht. De doelgroep wordt duidelijk aangegeven aan de rechterzijde van de pagina, dus je weet gelijk of je hier jouw informatie kan vinden. Op de eerste pagina wordt ook gelijk aangegeven wat de ontwikkelingen in de branche zijn.

Deze site is wel heel aanbodgericht en de ontwikkelvraag wordt enigszins onderbelicht.

Mijn inziens zou het meer vraag gestuurd moeten zijn.

[www.kiesjeberoep.nl](http://www.kiesjeberoep.nl)

Deze site geeft heel veel informatie maar het wordt op een zeer drukke wijze gepresenteerd. Waardoor je eigenlijk al geen zin meer hebt om te gaan lezen. Het onderscheidt tussen opleiding en beroep wordt hier gemaakt, maar de koppeling is duidelijk doordat het heel groot bovenaan de site staat. Het leuke aan deze site is dat aanbieders zich ook met filmpjes presenteren waardoor het levendiger wordt en meer tot de verbeelding spreekt. Deze site is heel aanbodgericht en je kan er niet echt je vraag kwijt, anders dan gebruik te maken van de zoekmachine.

[www.hbostart.nl](http://www.hbostart.nl)

Deze site is qua lay-out heel licht, wat het aantrekkelijk maakt om te lezen. De opleidingen voor de verschillende sectoren worden duidelijk van elkaar gescheiden. Ontwikkelingen als open dagen etc. wordt ook goed weergegeven. Voor deze site geldt ook dat het aanbod gericht is.

[www.eduhub.nl](http://www.eduhub.nl)

Wat het leuke aan deze site is dat ze een rating aan opleidingsaanbieders d.m.v. ervaringsverhalen hebben gegeven. Dit geeft mensen meer vertrouwen bij het kiezen van een opleiding. De doelgroep wordt duidelijk gemaakt door dat deze beschreven is onder "over Eduhub". Op de pagina "Artikelen & Vraag" wordt in de rechterbovenhoek beschreven wat te vinden is op deze pagina. Dit maakt het overzichtelijk. Op deze site is een vraag en antwoord sectie te vinden waar je wellicht je vraag in kan terugvinden. Het zou echter mooier zijn wanneer je vraag daar kan plaatsnemen.

### **Hoe kan reiswerk.nl op vernieuwende wijze de vraag en het aanbod samenbrengen?**

De omgevingsanalyse heeft al aangegeven dat de sites waarbij men een opleiding kan vinden niet vraaggericht zijn, maar vooral aanbodgericht. Wil je dus vernieuwend zijn, dan moet je dit omdraaien en het aanbod op de vraag laten reageren. Je kan nog steeds het aanbod op achterliggende pagina's weergeven, maar de op de eerste pagina moet duidelijk zijn dat je daar je vraag kan stellen.

Excellente commerciële dienstverlening geeft de smaak van de site weer. Het is niet een duidelijke woorden beschreven, maar alle onderdelen van de site zijn hier wel op gericht.

Om deze dit concept optimaal te benutten dienen er een account voor twitter aangemaakt te worden en een groep op linkedIn. Er kan ook gedacht worden aan Yammer als vervanger voor twitter. Daarnaast valt te denken aan samenwerkingsverbanden met blogpodia binnen de reiswereld om meer verkeer naar de site te lokken, het concept onder de aandacht te brengen en de vraag uit te zetten.

Bij het bedenken van onderstaande concept heb ik de volgende uitgangspunten in acht genomen:

- Het moet niet alleen de ontwikkelvraag oplossen maar het moet ook interactie stimuleren tussen enerzijds de vraagsteller en anderzijds de aanbieder.
- De vraag moet centraal staan
- Om interactie te bewerkstelligen moet men elkaar zowel online als offline kunnen ontmoeten
- Het moet duidelijk zijn voor wie deze site bedoeld is.
- Excellente commerciële dienstverlening

Deze uitgangspunten hebben geleid tot een concept voor een site waar vraag en aanbod elkaar vindt en interactie wordt gestimuleerd. Daarnaast geeft het een dienst weer waarbij onderwijs instellingen en werkgevers kennis kunnen delen, om hun aanbod te verbeteren of de vraag meer helder te krijgen.

## Het concept

De site reiswerk.nl vormt de toegangsportaal tot een nieuw fenomeen op het gebied van sites waar vraag en aanbod in de reiswereld samenkomen. Door op de button "Dit is mijn vraag" te klikken kom je in een nieuwe wereld terecht wat het volgende laat zien:

### Dit is mijn ontwikkelvraag:

Als men op de button "Dit is mijn vraag" verschijnt het ontwikkelbord, waar men zijn ontwikkelvraag kan plaatsen en die van andere kan lezen. Dit bord lijkt op het bord waarop mensen hun spullen aanbieden in Albert Heijn supermarkten.

Deze vraag kan vanaf de zijde van werkgever of (toekomstig) werknemer komen, maar ook vanaf de onderwijs instelling die haar aanbod wil verbeteren.

Al de vragen zijn als contactadvertenties weergegeven en kunnen d.m.v. mail, twitter en linkedIn direct beantwoord worden.

Bij het zien van elkaars ontwikkelvraag komt er een hoop energie vrij bij de mens. Er kunnen namelijk vragen ontstaan waaraan je zelf nog niet hebt gedacht, maar die je wel hebt. Ook kan het als inspiratie dienen.

### Hier vind ik het aanbod:

Door het ontwikkelbord weg te klikken, beland je op de wereldbol waar je onderverdeeld in ontwikkelthema's de onderwijsaanbieder met een korte beschrijving kan terugvinden. Naast opleidingen kan je hier ook ervaringsverhalen terugvinden van de 3 verschillende doelgroepen. Deze verhalen kunnen in geschreven vorm zijn, maar bij voorkeur film. Dit spreekt meer tot de verbeelding. Daarbij kunnen deze geplaatst worden op een Reiswerk youtube kanaal.

Andere onderdelen van deze site zijn:

- Een twitterfontein waar men zijn vraag naar toe kan twitteren. *Deze functie wordt later verder uitgelegd.*
- Een beschermde omgeving met gebruikersnaam en wachtwoord waar men d.m.v. een veiling het aanbod voor de beste prijs kan inkopen.
- Chatfunctie waar met werkgevers, (toekomstig) werknemers en onderwijsaanbieders kan praten om een vraag beantwoord te krijgen of kennis te delen.
- Inspiratie, hoe ondervindt een ander de opleiding

### De twitterveiling:

Voor sponsoring wordt momenteel al gebruikt gemaakt van twitterveilingen. Voor de verkopende partij is het echter niet voordelig wanneer de concurrent op de hoogte is van de prijzen. Wegens deze reden is het lastig hier een twitterveiling voor te organiseren.

Je kan echter wel de vraag uitzetten via twitter naar de onderwijsaanbieder. In een beschermde omgeving maakt de werkgever een veiling aan voor zijn opleidingsvraag. Via twitter wordt deze veiling uitgezet in het netwerk. Aanbieders kunnen inloggen op deze veiling en een gedetailleerd bod doen zonder dat dit te zien is voor de concurrent.

**Probeer het eens op de chat:**

Heb je je vraag nog niet helemaal helder dan is het wel fijn als iemand je daarbij kan helpen. Daarom kan men zowel met werkgever, opleidingsaanbieder of (toekomstig) werknemer chatten. Deze personen zijn wekelijks beschikbaar voor een paar uur mensen verder te helpen met hun vraag.

**Inspiratie:**

Op dit gedeelte van de site vindt men ervaringsverhalen van personen die een opleiding gevolgd hebben en filmbeelden van opleidingen en cursussen. Op deze wijze kunnen opleidingszoekers beter beoordelen of de opleiding ook bij hem past. De filmbeelden kunnen ook op een reiswerk youtube kanaal geplaatst worden

**De rollen omdraaien:**

Om interactie te krijgen tussen de verschillende partijen moet men ook offline in contact met elkaar komen. Hier zijn oplaaddagen voor te bedenken waar men samen kan komen voor de ontwikkelingen in het werkveld als wel in het onderwijs. Deze worden waarschijnlijk in een dergelijke vorm al georganiseerd en zijn dan ook niet vernieuwend meer.

Je kan wel de rollen omdraaien. De opleider gaat het opleidingsbeleid van een organisatie "stickeren" waar het verbeterd kan worden. De werkgever gaat het opleidingsaanbod "stickeren" waar het beter gestroomlijnd kan worden met het bedrijfsleven. Ook hier kan weer een beschrijving van gemaakt worden als inspiratie voor andere.

**Een paar afsluitende woorden:**

Ook al zijn er tegenwoordig een hele hoop technieken die de mens in contact brengt met elkaar, toch willen we elkaar graag ook in "real life" zien en spreken. Wegens deze reden lijkt het mij verstandig om niet alleen in te zetten op een online dienst, maar ook daarbuiten. Denk bijvoorbeeld aan het OpenCoffee concept waarbij men elkaar via LinkedIn aansluiten maar leert kennen onder het genot van een kopje koffie.