

## Deel 1: Omgevingsonderzoek

Tijdens mijn omgevingsonderzoek kwam ik twee opmerkelijke websites tegen die qua concept dicht in de buurt komen bij het Travel College platform.

### [Travelecademy.nl](http://travelecademy.nl)

Dit is een portal waar touroperators gratis online-cursussen aanbieden voor commerciële medewerkers in de reisbranche. Het doel is om de medewerkers up-to-date te houden met de beste informatie over een bestemming of reis, zodat de medewerkers hun klanten hier goed in kunnen adviseren.

Wat deze website goed doet is het inspelen op de reislust van de doelgroep door reizen te verloten onder de deelnemers. Uit een aantal korte gesprekken via Twitter met mensen uit de reisbranche kwam ik er achter dat de reizen vaak de grootste stimulans zijn om aan cursussen deel te nemen. **etraveltraining.nl** is een vergelijkbare website die e-trainingen aanbiedt.

**Mijn concept is geïnspireerd op de volgende websites, campagnes en internet trends:**

### **Social recruiting**

Social recruiting is een recente trend onder de recruiters. Social recruiting is het inrichten van een bedrijfsprofiel op sociale netwerken zoals LinkedIn en Facebook om het bedrijf als werkgever goed te profileren. Rondom het profiel wordt een netwerk van werknemers en oud-werknemers gecreëerd. Recruiters kunnen dit netwerk gebruiken voor het vinden en benaderen van geschikte kandidaten voor vrijkomende functies.

### **Starbucks Social recruiting**

Starbucks heeft ook een eigen vorm van social recruiting ingezet. Met deze campagne hebben ze het sociale netwerk van hun beste medewerkers geraadpleegd om nieuwe potentiële sollicitanten te bereiken.

Deze website bevat een presentatie die het concept van de campagne haarfijn uitlegt:

<http://blog.sironaconsulting.com/sironasays/2010/03/social-recruiting-the-starbucks-way-.html>

Dit is de winnende video: [Video: http://www.youtube.com/watch?v=DW6Cb-ASxFA](http://www.youtube.com/watch?v=DW6Cb-ASxFA)

### **Ikki**

Ikki is een nieuwe recruitment concept. Het leuke hieraan is dat je aanbevelingen voor carrièrestappen, vacatures en bedrijven krijgt op basis van wat andere mensen met dezelfde interesses al hebben gedaan. Het zijn social recommendations. Het nadeel is dat je binnen ikki heel veel profielinformatie toe moet voegen voor een goed resultaat. Ze willen eigenlijk een zakelijke community bouwen. Het is verstandiger om de mogelijkheid te bieden om met je LinkedIn-profiel van de inspirator gebruik te maken. Veel mensen hebben al een LinkedIn-profiel en zien het niet zitten om nog een profiel bij te houden.

Deze pagina (met video) geeft meer uitleg bij het concept: <http://www.ikki.nl/ontdek-ikki/over-ikki>

### **Tripadvisor.com**

Tripadvisor speelt in op de sociale internettrend door reizigers hun reisbestemmingen en activiteiten te laten beoordelen op kwaliteit. Hierdoor ontstaat er een portal waarop je een eerlijke indruk krijgt van je vakantiebestemmingen en activiteiten. De activiteiten en bestemmingen met de beste prijs/kwaliteitverhouding komen zo automatisch bovendrijven. Deze sociale aanpak wordt steeds belangrijker. Internet maakt producten en diensten transparanter door consumenten in de gelegenheid te stellen om onderling ervaringen en aanbevelingen uit te wisselen.



## Deel 2: Concept: Travel College Carrièrekaart

Travel College brengt je carrièremogelijkheden in kaart. Het geeft niet alleen antwoord op vragen zoals; "Hoe kan ik Turkijespecialist worden?" of "Hoe kan ik mijn competenties als leidinggevende verbeteren?". Het inspireert je ook met mogelijkheden waar ze misschien nooit aan had gedacht!

Op Travel College kun je eenvoudig op zoek naar antwoorden op je kennisvragen met behulp van een handige zoekmachine. Maar wil je je laten verrassen en ontdekken welke perspectieven er voor jou binnen de reisbranche open liggen? Dan vul je kort je huidige functie, opleidingsniveau en interesse in. Op basis van deze gegevens brengt Travel College jouw mogelijkheden, om te excelleren als commercieel dienstverlener, in kaart en kan je reis beginnen!

## Je carrière is de mooiste reis van je leven!

Beleving is een belangrijke factor in de reisbranche. Reizen zijn beleving en reizen verkopen is belevingen overbrengen. Die beleving moet ook in Travel College terug komen. Carrière maken is te vergelijken met een reis. Verschillende functies en specialismen kun je zien als landen of eilanden. De opleidingen, cursussen en stages die je daarvoor doorloopt kun je zien als een vlucht

of boottocht naar een land of eiland toe. Dit is een aantrekkelijk en leuk visueel concept dat een heldere en overzichtelijke kijk geeft op je carrièreperspectieven. Het inspireert medewerkers en studenten met de uiteenlopende opleidingsmogelijkheden binnen de reisbranche.

## Visueel concept:

- Wanneer je je gegevens hebt ingevuld verschijnt jouw carrièreplek op een eiland in het midden van de kaart.
- Daar omheen verschijnen eilanden die bijvoorbeeld functies of specialismen vertegenwoordigen die bij jou profiel en interesse aansluiten. Misschien was je opzoek naar een cursus tot Turkijespecialist, maar ontdek je nu dat er ook een specialisme 'Midden-Oostenspecialist' is.
- Op de kaart zie je welke 'vluchten' (bijv. opleidingen), 'boottochten' (bijv. cursussen) en 'busreizen' (bijv. stages) je kunt nemen om een andere functie of specialisme te behalen.
- Je krijgt dus heel makkelijk een impressie van jou mogelijkheden en kunt zo je eigen carrière-reis uitstippelen.

## Social Media Integratie

Omdat het een marktplaats is waar vraag en aanbod een belangrijke rol spelen is het belangrijk om te weten wat de medewerkers willen, wat zij van het huidige aanbod vinden en welke dingen er ontbreken. Dit bereik je met een goede social media integratie.

## Feed-back

Staat een specialisme niet op de kaart, of zijn er geen opleidingen voor beschikbaar? Dan kun je dat aangeven door een 'onbewoond-eiland' te starten. Andere gebruikers zien dit eiland ook en kunnen zich hierbij aansluiten. De aanbieders van opleidingen en cursussen kunnen hier op inspelen door een vlucht, boottocht of busreis naar dit eiland aan te bieden. Hoe meer mensen interesse tonen in dit gebied, hoe interessanter het wordt voor de aanbieders.

**Voorbeeld:** [UserVoice.com](http://www.uservoice.com)

User Voice is een website-applicatie die een vergelijkbaar systeem aanbiedt. Door een feedbackbutton op de website te plaatsen kunnen bezoekers eenvoudig ideeën insturen ter verbetering van het product of de dienst. Andere bezoekers kunnen deze ideeën bekijken en er op stemmen. Zo komen de beste ideeën automatisch bovendrijven. Zie <http://www.uservoice.com>

## Inzicht

Gebruikers van Travel College kunnen ook een uitgebreid carrièreplan uitstippelen. Dat doen ze door een reis uit te stippelen dat verschillende eilanden (specialismen en functies) doorkruist. Door regelmatig op de site te kijken zien ze wat het aanbod in cursussen en opleidingen is dat op hun pad ligt. Deze gegevens geven de aanbieders inzicht in de doelen van de medewerkers. Daar kunnen ze vervolgens handig op inspelen. Het helpt ook de nieuwe starters en studenten om inzicht te krijgen in de doorgroeimogelijkheden in de branche. Dit is iets wat veel starters op dit moment missen (en dan spreek ik niet alleen voor mezelf ;).

## Online mond-tot-mond reclame

Social media integratie houdt ook in dat je gebruikers stimuleert tot online mond-tot-mond

reclame. Dat kan eenvoudig door bij elke cursus en opleiding een 'stuur-door' functie te koppelen. Zo kan ik bijvoorbeeld een collega op de hoogte brengen van een nieuwe cursus. Dit kan ook aan LinkedIn en Twitter gekoppeld worden. Ik kan bijvoorbeeld een bericht versturen naar mijn volledige sociale (twitter) en zakelijke (linkedin) netwerk wanneer ik me voor een opleiding inschrijf. "x: 'Ik start in mei met de opleiding Y.'" Hier kan ook een linkje naar mijn persoonlijke carrièrekaart gelegd worden.

## Ervaringen delen

De doelgroep stelt het ook erg op prijs wanneer ze ervaringen van anderen kunnen bekijken waarin ze beschrijven hoe een cursus is bevallen. Hierbij kan de carrièrekaart van die persoon getoond worden, zodat je kunt zien of deze persoon dezelfde interesses heeft. Wanneer iemand zich via de website inschrijft voor een opleiding wordt er een maand na de opleiding een mailtje gestuurd waarin gevraagd wordt om de opleiding te beoordelen.

## Aanbevelingen

Door de carrièrekaarten aan elkaar te koppelen kan de website ook aangeven welke stappen andere mensen met vergelijkbare carrières genomen hebben.

"Wat andere mensen interessant vonden" – Ikki

## Social video

Ondanks het feit dat de branche nu op een frisse en inspirerende manier in kaart wordt gebracht, blijft het moeilijk om een goed zicht te krijgen op de inhoud van de opleidingen. De beleving van een opleiding wordt pas echt sterk gecommuniceerd wanneer je een video kunt bekijken waarin je een student of cursist volgt. Zo'n video kan vragen beantwoorden als: Wat doet deze persoon in het dagelijks leven? Wat is zijn huidige functie? Wat is zijn motivatie om de opleiding te volgen? Hoe ervaart hij de opleiding? etc. Zo kan de doelgroep zich goed verplaatsen in het aanbod. Een bijkomend voordeel is dat dit soort video's bijzonder geschikt zijn ter promotie van de website.

## Deel jouw ervaring en win een reis!

Nu kunnen dit soort video's heel mooi en professioneel geproduceerd worden, maar het wordt nog levendiger wanneer cursisten en studenten zelf een video opnemen, op de website plaatsen en verspreiden op YouTube, LinkedIn, Hyves, Facebook en Twitter. De beste inzending kan beloond worden met een reis naar een exotische bestemming!