

HOOFDSTUK	1	DE CUSTOMER JOURNEY	11
	1.1.	Inleiding	11
	1.2.	De reisspecialist	13
	1.3.	De customer journey	15
	1.4.	Inspiratie en dromen	16
	1.5.	Klantwens	17
	1.6.	Searching	19
	1.7.	Besluitvormingsproces	20
	1.8.	Booking	22
	1.9.	Reisvoorbereiding travel essentials	23
	1.10	Traveling fast lane check-in	24
	1.11	Weer thuis	26
	1.12	Samenvatting	27
HOOFDSTUK	2	DE PAKKETREIS ALS CUSTOMER JOURNEY	29
	2.1.	Inleiding	29
	2.2.	De customer journey en de pakketreis	30
	2.3.	De pakketreis	32
	2.4.	De verkoop van een pakketreis: omnichanneling	35
	2.5.	De reisspecialist en de pakketreis	37
	2.6.	Brancheorganisatie ANVR	38
	2.7.	Samenvatting	39
HOOFDSTUK	3	INSPIRATIE EN DROMEN	41
	3.1.	Inleiding	41
	3.2.	Digitale - en smart inspiratie	42
	3.3.	Verleiden en verrassen met beelden	44
	3.4.	Commercieel verleiden en verrassen	45
	3.5.	Inspireren voor verantwoord en duurzaam reizen	47
	3.6.	Laat zien en vertel	48
	3.7.	Inspirerende bestemmingen	49
	3.8.	Inspirerende hotels, resorts en andere plaatsen om te slapen	50
	3.9.	Inspirerend vervoer	51
	3.10	Samenvatting	52
HOOFDSTUK	4	KLANTENWENSEN	53
	4.1.	Inleiding	53
	4.2.	De klant centraal: Customer centricity en experience	54
	4.3.	Klanttypen in beeld op basis van persona's	56
	4.4.	Travel history van de klant	58
	4.5.	Samenvatting	60



HOOFDSTUK	5	DE TOUROPERATOR	61
	5.1.	Inleiding	61
	5.2.	Wat is een touroperator?	61
	5.3.	Soorten pakketreizen	62
	5.4.	De meerwaarde van een touroperator	71
HOOFDSTUK	6	COMMUNICATIE: INTERNET EN SOCIAL MEDIA	73
	6.1.	Inleiding	73
	6.2.	Zoekmachinemarketing	74
	6.3.	Weblogs	81
	6.4.	Social Media	83
	6.5.	Beoordelingssites	87
HOOFDSTUK	7	COMMERCIELE TEKSTEN SCHRIJVEN	93
	7.1.	Inleiding	93
	7.2.	Wat is het doel en wat is je doelgroep?	93
	7.3.	Hoe spreek je je doelgroep aan?	94
	7.4.	Hoe schrijf je aantrekkelijk en wervend?	95
HOOFDSTUK	8	AUTO	101
	8.1.	Inleiding	101
	8.2.	Fly-drive	102
	8.3.	Autohuur	103
	8.4.	Sunny Cars	104
	8.5.	Samenvatting	104