



|           |      |                                                              |    |
|-----------|------|--------------------------------------------------------------|----|
| HOOFDSTUK | 1    | INSPIRATIE EN DROMEN                                         | 13 |
|           | 1.1. | Inleiding                                                    | 13 |
|           | 1.2. | Digitale- en smart inspiratie                                | 14 |
|           | 1.3. | Verleiden en verrassen met beelden                           | 16 |
|           | 1.4. | Commercieel verleiden en verrassen                           | 17 |
|           | 1.5. | Inspireren voor verantwoord en duurzaam reizen               | 19 |
|           | 1.6. | Laat zien en vertel                                          | 20 |
|           | 1.7. | Inspirerende bestemmingen                                    | 21 |
|           | 1.8. | Inspirerende hotels, resorts en andere plaatsen om te slapen | 22 |
|           | 1.9. | Inspirerend vervoer                                          | 23 |
|           | 1.10 | Samenvatting                                                 | 24 |
| HOOFDSTUK | 2    | KLANTENWENSEN                                                | 25 |
|           | 2.1. | Inleiding                                                    | 25 |
|           | 2.2. | De klant centraal: Customer centricity en experience         | 26 |
|           | 2.3. | Klantentypen in beeld op basis van persona's                 | 28 |
|           | 2.4. | Travel history van de klant                                  | 30 |
|           | 2.5. | Samenvatting                                                 | 32 |
| HOOFDSTUK | 3    | SEARCHING                                                    | 33 |
|           | 3.1. | Inleiding                                                    | 33 |
|           | 3.2. | Prijzen in de reisbranche                                    | 34 |
|           | 3.3. | Zoekmachines en bronnen                                      | 36 |
|           | 3.4. | Online customer journey search                               | 38 |
|           | 3.5. | Bestemmingen                                                 | 38 |
|           | 3.6. | Productkennis vervoer en verblijf                            | 41 |
|           | 3.7. | Samenvatting                                                 | 41 |
| HOOFDSTUK | 4    | BESLUITVORMINGSPROCES                                        | 45 |
|           | 4.1. | Inleiding                                                    | 45 |
|           | 4.2. | Klantcontactstrategie: gunnen van business                   | 46 |
|           | 4.3. | Zekerheden voor de klant                                     | 48 |
|           | 4.4. | Gepersonaliseerde best buys                                  | 50 |
|           | 4.5. | Concurrentie                                                 | 51 |
|           | 4.6. | Samenvatting                                                 | 54 |
| HOOFDSTUK | 5    | BOEKING                                                      | 55 |
|           | 5.1. | Inleiding                                                    | 55 |
|           | 5.2. | Bookingtool                                                  | 56 |
|           | 5.3. | Preferenties en essenties                                    | 58 |
|           | 5.4. | Verzekeringen                                                | 59 |
|           | 5.5. | Van boekingsoverzicht naar factuur                           | 62 |
|           | 5.6. | Online klantgegevens en betalingen via internet              | 68 |
|           | 5.7. | Samenvatting                                                 | 70 |

|           |       |                                                                               |     |
|-----------|-------|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| HOOFDSTUK | 6     | REISVOORBEREIDING TRAVEL ESSENTIALS                                           | 73  |
|           | 6.1.  | Inleiding                                                                     | 73  |
|           | 6.2.  | Reisdocumenten                                                                | 74  |
|           | 6.3.  | Travel health                                                                 | 76  |
|           | 6.4.  | Algemene reisinformatie                                                       | 76  |
|           | 6.5.  | Tickets en vouchers                                                           | 77  |
|           | 6.6.  | Touchpoints                                                                   | 80  |
|           | 6.7.  | Samenvatting                                                                  | 81  |
| HOOFDSTUK | 7     | TRAVELING FAST LANE CHECK-IN                                                  | 83  |
|           | 7.1.  | Inleiding                                                                     | 83  |
|           | 7.2.  | Transfer en check-in                                                          | 84  |
|           | 7.3.  | Vakantie-experience                                                           | 86  |
|           | 7.4.  | Problemen tijdens de reis                                                     | 86  |
|           | 7.5.  | Verantwoord reizen                                                            | 89  |
|           | 7.6.  | Samenvatting                                                                  | 90  |
| HOOFDSTUK | 8     | WEER THUIS                                                                    | 91  |
|           | 8.1.  | Inleiding                                                                     | 91  |
|           | 8.2.  | Napret                                                                        | 92  |
|           | 8.3.  | Customer care                                                                 | 93  |
|           | 8.4.  | Onderweg naar een nieuwe customer journey                                     | 95  |
|           | 8.5.  | Customer loyalty                                                              | 96  |
|           | 8.6.  | Een open oog voor wat er in de wereld gebeurt                                 | 97  |
|           | 8.7.  | Samenvatting                                                                  | 99  |
| HOOFDSTUK | 9     | CITYTRIPS                                                                     | 101 |
|           | 9.1.  | Inleiding                                                                     | 101 |
|           | 9.2.  | Productkenmerken                                                              | 101 |
|           | 9.3.  | Reisbrochuregebruik citytrips                                                 | 107 |
| HOOFDSTUK | 10    | INFORMATIE: VERVOER, VERBLIJF, VERMAAK,<br>VEILIG, VERANTWOORD EN VERNIEUWEND | 117 |
|           | 10.1. | Inleiding                                                                     | 117 |
|           | 10.2. | Vervoer                                                                       | 118 |
|           | 10.3. | Verblijf                                                                      | 122 |
|           | 10.4. | Vermaak                                                                       | 128 |
|           | 10.5. | Veilig en verantwoord toerisme                                                | 135 |
|           | 10.6. | Vernieuwend                                                                   | 138 |
| HOOFDSTUK | 11    | HET VERKOOPGESPREK                                                            | 143 |
|           | 11.1. | Inleiding                                                                     | 143 |
|           | 11.2. | Fasen van het verkoopgesprek                                                  | 143 |
|           | 11.3. | Inleiding van het verkoopgesprek                                              | 144 |
|           | 11.4. | Kern van het verkoopgesprek                                                   | 145 |
|           | 11.5. | Afronding van het verkoopgesprek                                              | 151 |
|           | 11.6. | Soorten boekingen                                                             | 153 |
|           | 11.7. | Vorbereiding verkoopgesprek                                                   | 154 |
| HOOFDSTUK | 12    | HOTELKAMERS EN TARIEVEN                                                       | 163 |
|           | 12.1. | Inleiding                                                                     | 163 |
|           | 12.2. | Kamersoorten                                                                  | 163 |
|           | 12.3. | Speciale kamers                                                               | 168 |
|           | 12.4. | Aankomst- en vertrektijden                                                    | 269 |
|           | 12.5. | Kamertarieven (rates)                                                         | 170 |
|           | 12.6. | Meal plan                                                                     | 171 |

|           |       |                                                                   |     |
|-----------|-------|-------------------------------------------------------------------|-----|
| HOOFDSTUK | 13    | HOUSEKEEPING                                                      | 175 |
|           | 13.1. | Inleiding                                                         | 175 |
|           | 13.2. | Afdeling rooms division                                           | 178 |
|           | 13.3. | Organisatie van rooms division                                    | 180 |
|           | 13.4. | Wat is housekeeping?                                              | 181 |
|           | 13.5. | Organisatie van de afdeling housekeeping                          | 181 |
|           | 13.6. | Housekeeping en communicatie                                      | 187 |
| HOOFDSTUK | 14    | DE TOUROPERATOR                                                   | 191 |
|           | 14.1. | Inleiding                                                         | 191 |
|           | 14.2. | Wat is een touroperator?                                          | 191 |
|           | 14.3. | Soorten touroperators                                             | 192 |
|           | 14.4. | Soorten pakketreizen                                              | 193 |
|           | 14.5. | De meerwaarde van een touroperator                                | 202 |
| HOOFDSTUK | 15    | PRODUCTPLAN: TERUGBLIKKEN EN ANALYSEREN                           | 205 |
|           | 15.1. | Inleiding                                                         | 205 |
|           | 15.2. | Bedrijfsfilosofie met bijbehorende uitgangspunten                 | 206 |
|           | 15.3. | Analyseren van het afgelopen jaar                                 | 208 |
| HOOFDSTUK | 16    | PRODUCTPLAN: VOORUITKIJKEN, KANSEN EN KEUZES                      | 221 |
|           | 16.1. | Inleiding                                                         | 221 |
|           | 16.2. | Aanbodmogelijkheden (opportunities)                               | 222 |
|           | 16.3. | Verantwoord toerisme                                              | 223 |
|           | 16.4. | Margestrategie                                                    | 236 |
|           | 16.5. | Conclusie: formuleren van concrete (sub)doelen                    | 238 |
| HOOFDSTUK | 17    | INKOOP EN CONTRACTEN                                              | 241 |
|           | 17.1. | Inleiding                                                         | 241 |
|           | 17.2. | Inkoopplan                                                        | 242 |
|           | 17.3. | Prijsafspraken en kortingsregelingen                              | 244 |
|           | 17.4. | Accommodatiecontracten                                            | 248 |
|           | 17.5. | Vervoerscontracten (bus, airline en trein)                        | 258 |
|           | 17.6. | Agentencontracten                                                 | 270 |
| HOOFDSTUK | 18    | REISARRANGEMENT EN PRIJSBEREKENING                                | 277 |
|           | 18.1. | Inleiding                                                         | 277 |
|           | 18.2. | Reisarrangement samenstellen                                      | 277 |
|           | 18.3. | Kostprijscalculatie                                               | 281 |
|           | 18.4. | Break-even point en het bepalen van het minimum aantal deelnemers | 284 |
|           | 18.5. | Bepalen van de commerciële verkoopprijs                           | 286 |
|           | 18.6. | Het definitief prijzen van een reis                               | 291 |
| HOOFDSTUK | 19    | DE REISVOORBEREIDING                                              | 297 |
|           | 19.1. | Inleiding                                                         | 297 |
|           | 19.2. | Vastleggen van programmaonderdelen                                | 297 |
|           | 19.3. | Checken van materialen                                            | 299 |
|           | 19.4. | Instrueren van medewerkers                                        | 299 |
|           | 19.5. | Draaiboek opstellen                                               | 302 |
|           | 19.6. | Samenstellen reisbescheiden                                       | 306 |
|           | 19.7. | Hotelinformatiemap                                                | 307 |
| HOOFDSTUK | 20    | DE DISTRIBUTIEMIX VAN EEN TOUROPERATOR                            | 309 |
|           | 20.1. | Inleiding                                                         | 309 |
|           | 20.2. | Indeling touroperators op basis van distributie-mix               | 309 |
|           | 20.3. | Online                                                            | 310 |
|           | 20.4. | Online+                                                           | 311 |
|           | 20.5. | Online+ met shop-in-shop                                          | 312 |
|           | 20.6. | Online+ met closed shop                                           | 314 |
|           | 20.7. | Online+ met open retail                                           | 315 |

|                  |       |                                                          |     |
|------------------|-------|----------------------------------------------------------|-----|
| HOOFDSTUK        | 21    | PROMOTIE-INSTRUMENTEN                                    | 319 |
|                  | 21.1. | Inleiding                                                | 319 |
|                  | 21.2. | De reisbrochure                                          | 319 |
|                  | 21.3. | De website                                               | 324 |
|                  | 21.4. | Advertenties                                             | 328 |
|                  | 21.5. | Social media                                             | 333 |
|                  | 21.6. | Nieuwsbrief                                              | 335 |
|                  | 21.7. | Inspiratie magazines                                     | 337 |
|                  | 21.8. | Consumentenbeurzen                                       | 338 |
|                  | 21.9. | Klanteninformatiedagen                                   | 342 |
| HOOFDSTUK        | 22    | COMMERCIELE TEKSTEN SCHRIJVEN                            | 345 |
|                  | 22.1. | Inleiding                                                | 345 |
|                  | 22.2. | Wat is het doel en wat is je doelgroep?                  | 345 |
|                  | 22.3. | Hoe spreek je je doelgroep aan?                          | 346 |
|                  | 22.4. | Hoe schrijf je aantrekkelijk en wervend?                 | 347 |
| HOOFDSTUK        | 23    | BEELDMATERIAAL SELECTEREN                                | 353 |
|                  | 23.1. | Inleiding                                                | 353 |
|                  | 23.2. | Wat is het doel van de foto?                             | 353 |
|                  | 23.3. | Kies een foto die past bij het onderwerp en de doelgroep | 354 |
|                  | 23.4. | Zorg voor afwisseling in het beeldmateriaal              | 354 |
|                  | 23.5. | Gebruik beeldmateriaal van goede kwaliteit               | 356 |
|                  | 23.6. | Logo's                                                   | 358 |
|                  | 23.7. | Kaartmateriaal                                           | 360 |
| PRAKTIJKOPDRACHT |       | P4-K1 REALISEERT COMMERCIEEL AANBOD                      | 363 |