

## Uitdagende tijden voor de reisaanbieder

**Een positief reisadvies vanuit een onafhankelijke instantie is voor de meeste consumenten de belangrijkste bron van informatie. Voor de keuze van een reisaanbieder is een goede reputatie en betrouwbaarheid belangrijker dan een lage prijs. Dit blijkt uit het nieuwste onderzoek van Webloyalty dat tijdens eTravel werd gepresenteerd. Guy Chiswick, managing director Noord-Europa van Webloyalty, geeft een toelichting.**

Politieke ontwikkelingen, angst voor aanslagen, natuurrampen en geweld spelen mee in de overweging bij het kiezen van een bestemming. Ruim 35 procent van de consumenten geeft aan bestemmingen over te slaan waar het recent (het afgelopen jaar) onrustig is geweest en 33 procent zal nooit naar een land gaan dat politiek instabiel is. In geval van aanslagen of natuurrampen laat 88 procent van de consumenten weten van bestemming te willen wisselen.

Ruim driekwart van de consumenten boekt de vakantie online. Slechts 3 procent brengt regelmatig een bezoek aan het reisbureau. Ook wordt de reisaanbieder laat in het proces betrokken, wanneer de klant al weet wat en hoe hij wil reizen. Van reisaanbieders wordt ver-

wacht dat zij steeds meer fungeren als informatiepunt. Het bieden van flexibiliteit, pro-activiteit en het leveren van volledige informatie zijn vereisten voor reizigers in geval van calamiteiten.

### Wat kunnen reisaanbieders doen om de klant meer vertrouwen te geven?

'Een goede reputatie en betrouwbaarheid zijn de belangrijkste redenen om voor een reisorganisatie te kiezen. Daarbij hechten jongeren veel waarde aan klantenreviews. Een eerdere positieve ervaring kan natuurlijk goed meespelen.'

### Wat wordt er verwacht van de reisaanbieder?

'Nederlandse boekers verwachten van de reisaanbieder dat

deze handelt naar het feit dat er zorgen leven. Flexibiliteit, pro-activiteit, goede informatie en alternatieven zijn hierbij belangrijk. Boekt iemand in januari een reis voor in juli, maar gebeurt er in juni een ernstige calamiteit? Dan wil de klant opties hebben. Ook annulering op korte termijn moet mogelijk zijn.'

### Hoe kan de reisaanbieder de juiste informatie verschaffen?

'Het is voor reisaanbieders zeer belangrijk te denken in segmenten. Elke doelgroep heeft eigen wensen en behoeften. Jongeren richten zich vooral op aanbieders die lage prijzen hebben. Zij hechten veel waarde aan klantenreviews, terwijl de 65-plussers relatief vaak op zoek gaan naar informatie over bestemmingen. Ook is de mogelijkheid tot persoonlijk contact erg belangrijk.'



Guy Chiswick, managing director Noord-Europa van Webloyalty.

## Wat een feest voor de klant!

Elk jaar duiken we met elkaar in een last minute hausse, maar het lijkt dit jaar wel dubbelop! De consument wordt dagelijks gevoed met talloze off- en online advertenties, hij kan letterlijk en figuurlijk zijn slag slaan. De tv-commercials verdringen elkaar en je kunt geen radiostation kiezen of je hoort de meest uiteenlopende spots. Elke aanbieder vindt zich de beste en de goedkoopste en ik zie al maanden kortingsacties die steeds interessanter worden voor de klant. Nu blijkt dat in vergelijking tot vorig jaar meer Nederlanders hun vakantiegeld besteden aan een vakantie, lijkt de spreekwoordelijke beer los. Met stijgende verbazing zie ik het prijsniveau dalen. Madeira voor 139 euro, Ohrid voor 199 euro. Wat een feest voor de klant! Het lijkt me heerlijk als je het uitsluitend vanuit klantperspectief kunt bekijken. Je hebt een enorme keuze, je hoeft je niet af te vragen of de partij waar je een reis boekt er überhaupt nog iets aan overhoudt, het zal jou een zorg zijn. Geen nood, zolang er maar een SGR-dekking van toepassing is. En gelijk heeft de klant. Wij bepalen per slot van rekening met z'n allen hoe diep we gaan, toch? Eerlijk is eerlijk, ik verbaas me soms ook over ons prijsniveau. Drie dagen naar Praag, per vliegtuig, goed hotel en dat voor 95 euro! Hoe is het mogelijk. Maar gelukkig zijn er ook voldoende klanten die niet alleen op prijs maar vooral op inhoud kiezen. Zojuist enkele groepen welkom thuis geheten. In koor klonk het 'volgende keer weer'. Dat is voor mij pas feest!

Coby van Dongen

