

BACKOFFICE IN TOERISME EN RECREATIE



Theorieboek

Serienummer:

Licentie:

Voor het activeren van deze licentie kijk je op de volgende pagina.

Te activeren tot:

INLOGGEN OP DE METHODESITE

Voor in dit boek vind je de licentie voor de methodesite van Tendens Toerisme & Recreatie: www.tendens-tr.nl. Op deze methodesite vind je video's en aanvullende bronnen ter ondersteuning van de theorie.

Beschrijving inlogproces

Als je voor het eerst wilt inloggen op de methodesite, moet je eerst de licentie activeren. Deze licentie vind je voor in het boek. De licentie is 24 maanden geldig vanaf het moment waarop je deze hebt geactiveerd.

Hoe moet je de licentie activeren?

- Open je browser en ga naar licentie.edu-actief.nl.
- Op deze pagina staan vier lege vakken. Vul hier de licentiecode in. De licentie bestaat uit 4 maal 6 tekens en is niet hoofdlettergevoelig.
- Klik op de knop 'Activeren' en volg de verdere instructies op de website.

Met behulp van je gebruikersnaam en wachtwoord kun je inloggen op de methodesite www.tendens-tr.nl.

WERKEN MET WWW.TENDENS-TR.NL

Wanneer je wordt verwezen naar een video of andere soort bron op de methodesite, doe je het volgende:

- Ga naar www.tendens-tr.nl.
 - Klik op 'Studentenmateriaal'.
 - Kies voor 'Toerisme en recreatie basis' en 'Theorieboeken'.
 - Filter vervolgens bij 'Boek' op 'Backoffice in toerisme en recreatie' om alleen de materialen bij dit theorieboek te zien.
 - Wil je de selectie verder verfijnen, dan kun je dit doen door te filteren op hoofdstuk of bronsoort.
-

COLOFON

Uitgeverij: Edu'Actief b.v.
0522-235235
info@edu-actief.nl
www.edu-actief.nl

Auteur: Tineke Ras-Marees
Inhoudelijke redactie: Perry van Milt
Omslagfoto: Erik Karst Fotografie
Foto's: HotelConcepts, Shutterstock.com, Thomas Cook

In samenwerking met: Fadiro (www.fadiro.nl) aanbieder van BAS, Itesso (www.itesso.com) aanbieder van HotelConcepts en Itesso ELS, LeisureKing (www.leisureking.eu) aanbieder van LeisureKing, en Stratech (www.stratech.nl) aanbieder van Stratech-RCS

Titel: Theorieboek Backoffice in toerisme en recreatie
ISBN: 978 90 3722 850 2

© Edu'Actief b.v. 2016

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op www.edu-actief.nl.

INHOUDSOPGAVE

Over dit boek	5
1. De voorraad bijhouden	7
1.1 Over voorraad gesproken	7
1.2 Voorraadbeheer	11
1.3 Voorraadsystemen	17
1.4 Nieuwe voorraad bestellen	20
1.5 Trends en ontwikkelingen	33
2. Informatie verzamelen en verwerken	34
2.1 Het belang van goede informatie	34
2.2 Marketing en public relations	42
2.3 Informatie verzamelen	46
2.4 Afstemming op doelgroepen en distributiekkanalen	63
2.5 Trends en ontwikkelingen	67
3. Financiële administratie bijhouden en transacties afhandelen	69
3.1 Financiële processen	69
3.2 Facturen en kassabonnen	75
3.3 Betalingen en betalingsgegevens	83
3.4 Trends en ontwikkelingen	91
4. De administratie bijhouden	93
4.1 Over administratie gesproken	93
4.2 Administratieve backofficetaken	107
4.3 Administratie van klachten en klanttevredenheid	121
4.4 Trends en ontwikkelingen	129
5. Voorstellen doen voor aftersales en aanpassing van de dienstverlening	130
5.1 Belang van aftersales	131
5.2 Gegevens voor het dossier	134
5.3 Trends en ontwikkelingen voor aftersales	136
5.4 Verwerken en analyseren	140
5.5 Klant-/gasttevredenheid	142
5.6 Trends en ontwikkelingen	146
Trefwoordenlijst	148

OVER DIT BOEK

Methode Tendens Toerisme & Recreatie

Backoffice. Kun je je daar al een voorstelling bij maken? Zie je wellicht iemand in een donker kamertje weggestopt dorre en suffe taken uitvoeren? Mis!

Backoffice heeft niet zo zeer te maken met de locatie, de plaats waar je werkt, als wel met de werkzaamheden. Wáár je die werkzaamheden uitvoert, kan namelijk heel verschillend zijn: aan de frontofficebalie, aan een bureau in het zicht van de balie of in een aparte ruimte die wel of niet verbonden is met de balie.

Het gaat in dit backofficeboek om taken die je uitvoert zonder dat je zelf rechtstreeks commercieel contact hebt met de klanten of gasten. Het kunnen wel werkzaamheden zijn die in het belang zijn van de klant/gast, zoals het verzamelen van informatie voor de klant/gast of zorgen dat er van alles voldoende voorraad is.

Het is per branche en zelfs per bedrijf verschillend hoe de taken tussen front- en backoffice verdeeld worden. Het kan zijn dat er een strikte scheiding is. Maar veel vaker komt het voor dat je als frontofficemedewerker ook backofficetaken verricht.

Het boek *Backoffice in toerisme en recreatie* is onderdeel van de methode **Tendens Toerisme & Recreatie**. Tendens Toerisme en Recreatie is een mbo-lesmethode gebaseerd op het Kwalificatiedossier Travel, Leisure & Hospitality. Opdrachten staan in context specifieke werkboeken, terwijl je de bijbehorende theorie in algemene theorieboeken terugvindt. Binnen Tendens Toerisme & Recreatie staan vijf contexten centraal: reisbranche, hotel, verblijfsrecreatie, dagrecreatie en toeristisch informatiebedrijf.

Indeling van het boek

In *Backoffice in toerisme en recreatie* staat de kerntaak *Voert administratie en financiële processen uit* centraal. De volgende werkprocessen worden in afzonderlijke hoofdstukken behandeld:

1. De voorraad bijhouden
2. Informatie verzamelen en verwerken
3. Financiële administratie bijhouden en transacties afhandelen
4. De administratie bijhouden
5. Voorstellen doen voor aftersales en aanpassing van de dienstverlening.

Elk hoofdstuk eindigt met de paragraaf Trends en ontwikkelingen. In deze paragraaf maak je kennis met de belangrijkste nieuwe ontwikkelingen. Aan deze paragraaf is een dossier Actualiteit gekoppeld, voor voorbeelden en de nieuwste trends. Dit dossier vind je op de methodewebsite.

Combinatie met werkboeken

Dit theorieboek kan worden gebruikt in combinatie met de volgende werkboeken:

- Backoffice reisbranche
- Backoffice hotel
- Backoffice verblijfsrecreatie
- Front- en backoffice dagrecreatie
- Front- en backoffice toeristisch informatiebedrijf.

In de werkboeken vind je vragen en opdrachten.

Relatie met andere theorieboeken

Dit theorieboek heeft een relatie met de volgende theorieboeken:

- Toerisme en recreatie | branche en beroep (met eigen werkboek)
- Frontoffice in toerisme en recreatie (met verschillende eigen werkboeken)
- Communicatie in toerisme en recreatie | online & offline
- Bestemmingen: Nederland en de buurlanden
- Producten en diensten voor toerisme en recreatie.

Wanneer je een ander theorieboek of een ander hoofdstuk in dit theorieboek kunt raadplegen voor verdiepende of aanvullende informatie, staat er een pictogram in het theorieboek. Bij dit pictogram lees je waar je meer informatie kunt opzoeken:



TITEL VAN HET THEORIEBOEK DAT JE KUNT RAADPLEGEN

Hier lees je in welke paragraaf je de informatie kunt vinden.

Methodesite Tendens Toerisme & Recreatie

Wanneer je de methodesite kunt raadplegen, staat er een pictogram in het theorieboek. Bij dit pictogram lees je welke bron je kunt opzoeken. Je komt in dit boek twee verschillende pictogrammen tegen:



BRON OP WWW.TENDENS-TR.NL

Hier lees je wat voor soort bron kunt opzoeken en welke dit is.



VIDEO OP WWW.TENDENS-TR.NL

Hier lees je welke video je kunt bekijken.

1. DE VOORRAAD BIJHOUDEN



Het is belangrijk dat de voorraad bij de frontoffice op peil is. Je kunt op die manier voorkomen dat je 'nee' moet verkopen. Toch wil je ook niet een al te grote voorraad houden. Dat brengt namelijk risico's met zich mee, bijvoorbeeld bederf. Het goed omgaan met bederfelijke producten en tijdig de juiste hoeveelheid producten inkopen is een backoffice-taak, die direct van invloed is op de verkoop aan de frontofficebalie, dus op de omzet van je bedrijf.

Je leert over de volgende onderwerpen:

- over voorraad gesproken
- voorraadbeheer
- voorraadssystemen
- nieuwe voorraad bestellen
- trends en ontwikkelingen.

1.1 OVER VOORRAAD GESPROKEN

Voor je van alles over voorraadbeheer gaat leren, is het goed om te bepalen wat voorraad precies is. Een goede definitie is:

VOORRAAD

Voorraad is de hoeveelheid producten en diensten die een bedrijf voorhanden heeft om daaruit te verkopen, te verhuren of te informeren en te adviseren.

Producten en diensten zijn samen het complete aanbod dat je kunt verkopen. Verkopen moet je daarbij steeds in een brede context lezen: verkopen is ook verhuren, informeren en adviseren. Je verkoopt je product, of dat nu een artikel, een reis of je stad is. Je hebt dat aanbod 'voorhanden', 'op voorraad'.

1.1.1 TASTBAAR EN NIET-TASTBAAR

Het lastige in de branches toerisme en recreatie is dat je het aanbod niet altijd in je handen kunt pakken: het is niet tastbaar. Iemand die via de website een hotelkamer boekt of bij een reisbureau een maatwerkreis bespreekt en reserveert, koopt als het ware een product dat hij niet kan beetpakken en meenemen. Hij krijgt een bevestiging van iets waarvan hij pas later gebruik gaat maken. De klant/gast koopt een reis, een droom, een beleving. Kun je die 'op voorraad' houden? Het antwoord is 'ja'.

Niet-tastbare producten

Een (meestal digitaal) voorraadsysteem houdt de voorraad van niet-tastbare producten voor je bij. In een hotelreserveringssysteem kun je het aantal beschikbare kamers opzoeken voor een bepaalde datum, in een reserveringssysteem van een touroperator of in een GDS kun je opzoeken hoeveel accommodaties (kamers of bungalows bijvoorbeeld) en hoeveel vliegtuigstoelen er beschikbaar zijn voor de (maatwerk)reis van je klant. De klant/gast kan dit niet altijd zien, tenzij je het reserveringsscherm tijdens het verkoopgesprek naar je klant/gast draait als hij bij je aan de balie zit.

Het kan voorkomen dat je te zien krijgt dat er geen kamer, reis of vliegticket te boeken is. Dat zie je als frontofficemedewerker tijdens het verkoopgesprek. Je hebt de voorraad niet altijd zelf in de hand, want je verkoopt producten en diensten van andere leveranciers, zoals een hotel, touroperator of luchtvaartmaatschappij.

NOG MEER VOORBEELDEN

Eén van de kenmerken van de sectoren toerisme en recreatie is dat je veel te maken krijgt met niet-tastbare producten. Daarom nog een paar voorbeelden:

- bij een outdoorcentrum verkoop je activiteiten
- aan de activiteitenbalie schrijf je gasten in voor activiteiten van het recreatieteam
- bij een reisbureau verkoop je reizen
- bij een touroperator stel je reizen samen die je zo zichtbaar mogelijk maakt met tekst en beeldmateriaal
- bij een VVV verkoop je je stad en regio
- bij een hotel verkoop je kamers en zalen
- in de verblijfsrecreatie verkoop je bungalows en staanplaatsen
- bij een groepsaccommodatie verkoop je zalen, kamers of kookfaciliteiten.

Tastbare producten

Tastbare producten zijn producten die je 'over de toonbank' kunt aanreiken. De klant/gast neemt ze mee of krijgt ze thuisbezorgd. De klant/gast kan de producten vasthouden en bekijken. En bij de frontoffice verdwijnt een exemplaar van een product uit het schap, uit een vitrine of uit een kast. Je hebt een exemplaar minder, en als je nog meer van dat product verkoopt, is je voorraad zichtbaar op. De klant/gast ziet ook hoeveel producten er nog zijn, of in het ergste geval: hij kan misgrijpen omdat er niets meer ligt.

VOORBEELDEN TASTBARE PRODUCTEN

Vaak verkoop je tastbare én niet-tastbare producten. Enkele voorbeelden van tastbare producten:

- bij een outdoorcentrum verkoop of verhuur je bijvoorbeeld sportattributen
- aan de activiteitenbalie leen je tafeltennisbats uit en verkoop je pingpongballetjes
- bij een reisbureau verkoop je aan reizen gerelateerde artikelen, zoals kussentjes voor in het vliegtuig, maar je geeft ook gratis vakantiereisgidsen mee
- bij een touroperator verstrek je gratis informatiemateriaal of een folder met informatie over de gekozen bestemming
- bij een VVV verstrek je folders, routes enzovoort, al dan niet gratis
- bij een hotel verkoop je in de frontofficeshop souvenirs of versnaperingen
- in de verblijfsrecreatie verkoop je bij de frontoffice streekproducten, routebeschrijvingen en misschien ook wel vaatwastabletten
- bij een groepsaccommodatie verhuur je wellicht ook fietsen of pony's.

In beide gevallen kun je te maken krijgen met voorraadbeheer en voorraadbeleid.

1.1.2 VERSCHILLEN EN OVEREENKOMSTEN IN DE BRANCHES

Het verschil tussen tastbaar en niet-tastbaar kom je tegen bij alle contexten waarover dit boek gaat. Een frontofficemedewerker verkoopt, verhuurt of verstrekt die producten en diensten en kan als backofficetaak te maken krijgen met het bijhouden van de voorraad.

Reisbranche

Je verkoopt in de reisbranche veel vanuit een digitale, niet-tastbare voorraad, namelijk reizen, accommodaties, vervoertickets, excursies. Maar je hebt ook tastbare voorraad: de brochures en reisgidsen. Dat is vaak gratis materiaal, maar je moet ook dat op voorraad hebben. Misschien verkoop je in een stenen reisbureau ook vliegtuigkussentjes of oordopjes.

Hotel

Bij een hotel verkoop je vanuit je digitale omgeving de kamers en vergaderzalen met allerlei aanvullende diensten, zoals wificodes. Maar vaak heeft een hotel ook een bescheiden winkeltje met bijvoorbeeld aandenkens (souvenirs) van het hotel, streekproducten, kaarten en gidsen van de omgeving en wat snoepgoed. Daarnaast heb je vaak een informatiestandaard met gratis folders van bezienswaardigheden in de omgeving.



In de reisbranche houd je zitplaatsen in een vliegtuig op voorraad.



Bij een hotel houd je ook aanvullende diensten op voorraad, zoals fietsen om te verhuren.

Verblijfsrecreatie

Je verkoopt in de verblijfssector bungalows, staanplaatsen voor tenten of caravans, logiesmogelijkheden in groepsaccommodaties enzovoort. Daarnaast heb je wellicht wat veelgevraagde artikelen bij de receptie te koop. Bijvoorbeeld streekproducten, vaatwastabletten, verse broodjes, kaarten, (gratis) informatiemateriaal en, gidsen van de omgeving en ijsjes.

Activiteitenbalie

Aan de activiteitenbalie verkoop je als recreatiemedewerker verschillende activiteiten: je schrijft gasten bijvoorbeeld in voor deelname aan een programmaonderdeel. Je leent ook spullen uit, zoals badmintonrackets, en je verhuurt materialen of andere producten, zoals tennisrackets en tennisbanen. Misschien verkoop je ook artikelen met of over de mascotte van je park: knuffels, T-shirts, spelletjes enzovoort.



Bij een camping houd je hoofdzakelijk standplaatsen op voorraad.



Je voorraad bij de activiteitenbalie is bijvoorbeeld het aantal plaatsen bij een sporttoernooi.

Toeristische informatiesector

De toeristische informatiesector is de sector met de meeste tastbare producten. Een mix van gratis materiaal en verkoopmateriaal: bijvoorbeeld folders, gidsen, kaarten, souvenirs, streekproducten, kleding, maar ook arrangementen en reizen.

Dagrecreatie

De dagrecreatiesector is heel divers. Bij sport- en outdoorcentra verkoop je digitale, niet-tastbare producten (reserveringen van een sportfaciliteit, bijvoorbeeld) en tastbare producten, bijvoorbeeld sportartikelen. Bij attractieparken verkoop je tickets, maar je hebt vaak ook een winkeltje met knuffels, boeken, ansichtkaarten en andere souvenirs. Bij een ticket geef je vaak ook informatiemateriaal, al dan niet gratis.



Bij een VVV houd je onder meer souvenirs op voorraad.



Bij een bioscoop houd je zitplaatsen bij een filmvoorstelling op voorraad.

Webwinkels

Veel bedrijven hebben tegenwoordig ook een webshop, of de mogelijkheid om online te boeken of te kopen. De producten en diensten die het bedrijf op die manier verkoopt, moet het bedrijf uiteraard ook op voorraad hebben.

Vertrektijd heen	05:10	Vertrektijd terug	11:25
Amsterdam - Preveza (Lefkas) (Transavia)		Preveza (Lefkas) - Amsterdam (Transavia)	
Hier zie je alleen de goedkoopste beschikbare vlucht. In stap 2 van het boekingsproces kan je alle beschikbare vluchten zien.			
Reissom	€ 1730,00		
2 x Verblijf: Logies	inclusief		
1 x Autotype Mini	inclusief		
2 x Heenvlucht (Transavia)	inclusief		
2 x Terugvlucht (Transavia)	inclusief		
Reserveringskosten (1 x € 30,00)	€ 30,00		
Calamiteitenfonds (1 x € 2,50)	€ 2,50		
Totaal	€ 1762,50		
(Gemiddeld pp)	€ 881,25		
Nog 1 kamer beschikbaar		Boek deze vakantie	

Een online touroperator toont vaak de voorraad vliegtuigstoelen en accommodaties aan de klant.

1.2 VOORRAADBEHEER

In de frontoffice verkoop je van alles. Omzet draaien is in alle branches belangrijk, ook in toerisme en recreatie. Dat wat je wilt verkopen, moet dan wel op voorraad zijn. Voorraadbeheer is dan ook een belangrijke backofficetaak.

VOORRAADBEHEER

Voorraadbeheer is ervoor zorgen dat het bedrijf waarvoor je werkt altijd voldoende producten en diensten op voorraad heeft.

1.2.1 WAAROM VOORRAAD?

De hoofdreden om voorraad te hebben, is dat je nooit 'nee' wilt en mag verkopen. Verkopen is omzet en van de omzet moet je bedrijf het hebben.

In sommige gevallen is je voorraad beperkt en geldt op=op. Een hotel heeft bijvoorbeeld 65 kamers en als die kamers allemaal geboekt zijn, dan is er geen kamer meer te reserveren. Je kunt op dat moment niet aan de wens van de klant/gast voldoen, maar moet op zoek gaan naar een alternatief.



FRONTOFFICE IN TOERISME EN RECREATIE

Wil je meer weten over het aanbieden van alternatieven? Bestudeer dan paragraaf 3.3 Alternatieven aanbieden.



Wil je meer weten over voorraadbeheer? Bekijk dan de video 'Voorraadbeheer'.

Om te bepalen hoeveel voorraad je moet hebben, moet je rekening houden met:

- levertijd
- mogelijke verkoop
- profiteren van een lage inkoopprijs
- verpakkingseenheid en minimumafname
- bestelkosten.

Levertijd

Levertijd is het verschil tussen het moment dat je iets bestelt bij een leverancier en het moment dat de leverancier het bestelde levert. Die levertijd is per leverancier verschillend en kan variëren van binnen 24 uur tot weken, of zelfs maanden. Aangezien je geen 'nee' wilt verkopen, moet je al bestellen voordat je door de voorraad heen bent. Een bijkomend probleem is dat de levertijd ook kan verschillen, bijvoorbeeld door seizoensdrukke of een storing in de productie. En als je jam van de nieuwe oogst wilt bestellen voor je winkeltje met streekproducten, moet je toch echt wachten tot de nieuwe oogst er is...

Mogelijke verkoop

De verkoop (of afname) van je producten of diensten is uiteraard een onzekere factor. Hoe weet je hoeveel je gaat verkopen? Komen er acties of onverwachte situaties? Onzekerheid over de afname is een reden om voorraad te houden. Je kunt een gemiddelde afname berekenen, maar je moet pieken in de verkoop kunnen opvangen.

VOORBEELD PARAPLU EN REGEN

Je verkoopt paraplu's in de frontoffice. Gemiddeld verkoop je er twee per week. Nu is het hoogzomer en je krijgt te maken met extreme regenval. De kans dat je snel door je voorraad heen bent is aanwezig als je alleen rekening houdt met het gemiddelde. Natuurlijk is het toch wel fijn als je je klant/gast een paraplu kunt verkopen, en daarom houd je rekening met onzekere factoren bij de verkoop.

Profiteren van een lage inkoopprijs

Je kunt ook voorraad houden of meer op voorraad nemen als de leverancier een lage inkoopprijs aanbiedt. Hij heeft bijvoorbeeld een actie en biedt een percentage korting aan. Het is dan verleidelijk om meer in te kopen dan je op korte termijn echt nodig hebt.

Verpakkingseenheid en minimumafname

Niet alles is per stuk te koop. Soms moet je een doos van iets afnemen, of heb je te maken met een minimumafname. Je moet dan vaak net iets meer inkopen dan je nodig hebt, waardoor (extra) voorraad ontstaat.

Bestelkosten

Bestelkosten kunnen aardig oplopen. In de leveringsvoorwaarden van een leverancier staat echter vaak dat bestellingen boven een bepaald bedrag gratis worden geleverd. Het is dan verleidelijk om iets meer te bestellen dan je strikt genomen nodig hebt. Je bespaart dan op de bestel- of leveringskosten, maar hebt wel meer voorraad. Dan kan ook risico's met zich meebrengen, zeker bij producten die kunnen bederven.

1.2.2

SOORTEN VOORRAAD

Om goed te kunnen werken met voorraadsystemen en tijdig voorraden aan te vullen, is het belangrijk dat je de verschillende soorten voorraad kunt onderscheiden.

Je hebt verschillende soorten voorraad:

- de reguliere of roulerende voorraad, waarmee je aan de normale, verwachte vraag kunt voldoen. Deze voorraad houdt geen rekening met onverwachte, speciale acties of aanbiedingen.
- de veiligheidsvoorraad, waarmee je ook aan onverwachte schommelingen in de normale vraag kunt voldoen. Hiermee kan een onverwacht lange levertijd door bijvoorbeeld een storing in de productie opgevangen worden, of een onverwachte vraag door een speciale actie. Dit type voorraad heet ook wel de 'ijzeren voorraad'.
- de seizoenvoorraad, waarmee je een verwachte verhoogde vraag in een bepaalde periode in het jaar kunt opvangen. Hieronder valt ook de voorraad die je nodig denkt te hebben bij van tevoren geplande acties.
- de pijplijn- of transitvoorraad is de voorraad die je al besteld hebt, maar die nog onderweg is.
- allotment is de voorraad die je via een overeenkomst krijgt van een hotel of luchtvaartmaatschappij om voor een bepaalde periode een aantal plaatsen (kamers, stoelen) op voorraad te krijgen. Ben je door de voorraad heen, dan kun je eventueel extra plaatsen aanvragen.
- de technische voorraad is de voorraad die op een bepaald moment werkelijk aanwezig is, de fysiek aanwezige voorraad.
- de economische voorraad is de technische voorraad (die dus daadwerkelijk aanwezig is), waarbij de lopende (al gereserveerde) bestellingen zijn opgeteld en waarvan de lopende verkopen zijn afgetrokken.

Minimale en maximale voorraad

Veel organisaties werken met een minimale en een maximale voorraad, aantallen of percentages die de leidinggevende of het management bepaalt en vastlegt in een procedure.

De minimale voorraad is de voorraad die je nog minstens in verkoop moet hebben. Is de minimale voorraad bereikt, dan moet er worden besteld. Geautomatiseerde systemen kunnen daar meestal overzichten van printen. Een keer per bepaalde periode vraag je dan de gewenste gegevens op en het systeem komt met een overzicht van artikelen die de minimale voorraad hebben bereikt. Het systeem kan ook een signaal afgeven op het moment dat de minimale voorraad bereikt is. De minimale voorraad moet ervoor zorgen dat je nooit 'nee' hoeft te verkopen!

Meer dan de maximale voorraad mag er nooit voorradig zijn. De maximale voorraad wordt vastgesteld aan de hand van gegevens over verkochte producten/diensten, verwachtingen, kosten en opslagcapaciteit.

Er zijn verschillende redenen voor het vaststellen van een maximale voorraad:

- de beschikbare ruimte voor opslag: je moet je voorraad ergens kunnen neerzetten
- de houdbaarheid (actualiteit van de folders, bederfelijkheid van bijvoorbeeld voedingsmiddelen)
- het budget: je moet voldoende financiën hebben om voorraad in te kopen.

1.2.3 VOORRAADKOSTEN

Waarom is de hoeveelheid voorraad nu zo belangrijk? Dat heeft alles te maken met kosten en risico. Artikelen op voorraad houden, betekent immers artikelen zelf inkopen. Die moeten eerst betaald worden, voordat ze (in de verkoop) weer wat opleveren. Voorraad houden betekent dus investeren, maar ook renteverlies. Als je alles wat in een winkel staat in geld uitrekent en dat bedrag wegzet op een spaarrekening of in een belegging, dan krijg je daar rente over. Je begrijpt dat het risico ook altijd voor de ondernemer of manager is. Als je te veel hebt ingekocht en je kunt de artikelen om de een of andere reden niet verkopen, dan lijdt je verlies. Je hebt immers zelf al betaald! Het risico bij het houden van voorraad is dus groot.

Verder heeft voorraad ruimte nodig. Je moet een magazijn of een opslagplaats hebben waar je alles kwijt kunt. Die vierkante meters moet je wel hebben, en natuurlijk ook schoonhouden en van licht en warmte of koeling voorzien. Dat alles kost geld en moet in feite door de verkoop weer terugverdiend worden.

Consignatie en allotments

Het houden van voorraad kost geld. Voor tastbare producten heb je de mogelijkheid om een consignatieovereenkomst af te sluiten. In de reiswereld kun je te maken krijgen met allotments.

Consignatie

Consignatie kan uitkomst bieden om de voorraadkosten van fysieke, tastbare producten laag te houden. Bij consignatie krijgt een verkooppunt producten van de leverancier van dat product, die het verkooppunt pas hoeft te betalen als de producten daadwerkelijk verkocht zijn.

Bij consignatie heb je dus geen ingekochte voorraad. Je hebt geen voorinvestering, geen renteverlies en je loopt veel minder risico. Je hebt wel voorraadruimte nodig, maar meestal minder dan bij ingekochte voorraad. Het hangt af van de afspraken die je maakt, hoe vaak per maand of kwartaal je goederen in consignatie kunt bestellen.

Een nadeel is dat het percentage of bedrag dat je aan commissie krijgt, meestal lager is dan het verschil tussen de in- en verkoopprijs.

Allotments

Een allotmentafpraak lijkt wel op een consignatieovereenkomst: je krijgt als verkooppunt niet-tastbare producten op voorraad. Je kunt denken aan accommodatie (hotelkamers, bungalows) en tickets voor vervoer (vliegtuigstoelen). In de overeenkomst staat voor welke periode je dat allotment hebt. Het einde van die periode heet de releasedatum. Op de releasedatum geeft het verkooppunt de verkochte plaatsen door aan de aanbieder (bijvoorbeeld een touroperator, luchtvaartmaatschappij of hotelketen). Wat niet verkocht is, mag je teruggeven. De aanbieder neemt de vrijgekomen allotments dan weer zelf op voorraad.

Kamertype	Deadline	Bron	Allotment/type	Allotment	Extra's	Artikelen	Kamertype	Deadline	Bron	Allotment/type	Allotment
2013			Woe.	Don.	Vr.	Za.	Zon.	Ma.			
			15/05	16/05	17/05	18/05	19/05	20/05			
DBL		8	4	2	4	4	6	7			
TWIN		8	5	5	4	4	3	7			
TEX		6	4	5	5	4	5	5			
KING		12	7	5	7	6	8	10			
KEX		6	4	5	5	5	6	5			
JSU		4	2	0	4	4	4	4			
SUI		6	3	1	4	5	5	5			
Beschikbaar		50	29	23	33	32	37	43			
In allotment			5	5	5	5	5	5			
Net beschikbaar			24	18	28	27	32	38			
Buiten gebruik			1	0	0	0	0	0			
Buiten inventaris			0	0	0	1	1	1			
Verkocht			20	27	17	17	12	6			
Bezetting %			40 %	54 %	34 %	35 %	24 %	12 %			
Prognose %			50 %	64 %	44 %	45 %	35 %	22 %			
Wachlijst			0	1	1	1	1	1			
Opties			0	0	0	1	1	1			
Daggebruik			0	0	0	0	0	0			

Dit hotel heeft op de getoonde dagen vijf kamers als voorraad afgegeven aan een ander verkooppunt: een allotment.

1.2.4 HOEVEEL HEB IK NOG OP VOORRAAD?

Hoeveel voorraad je hebt, bepaal je door bij elkaar optellen en bij elkaar in mindering brengen van:

- de hoeveelheid die je van een bepaald product 'op de plank' hebt liggen
- hoeveel er van dat product in het magazijn ligt
- hoeveel je van dat product in bestelling hebt (en wanneer die bestelling geleverd wordt)
- hoeveel orders je hebt liggen voor het product.

Je bepaalt op die manier in feite wat de economische voorraad is.

BEPALEN VAN DE ECONOMISCHE VOORRAAD

Een handige formule voor het bepalen van de economische voorraad is:

$$EV = TV + B - V$$

Toelichting

EV = Economische voorraad

TV = Technische voorraad

B = bestelling

V = verkopen.

Je kunt met deze formule de economische voorraad bepalen:

- Je hebt 12 kaarten in de winkel liggen.
- Je hebt nog een doos met 25 kaarten in het magazijn.
- Je hebt momenteel niets in bestelling.
- Je hebt 2 kaarten in bestelling via de webshop.

$$EV = (12+25) + 0 - 2$$

$$EV = 35$$

Het maakt niet uit met welke soorten voorraad je werkt en of je met tastbare of niet-tastbare producten werkt: het principe van voorraadberekening is altijd hetzelfde. Ook de voorraad van het gratis informatiemateriaal bepaal je op deze manier.

Dreigende tekorten en overschotten signaleren

Het is een van de backofficetaken om de voorraad goed in de gaten te houden en een dreigend tekort of overschot tijdig te melden. Tijdig betekent hier voordat de voorraad echt op is of voordat je met een onverkoopbaar product blijft zitten. Het betekent dat je regelmatig de voorraad moet tellen of je systeem moet checken om te kijken of je van alles nog voldoende hebt.

Dreigend tekort

Te weinig voorraad betekent dat je binnenkort 'nee' moet verkopen. Daarom moet je altijd direct melden aan je leidinggevende dat de voorraad onder het toegestane minimum is gekomen. Soms doet een voorraadsysteem dat, maar dan nog kan het jouw taak zijn om met dat signaal vanuit het systeem je leidinggevende te informeren.

Een tekort kan ook betekenen dat je echt uitverkocht bent: als een hotel alle kamers heeft verkocht, dan is er geen voorraad meer in dat hotel. Hetzelfde geldt voor bijvoorbeeld bowlingbanen: vol is vol! Toch is het ook in die situaties belangrijk dat je een melding doet. Wellicht kun je alternatieven op de website plaatsen, of samenwerken met een collega-ondernemer die nog wel plaats heeft.