

PROMOTEN EN VERKOPEN REISBRANCHE | PAKKETREIZEN



Werkboek

Serienummer:

Licentie:

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

Te activeren tot:

COLOFON

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

Auteur: Annalies ter Beest
Met medewerking van: Raymond Frints
Inhoudelijke redactie: Robin Oosterman
Eindredacteur: Tineke Ras-Marees
Omslagfoto: Erik Karst Fotografie
Foto's: ANVR/CapGemini, Shutterstock.com/amirraizat

In samenwerking met: Fadiro (www.fadiro.nl) aanbieder van BAS

Titel: Werkboek promoten en verkopen reisbranche | pakketreizen
ISBN: 978 90 3722 853 3

© Edu'Actief b.v. 2017

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.

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, rollenspelen, formulieren, weblinks en bronnen voor opdrachten.

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 (let op: geen www).
- 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 een andere soort bron op de methodesite, doe je het volgende:

- Ga naar www.tendens-tr.nl.
 - Klik op 'Studentenmateriaal'.
 - Kies voor 'Toerisme' en 'Werkboeken'.
 - Filter vervolgens bij 'Boek' op 'Promoten en verkopen reisbranche | pakketreizen' om alleen de materialen bij dit werkboek te zien.
 - Wil je de selectie verder verfijnen, dan kun je dit doen door te filteren op hoofdstuk of bronsoort.
-

INHOUD

Aan de slag	5
Over dit werkboek	5
Werken met Tendens Toerisme en Recreatie	7
1. Klanten en opdrachten werven	8
1.1 Oriëntatieopdrachten	8
1.2 Nulmeting en planning	10
1.3 Werving voorbereiden	10
1.4 Contact met potentiële klanten	15
1.5 Verkoopmogelijkheden en kansen	24
1.6 In het nieuws	27
1.7 Eindopdracht	28
1.8 Evaluatie en reflectie	28
2. Producten en diensten promoten	29
2.1 Oriëntatieopdrachten	29
2.2 Nulmeting en planning	31
2.3 Het gepubliceerde aanbod controleren	32
2.4 De inzet van promotiekanalen	34
2.5 Het aanbod communiceren	40
2.6 In het nieuws	46
2.7 Eindopdracht	46
2.8 Evaluatie en reflectie	47
3. Een passend aanbod opstellen	48
3.1 Oriëntatieopdrachten	48
3.2 Nulmeting en planning	49
3.3 Passende en beschikbare producten selecteren	50
3.4 Geschikte alternatieven aanbieden	69
3.5 Cross- en upselling	72
3.6 In het nieuws	78
3.7 Eindopdracht	78
3.8 Evaluatie en reflectie	78
4. Een prijsberekening bij het aanbod maken	80
4.1 Oriëntatieopdrachten	80
4.2 Nulmeting en planning	81
4.3 De prijs berekenen	82
4.4 Een prijsoverzicht opstellen	92
4.5 In het nieuws	94
4.6 Eindopdracht	95
4.7 Evaluatie en reflectie	95
5. Eindopdracht	96

AAN DE SLAG

OVER DIT WERKBOEK

In de reisbranche ben je voortdurend bezig om je producten en diensten bij de klant onder de aandacht te brengen en aan hem te verkopen. Het is een commerciële branche, waarin het behalen van een optimale klanttevredenheid, klantenbinding en een goed commercieel resultaat vooropstaan. Daarvoor leg je proactief contact met (potentiële) klanten en promoot je je producten en diensten, zowel online als offline.



Voordat je een tevreden klant hebt, die jouw pakketreis wil reserveren, moet je heel wat stappen zetten.

Om je klant de juiste en een complete reis te kunnen verkopen, moet je inhoudelijk op de hoogte zijn van de producten en diensten die je kunt aanbieden. Je kent bijvoorbeeld de bestemmingen, de vervoersmogelijkheden, de accommodatiesoorten en alle cross- en upsellingmogelijkheden, en kunt een juiste prijsberekening maken bij het aanbod. Weet je iets niet direct, dan zorg je ervoor dat je de benodigde informatie op een efficiënte manier kunt opzoeken. Je werkt klantgericht en onderscheidt je door een hoog serviceniveau. Je weet de klantwens te achterhalen en daar een perfect passend aanbod bij te vinden en te verkopen. In dit werkboek ga je aan de slag met het promoten en verkopen van pakketreizen, en leer je hoe je de klant helpt om een juiste keuze te maken voor een geslaagde reis.

Leereenheden

Je leert wat er precies bij komt kijken als je promotie- en verkoopwerkzaamheden voor pakketreizen uitvoert in de reisbranche. Je doet dat aan de hand van deze leereenheden, gepresenteerd in hoofdstukken:

1. Klanten en opdrachten werven
2. Producten en diensten promoten
3. Een passend aanbod opstellen
4. Een prijsberekening maken bij het aanbod.

Koppeling kwalificatiedossier Travel, Leisure & Hospitality

Dit werkboek behandelt kerntaak 1 van het profieldeel Zelfstandig medewerker travel & hospitality en Leidinggevende travel & hospitality: *Realiseert commercieel aanbod*. Hierin staan deze werkprocessen centraal:

- Werft klanten/gasten en opdrachten
- Promoot producten en diensten
- Stelt een passend aanbod op
- Maakt een prijsberekening bij het aanbod.

Beroepshouding

De leerdoelen in de nulmeting hebben te maken met kennis en vaardigheden. Om succesvol en met plezier aan de slag te gaan in de professionele praktijk – tijdens en na je studie – is het belangrijk dat je een bepaalde beroepshouding hebt of aanleert. Je beroepshouding heeft te maken met hoe jij als professional werkt.

Voor de zelfstandig medewerker en leidinggevende travel & hospitality zijn de houdingskenmerken in het schema belangrijk bij deze kerntaak:

Servicegericht	Creatief	Klantgericht
Proactief	Oplossingsgericht	Kwaliteitsgericht
Commercieel	Flexibel	Professioneel
Communicatief	Samenwerkend	Representatief
Sociaal	Resultaatgericht	Geïnteresseerd

Let op deze gevraagde beroepshouding bij het maken van de opdrachten. Het kan een onderwerp zijn in je voortgangsgesprek.

Wat heb je nodig bij dit werkboek?

- Theorieboek Commerciële dienstverlening
- Theorieboek Communicatie in toerisme en recreatie | online & offline
- Theorieboek Producten en diensten voor de reisbranche
- Theorieboek Producten en diensten voor toerisme en recreatie
- Theorieboek Bestemmingen: de wereld
- Methodesite www.tendens-tr.nl.

Wanneer je de theorie of de methodesite moet raadplegen, staat er een pictogram in het werkboek. Bij dit pictogram lees je wat je nodig hebt om de opdracht(en) te maken. Er zijn drie verschillende pictogrammen:



THEORIEBOEK

Hier lees je in welk theorieboek en in welke paragraaf je de informatie vindt om de volgende opdracht(en) te maken.



BRON OP WWW.TENDENS-TR.NL

Hier lees je of je een formulier, weblink, opdracht of een ander soort bron bij de opdracht kunt gebruiken en welke dit is.



VIDEO OP WWW.TENDENS-TR.NL

Hier lees je welke video je kunt bekijken om de opdracht te maken.

Hoe sluit je de leereenheid en het werkboek af?

Alle kennis, vaardigheden en houdingsaspecten leer je door het maken en uitvoeren van de opdrachten. Uiteindelijk moet je ook daadwerkelijk in staat zijn om backofficewerkzaamheden in de reisbranche uit te voeren.

Om een leereenheid af te ronden, moet je:

- alle door de docent opgegeven verwerkingsopdrachten hebben gemaakt
- alle door de docent opgegeven praktijkopdrachten hebben gemaakt
- de theorietoets voldoende hebben afgesloten
- de eindopdracht voldoende hebben afgesloten
- het uitgewerkte reflectieverslag hebben ingeleverd.

TIPS VOOR WERKEN EN LEREN

- Maak zo veel mogelijk gebruik van jouw ervaringen in de praktijk.
- Gebruik zo veel mogelijk de procedures en gegevens van jouw (stage)bedrijf om aan de opdrachten te voldoen.
- Maak goede afspraken met je praktijkbegeleider of docent.
- Maak een goede planning (een goed stappenplan/een goede afsprakenlijst) waarin staat wanneer je wát gaat doen en bij wie je eventueel hulp kunt vragen.
- Stem dit af met je docent of praktijkbegeleider.
- Je kunt gebruikmaken van je theorie, de methodesite of andere informatiebronnen, voor het opzoeken van informatie en het uitwerken van opdrachten.

WERKEN MET TENDENS TOERISME EN RECREATIE

Tendens Toerisme en Recreatie bestaat uit werkboeken en theorieboeken. In een werkboek staat altijd een toekomstige werkomgeving centraal: verblijfsrecreatie, verblijfsrecreatie | activiteitenbalie, dagrecreatie, hotel, toeristisch informatiebedrijf, of de reisbranche.

Elk werkboek bestaat uit leereenheden. Zo'n leereenheid heeft een vaste indeling:

- een inleiding met een overzicht van leerdoelen
- oriëntatieopdracht(en)
- een nulmeting
- een planning
- opdrachten met verwijzingen naar theorie en andere bronnen
- een opdracht 'In het nieuws'
- een eindopdracht bestaande uit een online toets en een praktijkopdracht
- evaluatie en reflectie.



Wil je een uitgebreide uitleg over de verschillende onderdelen en hoe je hiermee werkt? Bestudeer dan het naslagwerk 'Werken met Tendens Toerisme en Recreatie'.

1. KLANTEN EN OPDRACHTEN WERVEN

Klanten krijg je niet zomaar. Je moet ze werven, je moet reclame maken voor je bedrijf! Als de potentiële klanten je weten te vinden, komt het aan op je verkoopvaardigheden. Gebruik deze samen met je kennis, en klanten kunnen niet anders dan hun reis bij jou boeken!



Je trekt de aandacht van klanten via een call-to-action op de stoep van je reisbureau: 'Ontvlucht de winter en vlieg naar de zon'.

Inhoud van deze leereenheid

Oriëntatieopdrachten | Nulmeting en planning | Werving voorbereiden | Contact met potentiële klanten | Verkoopmogelijkheden en kansen | In het nieuws | Eindopdracht | Evaluatie en reflectie

Leerdoelen

In de opdrachten van deze leereenheid werk je aan leerdoelen over het werven van klanten en opdrachten voor de verkoop van pakketreizen in de reisbranche.



Leerdoelen Klanten en opdrachten werven

1.1 ORIËNTATIEOPDRACHTEN

OPDRACHT 1: WINKELTRUCS



Onbewuste beïnvloeding (10:05 tot 11:58)

In winkels word je verleid om iets te kopen. Dit gebeurt soms zonder dat je het doorhebt!

- a. Bij kassa's vind je vaak kassakoopjes. Kom jij weleens in de verleiding om deze extra's te kopen? Leg uit.

Bekijk de video.

- b. Er zijn meer manieren waarop je wordt beïnvloed om niet alleen te kijken, maar ook te kopen. Noem drie manieren.

1.

2.

3.

- c. Bedenk hoe je één van deze manieren in een reisbureau kunt gebruiken.

OPDRACHT 2: EEN COMMERCIEEL GESPREK VOEREN



Verkoopcursus

Ben je onlangs nog in een winkel geweest om iets te kopen? Heb je toen eerst een gesprek gevoerd met een verkoper?

- a. Schrijf op hoe het gesprek ging. Kun je je dit niet meer herinneren, of was je onlangs niet in een winkel, ga er dan alsnog naartoe. Maak vervolgens een verslag van het verkooppraatje.

- b. Vergelijk elkaars gesprekken. Welke overeenkomsten zijn er?

Bekijk de video.

- c. Welke les kun je hieruit leren?

1.2 NULMETING EN PLANNING

OPDRACHT 3: NULMETING



Nulmeting- en evaluatieformulier Klanten en opdrachten werven

Noteer de leerdoelen die je al beheerst in de kolom 'Nulmeting'. Overleg met je docent of je opdrachten kunt overslaan.

Bewaar het ingevulde nulmeting- en evaluatieformulier goed. Aan het eind van de leereenheid heb je dit bij de opdracht 'Evaluatie' weer nodig.

OPDRACHT 4: PLANNING



Planningsformulier Klanten en opdrachten werven

Noteer de opdrachten die je moet maken op het planningsformulier. Stem je planning af met je docent. Houd tijdens de periode waarin je met de opdrachten bezig bent de planning bij.

1.3 WERVING VOORBEREIDEN

Klanten inspireren. Dat is de eerste stap die je zet in het wervingsproces. Hiervoor kun je je website inzetten, maar ook sociale media als Facebook en Instagram. En niet te vergeten: je eigen enthousiasme!



Voor een leuke vakantie zullen klanten eerst de weg naar jou moeten vinden.

Leerdoelen

- Je kunt omschrijven op welke manieren klantenwerving kan plaatsvinden, welk wervingsmiddel voor welk doel geschikt is en wat de eigenschappen en kenmerken van dat middel zijn.
 - Je kunt communicatiemiddelen noemen en omschrijven die ingezet kunnen worden bij werving.
 - Je kunt trends, ontwikkelingen en doelgroepen koppelen om klanten/gasten te werven.
 - Je kunt op basis van trends, ontwikkelingen en gegevens uit (bijvoorbeeld) een CRM een plan maken voor werving van klanten en daarvoor bewuste keuzes voor het juiste wervingsmiddel maken.
 - Je kunt effectief werken met commerciële kanalen, om contact te leggen met de bepaalde doelgroep.
 - Je kunt met protocollen en/of andere (bedrijfs specifieke) procedures werken.
 - Je kunt een bestaande wervingsactie aanpassen voor specifieke doelgroepen.
-



COMMERCIELE DIENSTVERLENING

Bestudeer paragraaf 1.1 Voorbereiding van werving en keuze in wervingsmiddel.

OPDRACHT 5: PRESENTATIE REISBUREAU

De verzorging van het reisbureau, maar ook de uitstraling ervan, draagt bij aan de beeldvorming van de klant. Om je hiervan bewust te maken, ga je een bezoek brengen aan een reisbureau. Verdeel de reisbureaus in de omgeving zo veel mogelijk over de klas.

a. Bezoek het reisbureau dat aan jou is toegewezen. Let hierbij op de aangegeven zaken:

- locatie
- etalage
- inrichting
- kleurgebruik
- opstelling balies
- opstelling gidsenwand en overige brochures, folders of flyers
- reclame-uitingen
- koffie/thee
- klantbenadering
- bereikbaarheid
- overige zaken die je opvallen.

Maak eventueel wat foto's, of een video. Noteer verder wat je ziet of opvalt.

b. Maak een verslag van jouw bevindingen op de aangegeven punten en verwerk daarin:

- Welke zaken zijn jou opgevallen?
- Welke invloed hebben al deze uitingen op jou als 'klant'?

c. Presenteer je verslag voor de klas. Bespreek na alle presentaties elkaars bevindingen. Zijn er overeenkomsten? Zijn er verschillen?

- Welke verschillen heb je gezien tussen de reisbureaus?
- Kun jij bedenken wat de achterliggende gedachte is voor de verschillende formules die voor deze reisbureaus zijn gekozen?

OPDRACHT 6: PROMOOT JE REISBUREAU

Je werkt bij een reisbureau in een groot winkelcentrum. Het is al een paar dagen rustig. Te rustig naar je zin.

- a. Bedenk offline manieren om je reisbureau te promoten en daarmee klanten te werven. Welke doelgroep wil je bereiken en op welke manier ga je dat doen? Voorwaarde: je actie moet zo goedkoop mogelijk zijn!
- b. Werk twee ideeën uit. Presenteer deze voor de klas. Het is helemaal mooi als je ook een voorbeeld kunt laten zien!

OPDRACHT 7: GEHEIME MANIEREN VAN VERLEIDEN?



De principes van Cialdini

Het moment dat een klant zich gaat oriënteren op zijn reis, is het begin van de customer journey. Op dit bepalende moment moet je de klant zó beïnvloeden dat hij de vakantie bij jou en niet bij de concurrent gaat boeken!

Vorm een drietal met twee medestudenten.

Bij het maken van (aankoop)beslissingen kan een klant ongemerkt worden beïnvloed. Bekijk de video over de principes van Cialdini.

- a. Werk per persoon twee principes uit de video uit. Ga na wat de Nederlandse vertaling voor elk principe is. Noem per principe een voorbeeld.
- b. Je werkt bij een reisorganisatie en wilt de principes gaan gebruiken op je website. Geef per principe aan welke tactiek je kunt gebruiken.

OPDRACHT 8: TEVREDEN KLANTEN TIJDENS EN NA DE REIS



BESTEMMINGEN: DE WERELD

Bestudeer paragraaf 2.8 Frankrijk, 2.12 Italië, 2.15 Malta, 2.21 Spanje en 2.25 IJsland.

Klanten zijn tijdens hun reis steeds beter bereikbaar, via bijvoorbeeld WhatsApp of e-mail. Hier kun je gebruik van maken! Een klant die je zelfs tijdens de reis nog adviezen geeft, kan vanwege jouw uitstekende dienstverlening een ambassadeur voor je worden. Een ambassadeur die reclame voor je gaat maken.

- a. Hoe noemen we deze voordelige en zeer effectieve manier van reclame?
-

Je besluit klanten tijdens hun reis speciale tips van locals door te geven. Hiervoor maak je een overzicht dat je kunt gebruiken als je klanten op reis zijn. Samen met je collega's begin je met een aantal bestemmingen waar binnenkort klanten naartoe gaan.

- b. Check het internet. Zoek leuke tips van locals op voor:
 - de Balearen (de vier grootste eilanden)
 - Corsica
 - Sicilië
 - Sardinië
 - de republiek Malta (de twee grootste eilanden)

- de Kanaaleilanden (de twee grootste eilanden)
- IJsland.

Denk aan tips over bezienswaardigheden, festivals, restaurants, strandjes enzovoort.

TIP

In reisblogs kun je ook vaak tips vinden die reizigers van locals hebben gekregen.

OPDRACHT 9: PROTOCOL SOCIALE MEDIA

Het gebruik van sociale media neemt steeds meer toe. Als je als werknemer op je eigen account positieve berichten over je werkgever plaatst, is dit een vorm van reclame. Maar een werknemer kan zich ook negatief uitlaten.

- a. Bedenk een voorbeeld van een positief bericht over je werkgever, op sociale media.

- b. Geef een voorbeeld van een negatief bericht.

- c. Bij sommige bedrijven worden speciale regels opgesteld in een protocol. Met welke stelling ben jij het eens?

1. Een werkgever heeft niets te maken met wat ik op sociale media zet.
2. Een werkgever mag regels opstellen, omdat werknemers het imago van het bedrijf medebepalen.

Bespreek elkaars meningen klassikaal.

OPDRACHT 10: NEDERLAND



Weblink Kerncijfers
 Weblink NRIT Media
 Beoordelingsprotocol Informatiemap Nederland
 Beoordelingsprotocol Facebookbericht
 Beoordelingsprotocol Wervingsactie sociale media



Top 5 socialemediakanalen

Je werkt bij een organisatie met alleen Nederlandse accommodaties en arrangementen in het aanbod. Je wilt de klant graag op een aantrekkelijke manier laten zien wat de mogelijkheden zijn van een bepaald gebied: 'een plaatje bij een praatje'. Samen met je collega's ga je daarom over verschillende regio's een informatiemap maken.