

COMMERCIEËLE DIENSTVERLENING



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 'Theorieboeken'.
 - Filter vervolgens bij 'Boek' op 'Commerciële dienstverlening' 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(s): Alberdien Terpstra
Inhoudelijke redactie: Robin Oosterman
Eindredactie: Tineke Ras-Marees
Omslagfoto: Erik Karst Fotografie

Titel: Theorieboek Commerciële dienstverlening
ISBN: 978 90 3722 861 8

© 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. Werven van klanten of gasten en opdrachten	7
1.1 Voorbereiden van werving en keuze in wervingsmiddel	7
1.2 Contact leggen met potentiële klanten en gasten	16
1.3 Inschatten van verkoopmogelijkheden en -kansen	26
1.4 Trends en ontwikkelingen	28
2. Promoten van producten en diensten	30
2.1 Het gepubliceerde aanbod controleren	30
2.2 Inzetten van promotiekanalen	33
2.3 Aanbod communiceren via promotiekanalen	47
2.4 Trends en ontwikkelingen	52
3. Een passend aanbod	54
3.1 Passende en beschikbare producten selecteren	54
3.2 Cross- en upselling	73
3.3 Trends en ontwikkelingen	76
4. Een aanbod presenteren	78
4.1 Klant- of gastgericht presenteren	78
4.2 Berekenen van de prijs	80
4.3 Opstellen van een prijsoverzicht	89
4.4 Klant- of gastgericht offereren	90
4.5 Trends en ontwikkelingen	92
Trefwoordenlijst	94

OVER DIT BOEK

Methode Tendens Toerisme & Recreatie

Je klant of gast optimaal van dienst zijn bij de aanschaf van een product of dienst en de omzet verhogen: dat is commerciële dienstverlening. Een blije klant of gast en een tevreden leidinggevende, daar voel jij je ook goed bij. Je houdt bij je advies en verkoopgesprek rekening met de wensen van gast of klant en verkoopt zo het meest geschikte aanbod. Je biedt ook passende extra's aan, waardoor de klant of gast meer dan tevreden is met jouw dienstverlening.

Voordat je met klanten of gasten in gesprek kunt gaan, moet je natuurlijk eerst met hen in contact komen. Je moet je product of dienst onder de aandacht brengen van bestaande en potentiële klanten of gasten. Daarvoor heb je marketingactiviteiten nodig en acquisitie.

Je moet de klant of gast vooraf al weten te overtuigen dat hij bij jou aan de juiste adres is. Pas als de klant of gast bij jou komt met een aanvraag, kun je hem daadwerkelijk gaan helpen. Het geheel is een samenspel van diverse processen; van werven tot en met een aanbod presenteren.

Het boek *Commerciële dienstverlening* 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 contextspecifieke werkboeken; de bijbehorende theorie vind je terug in algemene theorieboeken. Binnen Tendens Toerisme & Recreatie staan vijf contexten centraal: reisbranche, hotel, verblijfsrecreatie, dagrecreatie en toeristisch informatiebedrijf.

Indeling van het boek

In *Commerciële dienstverlening* staat de kerntaak *Realiseert commercieel aanbod* centraal. De volgende werkprocessen worden in afzonderlijke hoofdstukken behandeld:

1. Werven van klanten of gasten en opdrachten
2. Promoten van producten en diensten
3. Een passend aanbod
4. Een aanbod presenteren.

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, hierin vind je 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:

- Promoten en verkopen reisbranche | pakketreizen
- Promoten en verkopen reisbranche | maatwerk
- Promoten en verkopen hotel
- Promoten en verkopen verblijfsrecreatie.

In de werkboeken vind je vragen en opdrachten.

Relatie met andere theorieboeken

Dit theorieboek heeft een relatie met de volgende theorieboeken:

- Frontoffice in toerisme en recreatie (met verschillende eigen werkboeken)
- Communicatie in toerisme en recreatie | online & offline.

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. WERVEN VAN KLANTEN OF GASTEN EN OPDRACHTEN



Een van de uitdagingen voor een commercieel medewerker is het werven van klanten/gasten en opdrachten. Naast durf, creativiteit en doorzettingsvermogen is een goede voorbereiding hierbij onmisbaar. Welk wervingsmiddel zet je in om jouw doelgroep te bereiken? Hoe leg je contact met je (potentiële) klant/gast? Welke verkoopmogelijkheden zie je, en pak je die kansen ook op? Als je jezelf deze vragen van tevoren stelt en je plan afstemt met je leidinggevende, kun je vol vertrouwen aan de slag.

Je leert over de volgende onderwerpen:

1. Voorbereiden van werving en keuze in wervingsmiddel
2. Contact leggen met potentiële klanten en gasten
3. Inschatten van verkoopmogelijkheden en -kansen.

1.1 VOORBEREIDEN VAN WERVING EN KEUZE IN WERVINGSMIDDEL

Een succesvolle werving van klanten/gasten en opdrachten begint bij een goede voorbereiding. Kijk allereerst of het om bestaande of om nieuwe klanten/gasten gaat. Bestaande klanten/gasten hebben al een band met je organisatie. Met nieuwe klanten/gasten moet je die nog opbouwen.

Zomaar klanten/gasten benaderen met een aanbod, zonder je in hun wensen te verdiepen, is vrijwel nooit effectief. Een klant die zich ieder jaar over een bijzondere maatwerkreis laat adviseren, doe je geen plezier met allerlei informatie over all-inclusive vakanties naar Spanje en Turkije. Als je hem hiermee overlaadt, is de kans groot dat hij jouw informatie niet meer leest, of zich zelfs afmeldt voor je nieuwsbrief.

Hetzelfde geldt voor het lukraak plaatsen van bijvoorbeeld een advertentie, want wordt deze wel gelezen door jouw doelgroep? En past het wervingsmiddel van je keuze wel binnen je budget? Je goed voorbereiden loont. Het lijkt tijd te kosten, maar die tijd verdienen je bij het werven dubbel en dwars terug.

Eerst denken, dan doen

Als je als commercieel medewerker klanten/gasten en opdrachten gaat werven, bedenk dan eerst hoe je dit gaat aanpakken.

Een handig hulpmiddel daarbij is het stellen van de W-vragen (in willekeurige volgorde):

- Wat wil je bereiken?
- Waarom wil je dit bereiken?
- Om welke doelgroep (wie) gaat het?
- Wanneer wil je de werving doen? (Wat is je planning en wanneer doe je wat?)
- Waar ga je werven?
- Hoe pak je dit aan?
- Waarmee bereik je je doel: welke middelen en manieren van werving zet je in?

Besprek je wervingsplan met je leidinggevende voordat je aan de slag gaat. Soms valt een wervingsactie tegen. Bedenk dat jij en je bedrijf hiervan kunnen leren om het een volgende keer beter te doen. Een evaluatie achteraf is dus ook belangrijk.

1.1.1 MANIEREN EN MIDDELEN VAN KLANTEN- EN GASTENWERVING

Er zijn veel manieren en middelen om klanten/gasten te werven, online en offline. Dit wordt **cross-channeling** genoemd. Bij cross-channeling versterken de verschillende distributiekkanalen elkaar. Een klant/gast kan bijvoorbeeld jouw organisatie bezoeken, het callcenter bellen of surfen naar de website van je bedrijf. Hij verwacht vervolgens dat die distributiekkanalen gegevens uitwisselen en met elkaar samenwerken.

Bij cross-channeling staat de klant/gast centraal. Hij kiest zelf via welk distributiekanaal of -kanalen hij producten en diensten afneemt of wil communiceren. Als je inzicht hebt in welke manieren en middelen er zijn, kun je een bewuste keuze maken en deze inzetten in je contact met de klant/gast.

Online en offline werven van klanten/gasten en opdrachten

De volgende opsomming is niet uitputtend, maar geeft je wel een idee van de mogelijkheden om klanten/gasten en opdrachten via cross-channeling te werven. Je werving zal dan het meest succesvol zijn.

Online werven van klanten/gasten	Offline werven van klanten/gasten
Blog schrijven/vlog maken	Deelnemen aan een beurs
Flyer op je website zetten	Flyer uitdelen
Cadeautje weggeven	Cadeautje weggeven
Klant-/gastonderzoek houden	Klant-/gastonderzoek houden
E-zine uitgeven	Evenementendrukwerk maken
Bedrijfspagina op sociale media aanmaken en onderhouden	Informatiedagen organiseren
Free publicity genereren	Free publicity genereren
Quiz of prijsvraag uitschrijven	Netwerkbijeenkomst bezoeken
Sms/WhatsApp versturen	Relatiedag organiseren
Testimonials plaatsen	Posters ophangen
Twitterberichten versturen	Telefonische acquisitie
Video/Vimeo maken	Adverteren
Website actueel houden	Advertorials
Adverteren	Samenwerken met commerciële partners
Advertorials	Benaderen bestaande klanten/gasten

Beurzen

Het kan zijn dat jouw bedrijf deelneemt aan een beurs. Als je op een beurs staat, moet je van tevoren weten wat er van je verwacht wordt als commercieel medewerker. Is het de bedoeling dat je een product of dienst onder de aandacht brengt? Moet je van zo veel mogelijk potentiële klanten/gasten contactgegevens verzamelen? Of moet je er bijvoorbeeld voor zorgen dat zo veel mogelijk klanten/gasten een aankoop doen? Vaak wordt er met een beursaanbieding gewerkt: 'Als u vandaag boekt, krijgt u € 100,- korting op uw reservering.' Vaste klanten/gasten kun je van tevoren uitnodigen voor een bezoek aan de stand. Potentiële klanten/gasten spreek je op de beurs actief aan. Ook kun je flyers uitdelen met een aantrekkelijke aanbieding of cadeautje dat afgehaald kan worden bij jouw stand.

VOORBEELD WERVEREN VAN POTENTIËLE KLANTEN/GASTEN OP DE VAKANTIEBEURS

Frank staat voor zijn organisatie op de Vakantiebeurs. Het is de bedoeling dat hij zo veel mogelijk mensen naar de stand haalt door ze uit te nodigen om mee te doen aan een prijsvraag: 'Goedemorgen dames, mag ik u uitnodigen om mee te doen aan onze prijsvraag? U kunt er mooie prijzen mee winnen.' Deze prijsvraag wordt online ingevuld. De klant/gast doorloopt een aantal vragen, waardoor Franks organisatie inzicht krijgt in de wensen van deze mogelijk nieuwe klanten/gasten. Het invullen van het e-mailadres is een voorwaarde om mee te doen aan de prijsvraag. De klant/gast krijgt de uitslag thuis, via zijn e-mail. Samen met de uitslag ontvangen deze potentiële klanten/gasten een mooie aanbieding die afgestemd is op de wensen die ze ingevuld hebben. Als deze klant/gast thuis de prijsuitslag leest en een passende aanbieding in zijn mailbox vindt, is het contact al wat warmer geworden. Aan het einde van het seizoen meet Frank het rendement van de deelname aan de beurs. Hij legt de lijst met e-mailadressen naast die van het aantal boekingen. Nu kan Frank de afweging maken of de gemaakte kosten van de beurs opwegen tegen het aantal boekingen dat gemaakt is.