



tekst Sjaak Hoogkamer & Joris van Zoelen

# Marketeers op reis

Van marketing kom je maar moeilijk los, want elke dag wachten nieuwe uitdagingen, maar marketeers moeten uiteraard ook zo nu en dan even ontspannen. Wat is hun favoriete reismerk en waarom en waar rollen ze graag hun handdoekje uit of trekken ze de bergschoenen aan? Wij vroegen het aan ons vaste panel van MEC-leden.



## Ernst Gleijm, commercieel directeur Innovam

'Booking.com. Ik hou van maximale bewegings- en keuzevrijheid op mijn vakanties, dus georganiseerde reizen of zelfs van tevoren geboekte hotels zijn voor mij uit den boze. Booking.com geeft mij de mogelijkheid om tijdens mijn vakantie snel een hotelkamer te boeken, die past binnen het door mij gewenste profiel (prijs, locatie, beschikbaarheid, faciliteiten, minimale beoordelings-score). Bij negen van de tien boekingen was er een match tussen de beoordelingsscore en onze eigen beoordeling. Verbeterpunt is wel de retargeting die nog een tijdje na-ijlt. Italië is één van onze favoriete vakantie landen. Met het eten & drinken, de cultuur, natuur, steden en Italianen zelf is plezier gegarandeerd.'

## Wilkin Kroon, CMO Local Hero

'Het verbindingsvermogen van een organisatie is een belangrijk criterium voor mij om te beoordelen hoe goed een merk is. Als ik in de reisbranche kijk, zie ik niet veel verbinders. Een organisatie die op het persoonlijke vlak veel doet, is Travel Counsellors van Fred van Eijk. Een organisatie met zelfstandige reisadviseurs (ZRA's), de rijdende reisbureaus. Persoonlijke service en goed luisteren naar de klant staan in hun aanpak voorop. Ze werken samen met touroperators in Nederland en daarnaast ook met lokale reisorganisaties. Fred ziet de verzelfstandiging van zijn huidige netwerk als één van zijn speerpunten: het onafhankelijk en zelfstandig kunnen opereren zonder dat Travel Counsellors een tussenpersoon is. Na veel van de wereld te hebben gezien als eigenaar van meerdere reisorganisaties, is mijn favoriete land absoluut Thailand. Een vriendelijk en open boeddhistisch land waar de infrastructuur goed geregeld is, de mensen vaak lachen en het eten altijd lekker is (niet onbelangrijk). De onderwaterwereld in Zuid-Thailand spreekt me ook erg aan. Die verken ik graag vanaf één van de vele echt tropische eilandjes.'

## Alexandra Legro, CMO Hunkemöller

'Wellicht ben ik bevooroordeeld, maar mijn favoriete reisorganisatie is Transavia. Waarom? Allereerst de noodzakelijke switch die ze hebben gemaakt naar low cost carrier. Ook ben ik erg onder de indruk van hun klantenservice en het feit dat ze digitalisering volledig omarmd hebben, waardoor ze gevoelsmatig toch een andere positie innemen ten opzichte van de concurrentie. Ook al is prijs belangrijk, ze bieden veel emotie rondom hun merk. Bovendien houden ze vast aan hun low cost principes en geen-fratsenaanpak. Transavia biedt serviceproposities die onder-

scheidend zijn en dat geeft een heel ander gevoel dan bij andere low cost carriers. Ze zijn innovatief op het gebied van digitalisering, waaronder het neerzetten van persoonlijke customer journeys en naadloze online user experience. Ik vind ze future proof met de keuzes die ze gemaakt hebben. Persoonlijk en zakelijk gezien mijn favoriete merk in de reisindustrie.

Wat betreft mijn eigen vakantiekeuze: ik ga eigenlijk overal en nergens naartoe, ik heb geen vaste reisbestemming. Als het maar ontspannend, inspirerend en leuk/gemakkelijk is voor mij en mijn familie. Gewoon op een strand zitten hele dagen kan ik niet. Er moet wel iets te doen zijn!'

## Jarl Langerak, directeur marketing & communicatie Velux Nederland

'Mijn favoriete travel brand is om meerdere redenen de KLM. KLM was één van de eerste organisaties die inspeelde op de behoefte van iedere reiziger, namelijk het snel reageren op vragen via social media. De acties voor klanten met vertering bij de gate en ook de laatste ontwikkeling waarbij Facebook Messenger wordt gebruikt, vind ik erg goed. Persoonlijke en snelle informatievoorziening, waarbij de klant echt centraal staat, zijn voor mij belangrijke overwegingen om voor KLM te kiezen.

Ik zelf ga graag op vakantie naar plekken die nieuw voor me zijn. Ik ben vorig jaar nog met vrienden naar IJsland geweest en deze zomer wordt het Noorwegen met de familie. Een tent en geen planning...'

## Jacques Hoendervanger, algemeen directeur LMN Airmiles

'citizenM, de disruptor van de hotelbranche. Het gegeven dat bij hun recruitment een hotelachtergrond eerder een nadeel dan een voordeel is, vind ik een mooi en interessant gegeven. Bovendien bestaat de selectie van kandidaten uit een casting in plaats van een sollicitatie. Dat voel je direct als gast. Bovendien zijn de hardware en processen ook nog eens in lijn met deze filosofie waardoor de totaalbeleving helemaal klopt wat mij betreft.

Op de mooiste plekken is de geur me het meest bijgebleven. Ik kies dan ook voor een reis waarbij ik optimaal kan genieten van mijn reukzin: ik ontbijt op een terras in Italië met zijn ideale koffiearoma's, dan maak een tocht door een tropisch regenwoud om de gezondste lucht op aarde in te ademen, de middag sluit ik graag af in een wijnhuis in de Kaapstreek vanwege hun fantastische wijnen om uiteindelijk een diner te nuttigen op een night market ergens in Azië waar de meest intense geuren vechten om voorrang.'

