

“Bij TravelMarketing bepaal je zelf de marge”

Het in Amsterdam gevestigde TravelMarketing is voor touroperators, incentive bureaus en reisagenten de hofleverancier van lokale agenten. “Wie op zoek is naar een opmaat gemaakt landarrangement en daarnaast ook iets bijzonders voor de klant wil organiseren, is bij ons op de juiste plek”, aldus Kisa van den Berg, die twaalf jaar geleden met Sigrid Scheffer het inmiddels welbekende bemiddelingsbureau startte.



Wie de onlangs gerestylede (en zeer gelikte) website TravelMarketing.nl bezoekt, krijgt direct zin in één van de meer dan 350 reisbelevingen. Het sales & marketingbureau wil met de vernieuwde huisstijl nog beter de belevingen die zij bieden in beeld brengen. Van den Berg: “In die twaalf jaar dat we bestaan hebben we vrij weinig aan onze website gedaan, domweg omdat we het te druk hadden. We zijn bijna een jaar bezig geweest met de nieuwe strategie en inherente vormgeving, waarmee we meer klanten kunnen aanspreken”.

Netwerk

Van den Berg wil graag dat het duidelijk is dat TravelMarketing business to business bemiddelt en niet zelf reizen organiseert. “Wanneer bijvoorbeeld een reisorganisatie op zoek is naar een agentschap in Barcelona of ze willen een bedrijfsuitje voor een derde partij organiseren, dan brengen wij hen in direct contact met onze agent in Barcelona en zij regelen alles verder samen. Waarom men er voor zou moeten kiezen om via ons in contact te komen met een DMC? De

meeste partijen in de reisbranche kennen ons en weten dat we een enorm solide netwerk hebben opgebouwd. De organisaties in het buitenland met wie wij samenwerken zijn gerenommeerde partijen die ieder minstens twintig jaar bestaan, financieel stabiel zijn en bij elkaar meer dan 60 bestemmingen vertegenwoordigen.”

Marge

TravelMarketing is als sales & marketingbureau geen ANVR/SGR-lid, dit is immers ook niet nodig. Van den Berg laat weten dat hun agenten in het buitenland lokaal uitstekend zijn verzekerd en aangesloten zijn bij nationale instanties die kwaliteit waarborgen. Van den Berg: “Vergeet niet dat Nederlandse touroperators ook met (onze) lokale partijen samenwerken. Wie via ons



wil werken, krijgt naast de kennis en het netwerk van TravelMarketing ook de back-up van ons bedrijf erbij. Wel zo handig en veilig. In ons wereldwijde netwerk werken veel Nederlanders. Dat werkt ontzettend fijn. Daarnaast is het ook goedkoper via ons netwerk te werken, want je hoeft zelf geen tijd en geld te steken in een lang voortraject op zoek naar de juiste lokale agent.



Sigrid Scheffer en Kisa van den Berg.

En boven alles worden de prijzen netto geoffreerd, dus je kan zelf je marge bepalen”.

Value for money

TravelMarketing wordt ingehuurd door lokale agentschappen om de Nederlandse en Belgische markt te bewerken. Van den Berg: “Het is voor hen een veel te grote investering om zelf iedere keer naar Nederland te komen. Wij zijn absoluut niet duurder dan andere partijen die hetzelfde werk doen, want dan zouden wij onszelf uit de markt prijzen. In tegendeel, wij adviseren juist om ook bij andere partijen een offerte op te vragen, zodat je deze kan vergelijken met die van ons”. Van den Berg en Scheffer begonnen al met het leggen van contacten toen ze als sales&marketing manager werkzaam waren bij EL AL en China Southern Airlines. “Wij waren het eerste bedrijf in Nederland die met TravelMarketing lokale agentschappen koppelden aan Nederlandse partijen. In twaalf jaar tijd zijn er wel wat partijen bijgekomen. Alleen ‘the sky is the limit’ zoals wij die tot 2009 hebben meegeemaakt, dat bestaat niet meer. Partijen gaan niet meer zo snel met 200 man naar Zuid-Afrika om met een helikopter rond te vliegen of te duiken tussen de haaien. Tegenwoordig is het ‘back to basics & value for money”, aldus Van den Berg.

Arjen Lutgendorff

