

OM GAAN MET DE CORONACRISIS - APRIL 2020



TIPS & TRICKS: HOE OVERLEVEN NA DE CRISIS?



ASSOCIATION TOURISTIQUE DU LUXEMBOURG BELGE IN HET KADER VAN
HET INTERREG PROJECT "TENDANCES"

Hoe overleven na de crisis?

Tips & Tricks

De huidige situatie is bijzonder. Deze lockdown periode is misschien het goeie moment om je strategische doelen te herzien en een plan voor de toekomst op te stellen. Hier volgen enkele praktische tips.

1. Neem de tijd om je strategie te herbekijken

Er zijn verschillende elementen waarmee je rekening moet houden.

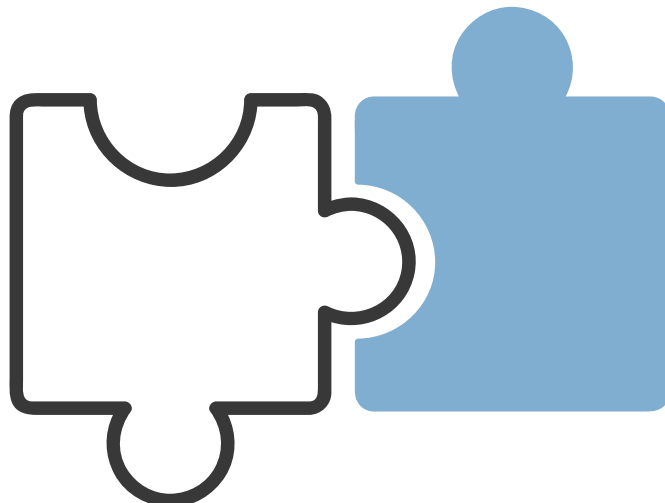
Na de crisis gaan klanten vooral op zoek naar 2 dingen:

- Grote ruimtes waar ze weer kunnen samenkomen
- Uitstappen dichtbij huis

Het is heel belangrijk om positief te communiceren.

Laat je inspireren door je burens en maak van je etablissement een complete bestemming door een rijk aanbod aan belevingen in de buurt voor te stellen (denk lokaal).

Herbekijk je product, je concurrentie, je budget en de tijd die je kunt spenderen. Verlies ook je eigen competenties en je doelstellingen niet uit het oog.



2. De mensen willen weer samenkomen: pas je aanbod aan!

Denk aan een aanbod dat is afgestemd op de post-corona maatregelen. Hoe haal je de klanten, bij het heropenen van je zaak, weer over de streep om naar je toe te komen?

- Stel je aanbod af op families, en op kleine groepen
- Privatiseer je accommodatie: families, stellen, vrienden willen weer kunnen samen zijn, herbronnen.
- Voeg plekken toe voor handhygiëne, voorzie cateringmogelijkheden voor maaltijden, benadruk de veiligheid van je plek.

3. Herbekijk je communicatie

Je belangrijkste troef: transparantie, speel open kaart!

Communicatiemogelijkheden zijn talrijk, gebruik ze verstandig en correct:

- Nieuwsbrief
- Website
- Sociale media
- ...



Is digitalisering je zwakke punt? Maak van de gelegenheid gebruik om je kennis bij te schaven

4. Herbekijk je tarieven: die moeten evolueren in de tijd

 Je moet aanwezig zijn bij de OTA's (Online Tourisme Agency)

Waarom? Omdat zij verkeer genereren, vergroten zij je zichtbaarheid MAAR het is belangrijk dat de beste prijsvoorwaarden "LIVE" op je website te vinden zijn.

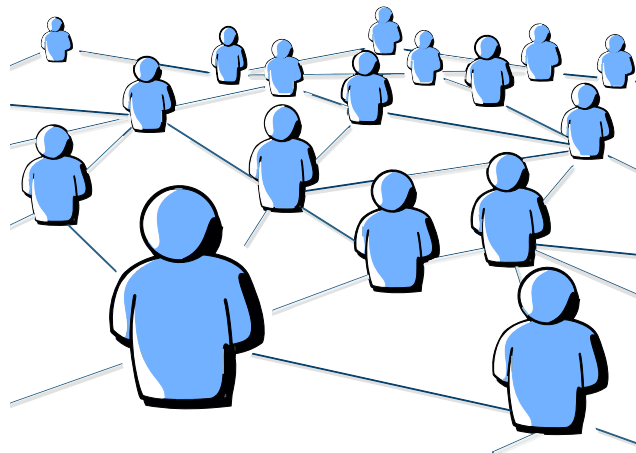
Denk aan cadeaubonnen, die vertegenwoordigen tot 12% van het inkomen van toeristische actoren.

Denk aan kortingscodes: een coupon is goed voor 20% korting bij de klant. De codes bieden de mogelijkheid om met klanten te communiceren.

5. *Beheer je relatie met OTA's*

- Zoals gezegd in punt 4 is het belangrijk om met de OTA's samen te werken: ze zijn essentieel geworden, ze weten van aanpakken, ze creëren directe zichtbaarheid.
- MAAR: hou controle: geef je aanbod niet 100% uit handen aan OTA's en hou controle over je tarieven: de regel is dat de beste prijsgarantie altijd bij jou te vinden is.
- Zorg dat je website een meerwaarde biedt: bezoekers vinden er een persoonlijk verhaal, informatie over de omgeving en ze krijgen zin om naar je toe te komen

6. *Communiceer correct op sociale media*



- Post regelmatig berichten: hou je publiek op de hoogte van wat je doet tijdens de lockdown. Deel foto's, video's, het publiek houdt van echtheid, menselijkheid. Contact houden met je klanten is belangrijk.
- Vermijd tijdens de crisis commerciële promoties, wedstrijden, uitgaven aan gesponsorde publicaties.
- Post tijdens de crisis de helft van de berichten die je gewoonlijk deelt, maar blijf posten. Maak story's, korte berichten, enz.
- Denk aan het einde van de lockdown: bereid inhoud voor, stel je klanten gerust.
- Communiceer positief met warme, opbeurende woorden.
- Enkele opmerkingen: denk aan noodzakelijke dingen (geef zin om te reageren, deel belangrijke inhoud), deel geen deprimerende berichten, speel in op interactie met je volgers.
- Praktisch: controleer of je info op Facebook volledig is ingevuld. Maak een aantrekkelijke beschrijving op je Instagram account

7. Reageer op commentaar van klanten

- Neem de tijd om te reageren op commentaar van klanten, dat is een belangrijk deel van je takenpakket. Je moet – ook buiten de crisisperiode – de tijd nemen om op elke opmerking te reageren.
- Maak van de gelegenheid gebruik om in je antwoord boodschappen duidelijk te maken:
 - Leg je annulerings- en restitutiebeleid uit
 - Laat van je horen, leg de situatie uit.
 - Stel je klanten gerust: “wij zijn geopend, heel het team is gezond en wel”, praat over de regio, enz.
 - Creëer je pagina TripAdvisor, Google My Business, enz. indien deze nog niet bestaat
 - Controleer je spelling

8. Herbekijk je digitale inhoud om je zichtbaarheid op het internet te verbeteren.

- Het is heel belangrijk om aanwezig te zijn
- Het is belangrijk om een goede website te hebben, die ook geschikt is voor smartphones.
- Het is belangrijk om actief te zijn op sociale media.
- Het is belangrijk om aanwezig te zijn op websites van toeristische organisaties die je zichtbaarheid kunnen optimaliseren.
- Op je website: denk na over een goede titel, gebruik zoekwoorden en vertel je verhaal. Twee elementen zijn belangrijk :
 - De snelheid van de website: internetgebruikers wachten niet
 - De compatibiliteit van de website: gebruiksvriendelijkheid essentieel



Heb je in deze periode wat meer tijd? Grijp dan de kans om kennis bij te schaven, webinars te volgen, je inhoud en je strategie te herbekijken: bereid je voor op de toekomst.