



Vervroegde reservatie

Actieve

CONCEPT KENMERKEN

Complexiteit	<input type="checkbox"/>
Investeringen	<input type="checkbox"/>
Rendement	<input type="checkbox"/>



Concept

Klanten die ruim van te voren boeken ontvangen een "cadeau" aan het einde van het boekingsproces. Dit geschenk is een echt cadeau met waarde en tegelijkertijd is een stimulans om iets te ontdekken, om een nieuwe ervaring te hebben tijdens de vakantie.

DOELGROEPEN

Dit concept is voor alle doelgroepen. Het is een manier om zich te concentreren en te focussen op het publiek die ruim van tevoren plant.

Vernieuwende elementen

Focus op bezoekers die goed van tevoren plannen, niet via kortingen, maar via een andere vorm van meer persoonlijke appreciatie.

Een ander innovatief element is het creëren van verbanden en synergieën tussen verschillende bedrijven van de bestemming:

Behoeften die worden voldaan

Gasten voelen zich gewaardeerd en bevoorrecht.

Voor aanbieders die accommodatie aanbieden, is het een kwestie van het stimuleren van klanten om van tevoren te reserveren. Hierdoor kunnen ze beter de reservaties beheren en anticiperen zowel in het laag-als hoogseizoen.

Specificaties voor mogelijke uitvoering:

Zodra het boekingsproces is voltooid, hebben klanten de mogelijkheid om te kiezen tussen ten minste twee verschillende cadeaus.

Een voorbeeld van een keuze kan zijn: een gratis ontbijt voor een persoon in een nabijgelegen banketbakkerij, of een gratis ticket voor een activiteit.

Het is belangrijk om te communiceren dat ze dit geschenk ontvangen omdat ze vroeg hebben geboekt. Dit zal hen aanmoedigen om weer vroeg in de toekomst te boeken, maar ook om hun vrienden en familie te informeren die het voordeel van het plannen van hun vakantie ruim van tevoren ontdekken.

De keuze tussen ten minste twee potentiële cadeaus is belangrijk om zoveel mogelijk mensen tevreden te stellen. Wat iemand aanspreekt zal, niet noodzakelijkerwijs iemand anders aanspreken en het doel is dat de ervaring iedereen aanspreekt.

Wie kan het initiatief nemen/welke partnerschappen?

Het zijn vooral de gastenkamers, de campings, de hotels, die waarschijnlijk dit soort initiatief zullen nemen. Maar het aanbod van cadeaus moet worden ontwikkeld met lokale partners: winkels, brasseries, bakkers, organisatoren van activiteiten, attracties,....

Wat is de **toegevoegde waarde** voor de partners-ondernemers?

Voor lokale ondernemers: het promoten van hun onderneming; in het geval van een bakkerij, bijvoorbeeld, de toerist zal de intentie hebben om deze bakkerij eerst te proberen en zal gemakkelijker terugkeren voor andere aankopen tijdens het verblijf.

Voor accommodatie: de toegevoegde waarde moet worden gezocht in een beter imago en relatie met klanten, en in de voordelen die gepaard gaan met vroege boekingen.

Hefbomen

Samenwerking tussen de bedrijven van de bestemming creëert een win-win voor iedereen.

Inspiratie:

<http://www.wedgewoodhotel.com/wp/wp-content/uploads/2014/04/gift-certificate.jpg>

<http://www.colinjamesfinefoods.com.au/wp-content/uploads/2013/01/Colin-James-50-Gift-Voucher.jpg>

<https://www.thegrandyork.co.uk/assets/img/resized/full/gift-voucher-banner.jpg>

