



In het landelijke Beemte Broekland, onder de rook van Apeldoorn, waan je je ver weg van de hectische wereld. Er wordt in de verte gemaaid, een boer is met zijn tuin bezig, de boerin haalt de was naar binnen omdat er onweer dreigt. En op het terras van World Wise Travel Business Events praten wij met Jennifer Sloots (43) over de rest van de wereld, de mooie en bijzondere plekken, meestal de bestemmingen van incentive reizen. En na enige tijd moeten ook wij naar binnen, omdat inderdaad het onweer losbarst.



*World Wise Travel Business Events*

# EEN INCENTIVE REIS LEVERT ALTIJD MEER OP DAN HIJ KOST

**H**uman Resources Management is als een boek met vele hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk gaat over het aannemen van personeel, het laatste over het weggaan van personeel of dat nu gedwongen is of niet. In de tussliggende hoofdstukken gebeurt er van alles met dat personeel, het wordt opgeleid, het promoveert, het wordt begeleid bij ziekte en WAO, het wordt gestimuleerd en gemotiveerd, het wordt beloond. En in de hoofdstukken die over het stimuleren en motiveren van personeel gaan speelt World Wise Travel Business Events een rol.

Jennifer Sloots, geboren en getogen in Nieuw Zeeland, kwam op 21-jarige leeftijd in Nederland terecht en is daar gebleven. Na haar schoolopleiding 'down under' verkende zij in vijf jaar de

dekte zij dat zij met haar talen ook in Europa werk kon vinden en werd zij gegrepen door het reisvirus. Eenmaal in Nederland ging zij zich toeleggen op de reisbranche. Voor nationale en internationale touroperators werd zij reisleidster en kwam zij voor deze tour-operators op vele plekken in de wereld terecht. Wat haar steeds het meeste aansprak in dit werk was het omgaan met mensen, het begeleiden van groepen en het zorgen dat alles ging zoals het moest gaan. Zij kwam ook in aanraking met het fenomeen incentive reizen, voor haar de mooiste kant van de wereld van het reizen. De uitdaging om te voldoen aan de criteria van de relatie, het zorgen dat de deelnemers 'de reis van hun leven' hadden, deed haar besluiten om in 1997 haar eigen bedrijf te beginnen. Door ervaring wereldwijd geworden,

Hewlett Packard, Scaldia Papier, Solvay Pharmaceuticals, Bacardi Martini en HCA (Holland Colours Apeldoorn). Tot haar spijt is zij nog niet met een dergelijke reis in Nieuw Zeeland geweest. Zij geeft meteen toe dat dit niet gemakkelijk is, omdat incentive reizen vrijwel nooit langer duren dan vier dagen. En dan is Nieuw Zeeland weer iets te ver weg, maar wie weet.

Jennifer Sloots vindt dat een incentive voor het personeel of voor relaties veel meer is dan zo maar een beloning. Het zorgt doorgaans voor een extra stimulans/prestatie die op zijn beurt tot een verhoging van het bedrijfsresultaat leidt. Volgens Jennifer Sloots heeft een beloning in natura, in geld, nauwelijks meerwaarde. Een reis biedt veel meer. Daar heb je voorpret van, de reis zelf is iets bijzonders en je kunt er nog heel lang over napraten. Jennifer Sloots benadrukt dat de reis het middel is om een gewenst resultaat te bereiken. Een goede incentive campagne en -reis kosten een bedrijf eigenlijk geen geld. Het levert zelfs geld op.

## Incentive reizen

In de afgelopen zes jaar is het Jennifer Sloots gelukt een goede plaats te verwerven in de markt van dit soort reizen. Ook hier geldt het adagium: "Bent u

tevreden, zeg het anderen, hebt u klachten, zeg het ons!" Tevreden klanten zorgen nu eenmaal voor nieuwe klanten, zeker bij een reis waar relaties van een bedrijf uitgenodigd worden. Meestal zijn dat andere bedrijven en die komen op deze wijze in aanraking met een manier van belonen die zij ook voor hun relaties kunnen toepassen. Maar ook advertenties in relevante (vak)bladen, inspectiereizen met prospects, mailings en persoonlijke acquisitie hebben gezorgd dat World Wise Travel Business Events een plek in de markt voor evenementen en incentive reizen verworven heeft.

"Onze werkwijze is altijd zeer persoonlijk. Door onze kleinschaligheid ben ik

worden in een gesprek zaken besproken als doelstelling, budget, soort gasten. Meestal is men in de veronderstelling dat een groepsreis voordeliger is dan reizen voor de individuele consument en de huidige 'afbraak prijzen', maar dat is niet waar. In een gesprek kan Jennifer Sloots dit haarfijn uitleggen. Door dit soort zaken goed te bespreken kan een gericht voorstel gemaakt worden en na de goedkeuring kan er een overeenkomst worden afgesloten. Vervolgens wordt er een draaiboek gemaakt, waarna aan de uitvoering gewerkt kan worden. En natuurlijk volgt er na afloop een evaluatie.

Zo eenvoudig als hierboven omschreven gaat het natuurlijk niet. Voordat er een concreet voorstel is, is er heel wat af-

vraag: "Hoe belangrijk zijn evenementen voor de stimulering en motivering van personeel." (Titel: *MotivatiEvenementen*)

Het meest voorkomende evenement is het personeelsfeest dat gemiddeld 1x per jaar georganiseerd blijkt te worden. Naast personeelsfeest worden ook nog genoemd 'dagje uit' en 'sportdag'. De opkomst is gemiddeld 70% en men is tevreden met de frequentie van dit soort evenementen. Ruim 95% van de deelnemers blijkt tevreden tot zeer tevreden te zijn en de directeur en de personeelsvereniging blijken binnen een bedrijf het vaakst verantwoordelijk voor het bepalen van de inhoud. Dat doen zij dus kennelijk niet slecht, gezien de grote mate van tevredenheid.

altijd zelf aanspreekbaar, ben ik de contactpersoon. Voor onze buitenlandse reizen werken wij samen met lokale agenten, die ook de reis begeleiden, maar zelf ben ik ook aanwezig. Ik ben lid van Site, de Society of Incentive Travel Executives, met 2.200 leden over de hele wereld en een hoofdkantoor in Chicago. Wij zijn elkaars agenten in onze eigen landen en vormen op die manier een wereldwijd netwerk. Op deze wijze beschikken wij over de beste ervaring in de te bezoeken landen."

Bij het organiseren van een reis is het budget en de doelstelling vaak doorslaggevend voor hoe er gereisd wordt en hoe ver of in het geval van evenementen de locatie en de invulling. Daarom

gepraat en onderzocht. Om te beginnen wil Jennifer Sloots weten of de opdrachtgever en zij wel bij elkaar passen, er moet sprake zijn van enige affiniteit. Zeer belangrijk is bovendien of het beschikbare budget wel toereikend is voor de wensen van de klant. Niet onbelangrijk is de tijdsplanning, een periode van drie maanden is doorgaans genoeg, maar het plannen op een wat langere termijn kan voor de klant teleurstelling voorkomen en ook wel geld besparen! Heel belangrijk is het kennen van de deelnemers, uiteraard dan nog niet persoonlijk, maar weten wat de bedrijfscultuur is. De mensen, het product of de dienstverlening zijn van groot belang bij het bepalen van de inhoud van de reis.

## Evenementen

Door World Wise Travel Business Events worden niet alleen incentive reizen georganiseerd, maar ook regelmatig evenementen voor het personeel van opdrachtgevers. Het gebeurt zelfs wel eens dat het personeel zelf opdrachtgever is, bijvoorbeeld een personeelsvereniging. Om het effect van de huidige economie op bedrijfsevenementen te meten, heeft World Wise Travel Business Events een onderzoek gehouden onder een aantal middelgrote bedrijven in Gelderland en Utrecht met de centrale

In de meeste gevallen wordt de organisatie van een dergelijk evenement uitbesteed aan een bureau, World Wise Travel Business Events is zo'n bureau.

## Hoe ver in de toekomst

Natuurlijk hebben ook de markten voor incentive reizen en evenementen te maken met een teruglopende economie. Bij incentive reizen gaat men niet meer zo ver weg, de inhoud van evenementen wordt wat aangepast, bij de feestavond is het orkest wat kleiner.

Jennifer Sloots merkt dat klanten wat terughoudender worden. Men blijft iets dichterbij huis, een reis wordt soms vervangen door een evenement. Maar zij verwacht niet dat incentive reizen en evenementen minder toegepast zullen worden, wel wat minder wat inhoud betreft, niet in aantal. Juist in wat economische mindere tijden is het belangrijk personeel te stimuleren en gemotiveerd te houden. En relaties moeten wel klanten blijven en daarvoor beloond worden. Incentive reizen en evenementen zijn daarvoor nog steeds zeer geschikte human resources management middelen.

Tekst: HENK VAN ELFEREN  
Fotografie: ERIK GEVEN

Lezers die geïnteresseerd zijn in de resultaten van het onderzoek 'MotivatiEvenementen' van World Wise Travel Business Events kunnen een exemplaar van het rapport aanvragen bij Martine Kolman.  
Tel.: (055) 366 98 28  
Fax: (055) 367 0084  
E-mail: [welcome@wwtbusinessevents.nl](mailto:welcome@wwtbusinessevents.nl)

