

# Aftersales: zo creëer je een hoger herhaalbezoek

04-09-2015 05:52

*Het zomerseizoen zit er (bijna) op! Kijkt u ook terug op een succesvol seizoen en heeft u veel positieve reacties gekregen? Nu maar hopen dat uw gasten ook volgend jaar weer terugkomen. Gelukkig hoeft u niet af te gaan zitten wachten en zijn er een hoop marketingacties die u kunt ondernemen om nú alvast het boekingsproces*



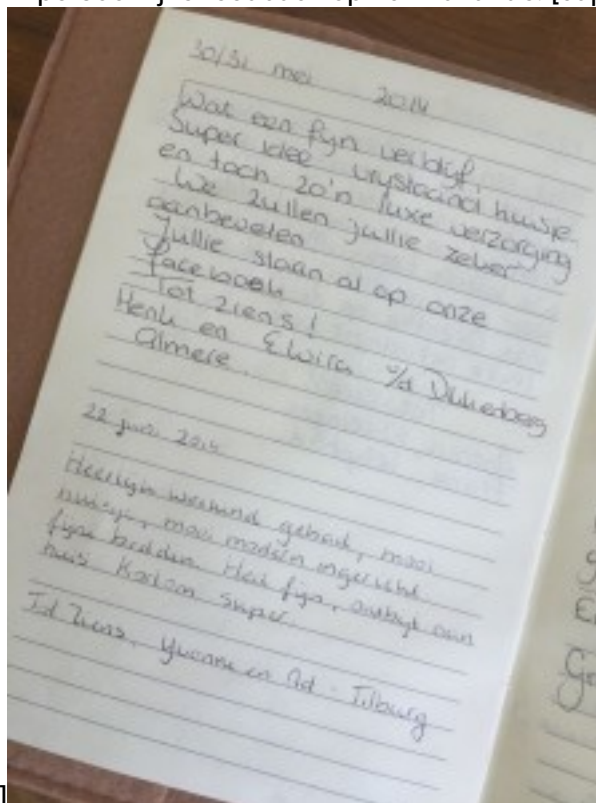
*voor volgend jaar te beïnvloeden.*

Het is tijd om volop aan de slag te gaan met uw marketingstrategie voor volgend jaar: brochures, foldermateriaal, (online) advertentiecampagnes en een actuele website. Allemaal belangrijk om nieuwe gasten naar uw park te trekken. Maar heeft u ook al gedacht aan de bezoeker die het afgelopen seizoen bij u te gast was? Welke activiteiten gaat u ondernemen om hen terug te laten komen? Niet voor niets is het gezegde: een nieuwe klant binden is zilver, maar een klant behouden is goud. Onderzoek bewijst dat de winstgevendheid met 25 tot 95% kan toenemen als u 5% meer klanten behoudt. Te vaak wordt de doelgroep bestaande gasten of trouwe bezoekers vergeten als het gaat om marketing. Daarom in dit artikel: **5 tips voor succesvolle aftersales**



**Stuur een sfeerfilmje.** Niks is zo leuk als 'live' nog

even na beleven hoe leuk de vakantie was... Stuur daarom een sfeerfilm door met de leukste momenten van afgelopen hoogseizoen! Geen beeldmateriaal? Loon een wedstrijd uit op Facebook en gegarandeerd dat u de leukste filmpjes van gasten ontvangt. Vraag je gasten uiteraard wel vooraf toestemming om de inhoud openbaar te maken, zodat u de video's kunt delen. **Vraag om een persoonlijke review** Natuurlijk kan iedereen tegenwoordig zijn mening kwijt op Zoover, Tripadvisor of andere beoordelingsites. Toch zullen deze reviews voor de buitenwereld wellicht anders zijn dan wanneer je gasten persoonlijk om feedback vraagt. Kijken we naar boekingsite AirBnB dan zien we dat boekers enerzijds een algemene review mogen schrijven voor het publiek en anderzijds dat men tips & trucs persoonlijk aan de verhuurder kan doorgeven. Geef ook het gevoel dat er naar uw gasten geluisterd wordt en vraag hen om persoonlijke feedback op hun vakantie. [caption



id="attachment\_38289" align="alignright" width="225"]

niet

iedereen denkt digitaal[/caption] **Doe een kaartje op de post** Bijna alle marketing gaat tegenwoordig digitaal. De nieuwsbrieven vliegen om onze oren en we zien door de (digitale) bomen het bos niet meer. Hoe bijzonder is het dan als uw gast een gepersonaliseerd bedankkaartje ontvangt met de post? Een klein gebaar met een lage investering maar met een hoog rendement en waardering. **Leg contact via social media** Als recreatiebedrijf hoef je niet te wachten tot gasten jou gaan 'liken'. Je kunt ook zelf actief op zoek gaan en hen uitnodigen om je pagina leuk te vinden of je te volgen op één van de social mediakanalen. Doe dit wel uit persoonlijke titel en benadruk dat je hen wil bedanken voor hun verblijf en dat je graag met hen in contact blijft. **Structureer je data** Nu is de tijd aangebroken om alle data van je gasten duidelijk te structureren. Zorg dat je naast NAW-gegevens ook "gedragskenmerken" vastlegt. Bv. verblijfsduur, aantal personen, samenstelling reisgezelschap etc. Welke kenmerken zijn voor jouw bedrijf van belang? Data is de basis om je vervolg marketingacties op los te laten. Des te persoonlijker dat jij in staat bent je marketing toe te passen, des te succesvoller je zult zijn. Lukt het niet om deze gegevens vast te leggen in je boekingsysteem? Overweeg dan



de aanschaf van een apart crm-systeem.

**Let op!**

Goede aftersales hoeft niet perse gekoppeld te zijn aan een actie of aanbieding. Denk eerder na over een aftersales "funnel": een reeks van contactmomenten waarin u uw gast langzaam verleidt. Eerst een leuke sfeerherinnering, dan een uitnodiging voor een exclusief event tijdens de herfstvakantie (bv. een Halloween pre-party), en later een uniek (persoonsgebonden) arrangement. **Met dank aan:** Susanne Giesbers, adviseur marketing & gastbeleving Pleasureworld "Als adviseur marketing & gastbeleving help ik ondernemers in recreatie en toerisme om hun marketingactiviteiten naar een hoger plan te tillen. Of het nu gaat om emailmarketing, branding, PR, social media of zoekoptimalisatie, met een no-nonsense aanpak vertalen we samen uw strategie in duidelijke en meetbare marketingdoelen. Zodat u zelf gelijk aan de slag kunt." Benieuwd naar de laatste trends in marketing & sales? Bezoek dan Recreatie Vakbeurs Hardenberg van 3 t/m 5 november a.s. Met elke dag om 15.00 uur een gratis inspiratiesessie op de beursvloer! Meer informatie via [pleasureworld.nl/events](https://pleasureworld.nl/events) Meer over weten over aftersales en marketingfunnels? Neem contact op via [susanne@pleasureworld.nl](mailto:susanne@pleasureworld.nl) of 06-29324097.

Pleasureworld