

Verkopen gaat niet vanzelf

03-09-2016 13:46

Ik loop door de winkelstraat in Sneek. Ik heb haast, ik heb nog geen uur om een nieuwe broek te gaan kopen die zowel zakelijk te dragen is, als bij de crematie voor a.s. zaterdag. Het is stil in de stad, heerlijk vind ik dat! Kan ik lekker ongestoord. Maar voor de retail is het natuurlijk een enorme afknapper. Tijdens het avondeten hebben we het er over. [caption id="attachment_45236" align="alignright" width="300"]



Welkom op de camping[/caption]En ook de restaurants hier in het dorp hebben al lang niet meer de reserveringen zoals vroeger. Vroeger kregen ze bij Jonas zomaar 10 reserveringen per avond, en nu....nu is het maar afwachten of 'ze' wel komen. Wij weten ook dat de gast vaker lastminute boekt. Soms staat die bij de balie en boekt pas dan. **Is het erg dat hij laat boekt?** Tuurlijk is dat niet erg, maar het is wel anders. Dat betekent dat je organisatie altijd min of meer op sterkte moet zijn. Dat je je aanbetalingen veel later of niet krijgt en dat je in grotere onzekerheid zal zijn of je veel of matig veel gasten zult hebben. Die onzekerheid, daar zullen we mee moeten leren omgaan. Immers, voordat de gast weer snel gaat boeken, moet er heel wat gebeuren. Want het kan wel, kijk maar naar producten die schaars zijn zoals een ticket voor Into The Great Wide Open. Die tickets waren ook weer dit jaar zomaar uitverkocht! En die verkoop was al lang geleden. Ofwel je gaat zorgen dat je product schaars is, ofwel je gaat zorgen dat je de verkoop lastminute optimaal zal zijn. Verkopen is tegenwoordig echt een werkwoord. Gewoon wat afwachten kan niet meer. Je zult op tijd en goed aandacht moeten weten te vangen van je potentiële gast. Je zult een gunfactor moeten winnen. En als je dat goed hebt gedaan, dan heb je kans dat die bij jou gaat kopen. Tenzij je product saai en seksloos is. Dan kan je doen wat je wilt, maar verkopen zal dan nog maar nauwelijks gaan, tenzij je het ver onder de kostprijs gaat aanbieden. Maar wie kan dat nu lang volhouden? Wij zien op onze camping ook dit lastminute gedrag van onze kamperende gasten. En ook wij zijn zoekende hoe we onze camping zo kunnen ontwikkelen zodat we en snel en flexibel kunnen inspelen op de lastminutevraag, en we werken aan het toch wat suffe imago van kamperen en watersport. Verkopen, het gaat zeker niet meer vanzelf, hoe zit het met jouw organisatie? Hoe gaat het met de verkoop? We zijn heel benieuwd, wees welkom en laat ons weten hoe jullie het doen! De polletjes [Watersportcamping Heeg](#).

Karin Veldhuizen