

Vakantieparken met onderscheidend aanbod beter online vindbaar

19-03-2020 11:52



De afgelopen jaren is de marketing in de recreatiesector met een razend tempo verschoven richting online. Met name grote platformen zoals Google en Booking.com zijn voor veel partijen essentieel. Een goede score leek steeds weggelegd voor grote kapitaalkrachtige organisaties die de topposities konden inkopen. Resortnet laat zien dat je ook met een onderscheidend aanbod uitstekende online marketing resultaten kunt behalen.

We spreken met Karel Lanser, die met Resortnet de volledige marketing en boekingen van vakantiepark en golfresort Landgoed Bergvliet voor zijn rekening neemt.

Landgoed Bergvliet

Landgoed Bergvliet is een nieuw resort, in het Brabantse Oosterhout, dat zich profileert aan de bovenkant van de markt. Het park omvat 80 luxe vakantie Villas en is daarmee relatief klein. Om kostenefficiënt te werken worden diverse voorzieningen, waaronder de receptie, gedeeld met de golfbaan. Ook de drie restaurants op het terrein zouden minder rendabel kunnen zijn als deze alleen van het vakantiepark afhankelijk zouden zijn.

De golfbaan is aangelegd in 2002, en is ontstaan toen de gebroeders Pheninckx meer toekomstperspectief zag in de recreatiesector dan in zijn agrarisch bedrijf. Zowel de 18 holes golfbaan als het vakantiepark zijn in handen van één eigenaar.

Op het terrein is ook een groot wellness-complex gelegen; Spa One. In het eerste jaar (opening in maart 2019) kon dit complex al op 60.000 bezoekers rekenen.



'Nederland kent te veel achterhaalde concepten'

Karel Lanser

Landgoed Bergvliet is in vele opzichten geen standaard bungalowpark. De sterke band met de Golfbaan en de Wellness geeft het park een eigen profiel. Karel Lanser voegt daar aan toe: "Met Resortnet duiken wij zeer diep in het online zoekgedrag van de gasten. Daaruit blijkt o.a. dat de activiteiten golf en wellness sterk zijn gecorreleerd."

Veruit de meeste parken nog de traditionele weekend – midweek of weekverhuur kennen. Dat is volgens Lanser een achterhaald concept: "Wij kiezen hier bewust voor flexibele aankomst en vertrekmomenten. Net als in een hotel. Door slimme reserveringssystemen kun je dat makkelijk realiseren. Het management reserveringssysteem optimaliseert de bezetting van de villa's. De luxere doelgroep, waar wij ons op richten wil comfort, luxe en flexibiliteit. Wij kunnen de accommodaties dankzij het flexibele systeem ook als hotelkamers in de markt zetten, en bereiken daarmee een aanvullende doelgroep. En bedenk ook eens de voordelen van de gespreide schoonmaak en het onderhoud. Bij ons is er geen stress op de wisseldagen – en het werk wordt beter over de week gespreid."

'Portalen hebben geen toekomst meer'

Karel Lanser

"Bemiddelaars, zoals online platformen en reisbureaus, gaan een weinig rooskleurige toekomst tegemoet. Slechts Google zal op termijn overblijven als platformen zich niet razendsnel transformeren. Zelfs voor een grote en machtige partij als booking.com voorzie ik geen mooie toekomst." Dat is de stevige stellingname van Lanser. En hij heeft nog een opmerkelijke visie op de toekomst van de bungalowsector: "Het belang van bungalowmerken zal ook afnemen." Wat daar voor in de plaats komt? Lanser: "Mensen willen hun vakantie boeken op basis van behoeften. In Google kun je makkelijk de gewenste locatie en activiteiten invoeren en dan krijg je vanzelf een reeks aansprekende voorstellen. Dit gaat in de online marketing voor een grote verandering zorgen. Voorheen waren vooral de grote ketens in staat waren om de topposities bij zoekresultaten in te kopen. Wij zijn nu al in staat om een kleiner park, met een onderscheidend aanbod, bij de juiste doelgroep onder de aandacht te brengen. Onze taak is om gasten zo kort mogelijk online te laten zoeken om een aanbod te vinden dat past bij hun behoefte."

Kern in deze vooruitstrevende nichemarketing:

Een goed reserveringssysteem (vastleggen van de boeking) Een goed boekingssysteem (Controle hebben op alle processen van zoeken tot het boeken - wereldwijd. De gast heeft daarbij het gevoel dat zij rechtstreeks bij het bedrijf een boeking maken.)

Resortnet kanaliseert als het ware het hele zoek en boekgedrag van de consument. Met slimme software kan de consument op verschillende online platformen worden gevolgd. Dat is niet alleen google, maar ook een 'eigen' website vakantieparken.nl of social media. Het hele systeem is ook met 300 touroperators gekoppeld. Het uiteindelijke doel is dat er zoveel mogelijk via de eigen website van het bungalowpark wordt geboekt. De parkeigenaar heeft daardoor minder marketingkosten en overhead. Dus naast méér boekingen – ook minder kosten. Bij Landgoed Bergvliet wordt zo'n 60 a 70% via de eigen website geboekt.

Yield management is ook één van de pijlers onder de ondersteuning door Resortnet. In de luchtvaartsector is Yield Management al veel langer gemeengoed, en zie je grote verschillen in de prijs van een vliegticket. Lanser: "Als je vol zit in het hoogseizoen, dan is je prijs te laag geweest. Voor het hoogseizoen boeken wij vaak pas in de laatste twee weken. Dan is de markt op z'n krapst en kun je het rendement maximaliseren. Vaak is de marketing, en het bepalen van de prijs, mensenwerk. Wij laten daar algoritmes op los. Mensenwerk bevat te vele emoties en zit er te vaak naast."

Relatie golf, wellness en vakantiepark

Bij Resortnet wordt per park gekeken wat het onderscheidende profiel is, en wie er tot de doelgroep gerekend kan worden. Het merk Landgoed Bergvliet wordt vermarkt als een golf- en wellnesspark. De doelgroep bevindt zich in het segment dat 'wat meer te besteden heeft'. Het is volgens Lanser ook van groot belang dat je je doelgroep goed analyseert: "We zien dat mensen in het wat hogere segment zich vaak niet willen vastleggen op een activiteit. De mogelijkheden moeten er wel zijn, maar vaak neemt men ter plekke de beslissing wat men gaat doen – en wanneer. Dat vraagt ook om de nodige flexibiliteit van het park, de golfbaan en de overige voorzieningen." De combinatie van vakantiepark, golf en wellness heeft ook nog voordelen voor de spreiding van de bezoekers. Zo is het traditionele hoogseizoen voor vakantie (juni – juli) juist geen populaire tijd voor golfvakanties; waarvoor de weersomstandigheden wel weer een rol spelen. En de wellness is juist weer populair in de koude wintermaanden.

Over Resortnet

Resortnet is een b2b label om vakantieparken in de markt te zetten. ResortNet biedt een compleet pakket aan. Naast het meedenken en het ontwikkelen van exploitatie concepten, ook het daadwerkelijk uitvoeren van de werkzaamheden zoals boekingen realiseren dan wel het ondersteunen of uit handen nemen van de exploitatie. Er wordt o.a. gebruik gemaakt van een eigen kantoor in Roemenië waar meer dan met 70 ict-ers aan het werk zijn. Resortnet is veel meer dan een verhuurorganisatie voor vakantiehuizen en vakantieparken. Het is een groep gedreven specialisten, die er van overtuigd zijn dat de best mogelijke hospitality experience voor elke gast voorop moet staan. Op Landgoed Bergvliet is o.a. sprake van ondersteuning op het gebied van hospitality en het verzorgen van trainingen.

Meer informatie:

www.resortnet.nl

www.landgoedbergvliet.nl

Redactie