



VACANCESELECT

- FAMILIEBEDRIJF
- AGILE / SCRUM
- GLAMPINGVAKANTIES
- ONLINE MARKETING
- FITNESSABONNEMENT
- FILEVRIJ NAAR JE WERK
- PASSIEVOL
- FRUIT VAN DE ZAAK
- DUURZAAM ONDERNEMEN
- GOEDE SECUNDAIRE VOORWAARDEN
- MENSGERICHT
- LUNCHREGELING
- HANDSON

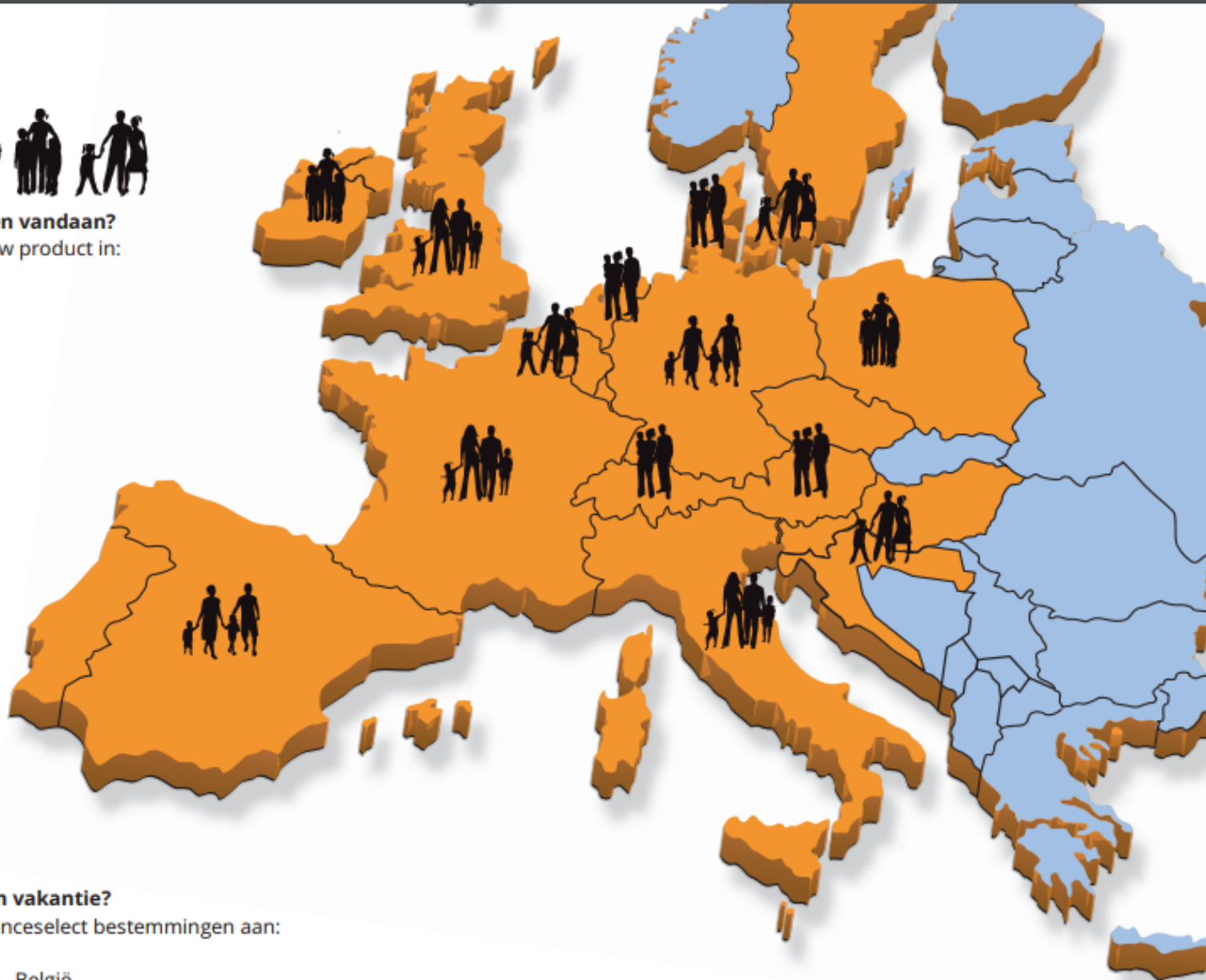


Waar komen onze gasten vandaan?

Vacanceselect verkoopt uw product in:

Nederland*
België
Luxemburg
Duitsland*
Oostenrijk
Zwitserland*
Frankrijk
Denemarken*
Engeland*
Ierland
Polen*
Tsjechië
Italië*
Spanje*

* verkoopkantoor
Vacanceselect in
desbetreffende
land aanwezig



Waar vieren onze gasten vakantie?

In deze landen biedt Vacanceselect bestemmingen aan:

Frankrijk	België
Italië	Denemarken
Kroatië	Oostenrijk
Nederland	Luxemburg
Spanje	Slovenië
Portugal	Zweden
Hongarije	Zwitserland

Met onze websites en kantoren
brengen we vakantiegangers
uit 14 Europese landen

Vacanceselect in Europa:

Zo verkopen we uw product (online en offline) in Europa

Vacanceselect zet een diversiteit aan online en offline communicatiemiddelen in om haar klanten te bereiken. Daarbij staan klantenparticipatie en gastvrijheid centraal en is er intensieve aandacht voor e-commerce.



Responsive websites Europa:

Vacanceselect.com
Selectcamp.com
Tendi.nl

Totaal: 20 websites

Bezoekers 2017:
> 10.000.000

Affiliate Marketing

Ruim 40.000 aangesloten affiliates in Europa.

Meer dan 1.000.000.000 sessies

Social Media alle merken in Europa

Twitter
LinkedIn
Facebook
Youtube
Pinterest
Instagram
Blog

Bereik: 95.000

Branding

Billboarding on TV
Spot en non-spot TV & online campagne op RTL en SBS prime time

PR & Joint-Promotions
Ca. 7 internationale persreizen per jaar. Gemiddeld 10 nieuwe joint-promotion partners per jaar.

Selectcamp brochures Europa

Nederland
Denemarken
Duitsland
Groot-Brittannië
Frankrijk
Italië
Polen
Spanje

Maak de klant regisseur van zijn/haar eigen proces. Maar wees ook daar waar de klant (vaak) al is. Inventariseer wat voor jouw doelgroep nodig is. Wees altijd '3 years ahead' in je denkwijze!



CONTACTENLIJST

Contact	Status	Urgentie	Naam	Betreft	Ald.	Med.
254451	In behandeling		Tiehuis	La focce sardine	OVER	LB
256102	In behandeling		Schoonderoerd	Overige	OVER	IR
259546	Nieuw		Rijn-Staat	Vraag	KS	CZ
256822	In behandeling		Pikeren	Bestaande reservering (S0128676)	BR	AK
256627	Nieuw		Bosman	Re: Reservering S0146931betreft huisdier / hond (R256627)	OVER	
259539	Nieuw		Jossels	Bestaande reservering (S0145045)	BR	
256840	Nieuw		Van Rees-Beck	RE: Uw reservering S0147168 (R256840)	OVER	
256656	Nieuw		Bosch	Re: Alternatieven S0126283 (R256656)	KS	
256660	Nieuw		Diepenmaat	RE: Nieuwe reservering (R256660)	NR	
256688	Nieuw		MEERDERE OPTIES	(waarde (S0116848))	OVER	

12 available queues

0 Calls waiting	3 Agents online	0 Calls waiting	3 Agents online	1 Calls waiting	3 Agents online
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

So far today

1 Calls abandoned	0 Calls abandoned	3 Calls abandoned
00:02 Average hold time	00:04 Average hold time	09:13 Average hold time
100% SLA - Service Level in seconds: 20	100% SLA - Service Level in seconds: 20	10.5% SLA - Service Level in seconds: 20

VACANCESEL-VACANCESEL-NL-NEW-BOOKINGS

Signed Out

SIGN IN

3 Calls waiting	3 Agents online
--------------------	--------------------

So far today

2 Calls abandoned
00:50 Average hold time
30% SLA - Service Level in seconds: 20

Rapportage voor zoekprofiel: Nederland

	Volume 16-01-17 tot 16-01-18	Gemiddeld 4 periodes terug
Twitter	665	232
Facebook	12346	812
Instagram	935	123
Google plus	46	29
Linkedin	0	0
Beoordeeld	16612	1130
Beantwoord	1986	180
Gem. Reactietijd	13:20	14:56

- ✓ Europees
- ✓ Koppelingen
- ✓ Gemak
- ✓ Inzicht
- ✓ E-commerce
- ✓ C-commerce
- ✓ Data
- ✓ Online
- ✓ Sales

Wachtijds

0 Chatsessies	0 Inkomend	0 Toegewezen	- Langst	- Gemiddeld
------------------	---------------	-----------------	-------------	----------------

Chatsessies

5 Chatsessies	1 Aangemeld	1 Online	3m 37s Langst	3m 37s Gemiddeld	16m 29s Langst	12m 14s Gemiddeld
------------------	----------------	-------------	------------------	---------------------	-------------------	----------------------

Status

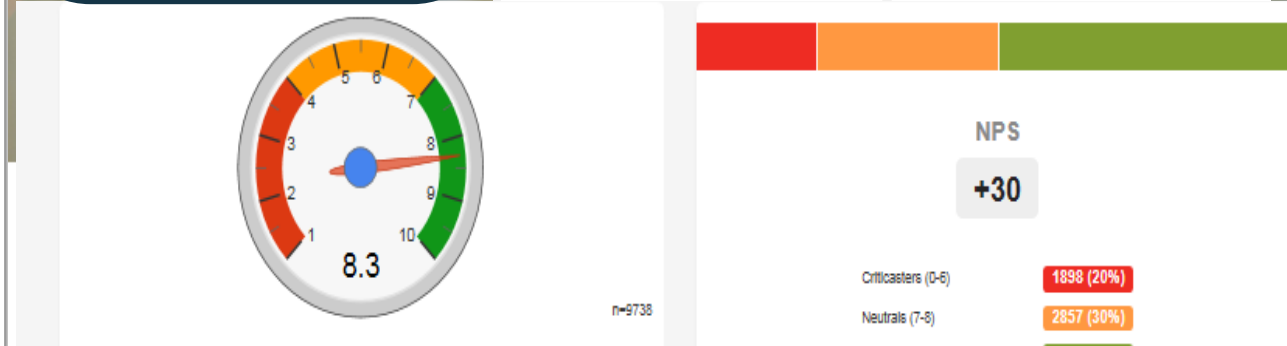
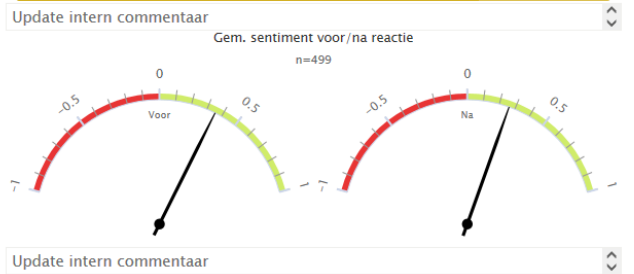
5
Online

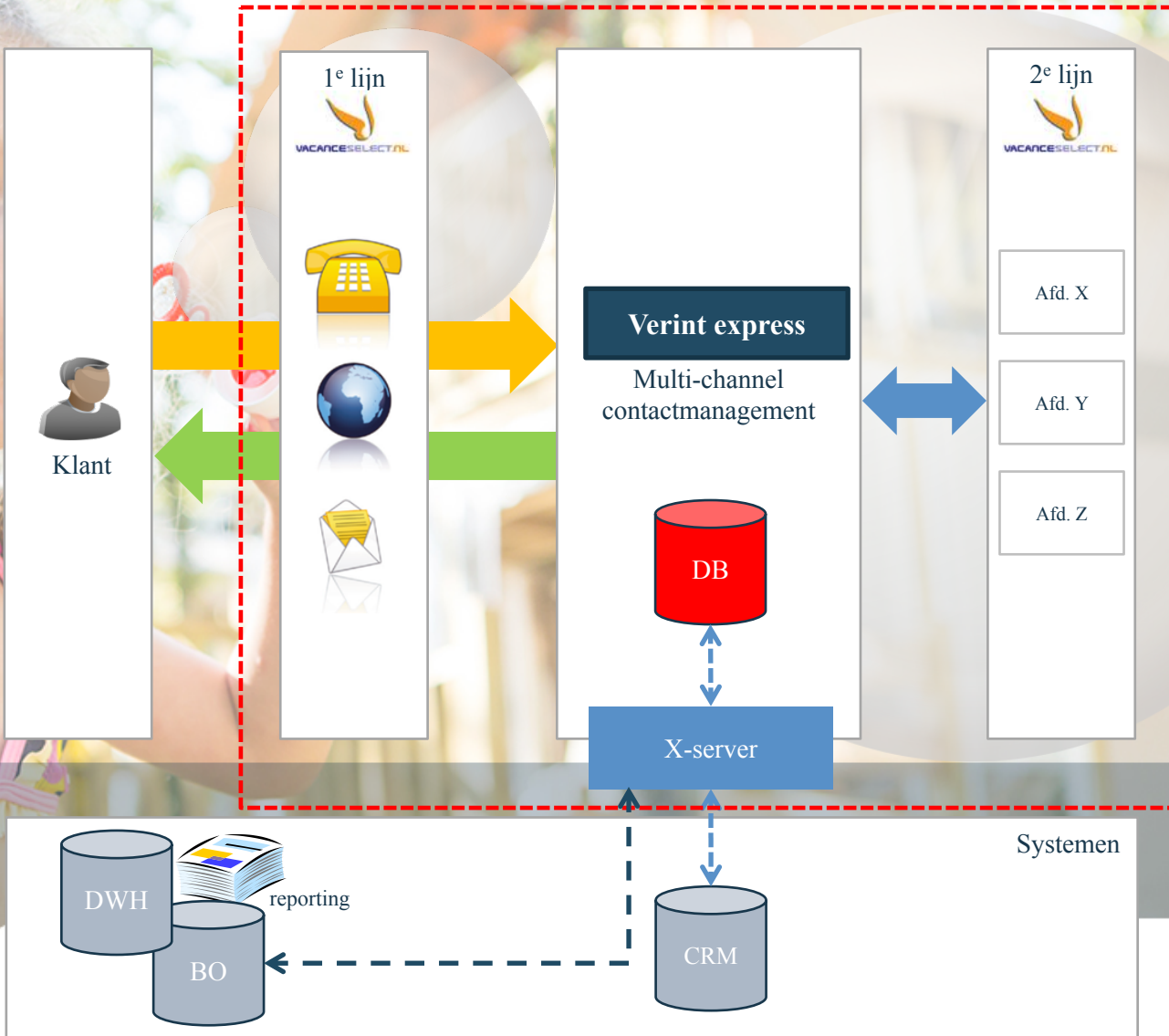
Tevredenheid (opgelopen 30 minuten)

Beoordelingen

Goed 0

Slecht 0

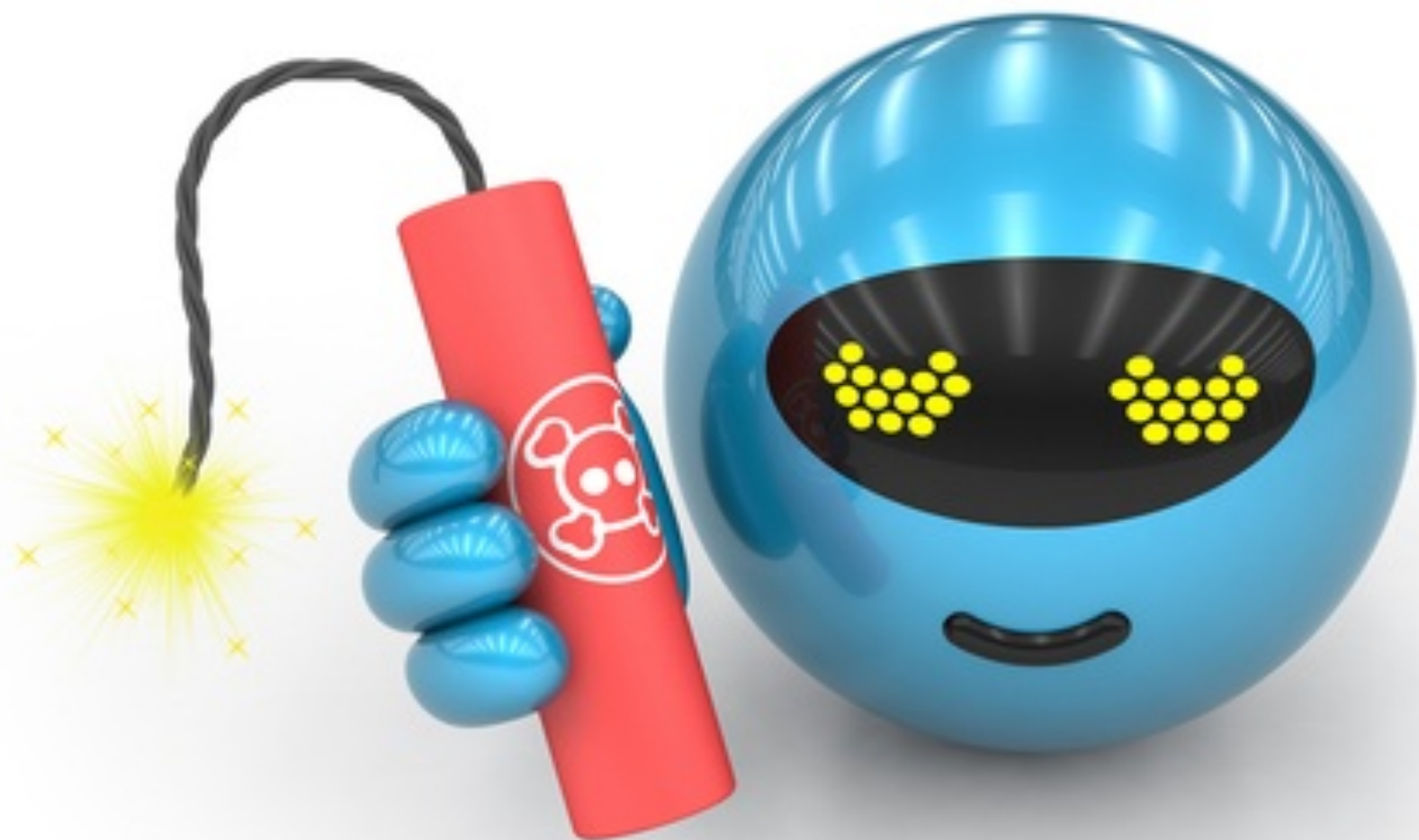






Ok! We waren digitaal, maar de employee delight was ...





6. APPENDIX: IMPRESSIE VAN DE DAG & DEELNEMERS LAB I & LAB II

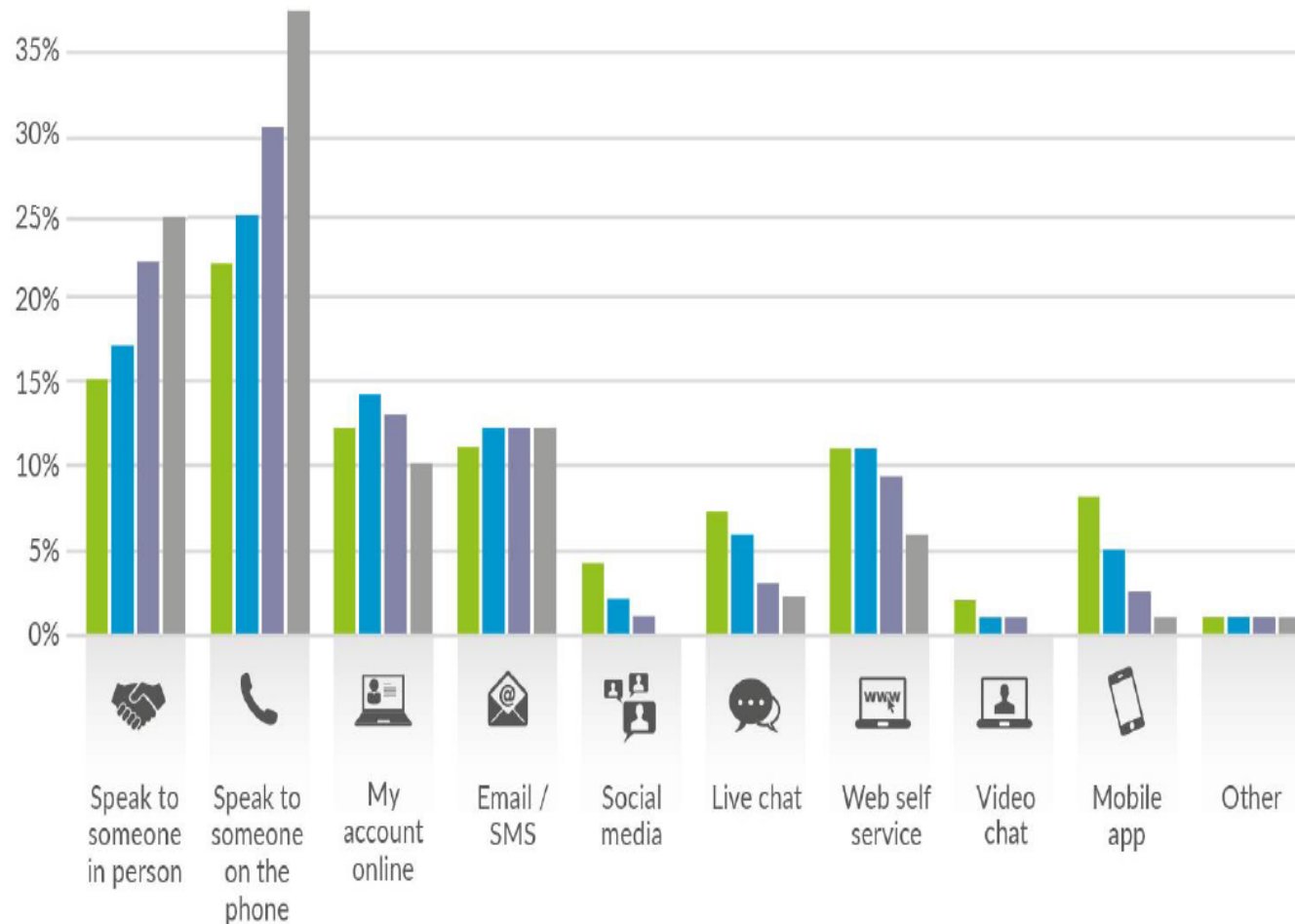




Younger generations are your future customers and they are driving the **switch to digital**

Channels customers want organizations to add, by generation:

- Millennials
- Generation X
- Baby Boomers
- Silent Generation



Millennials 18-35//Generation X 36-50// Baby Boomers 51-70//Silent generation 70+

DAILY SCRUM MEETING



SPRINT PLANNING MEETING



SCRUM CEREMONIES

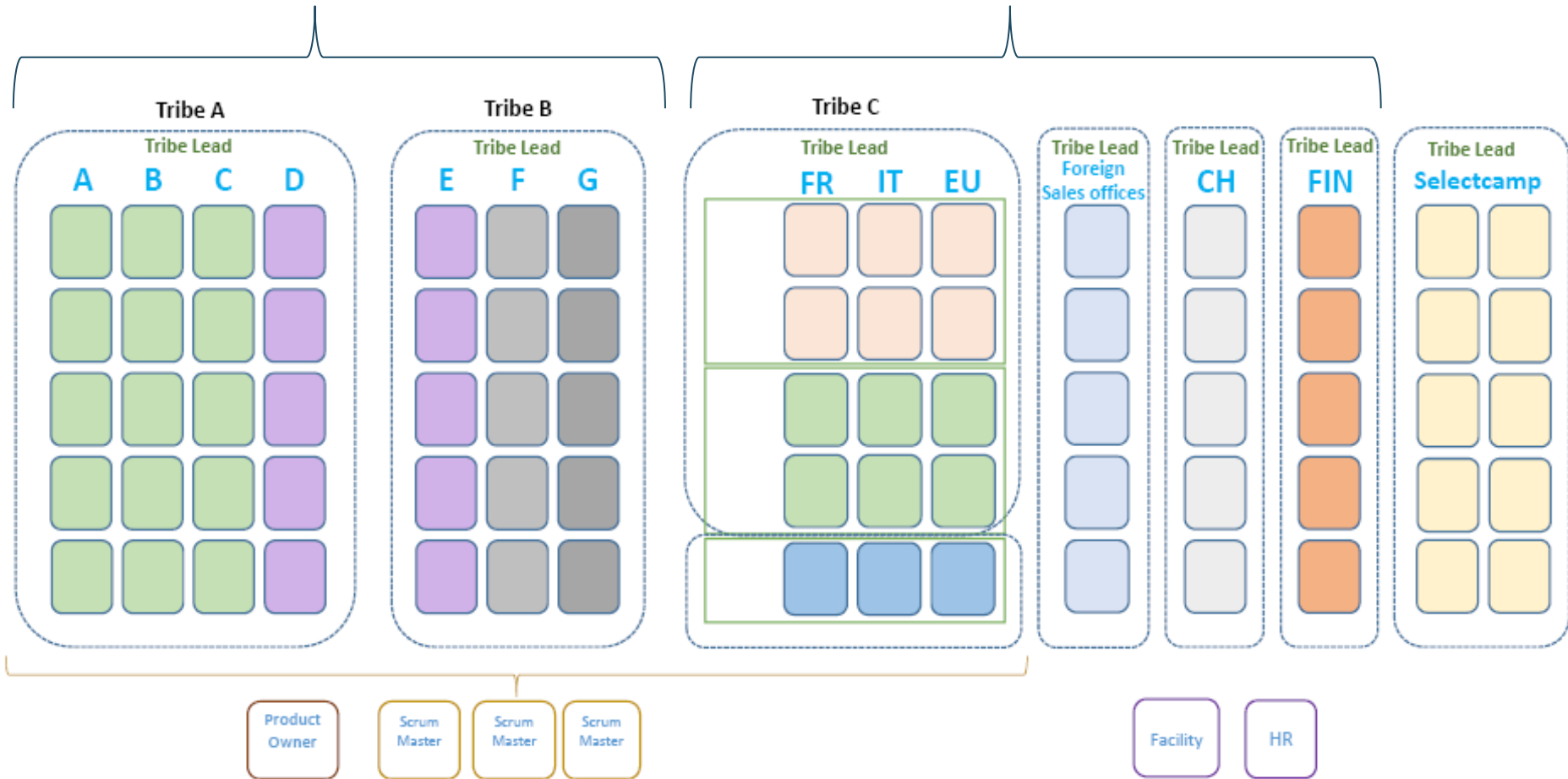
SPRINT REVIEW MEETING



SPRINT RETROSPECTIVE MEETING



Agile Teams

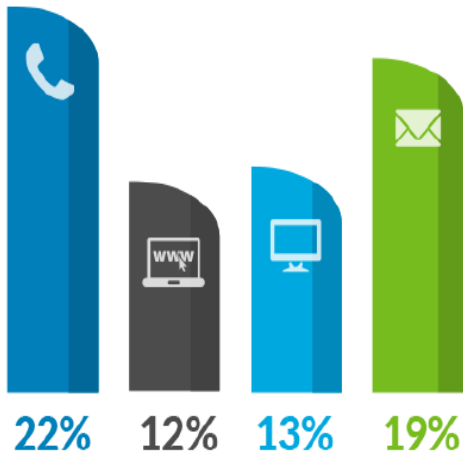


Man or Machine?

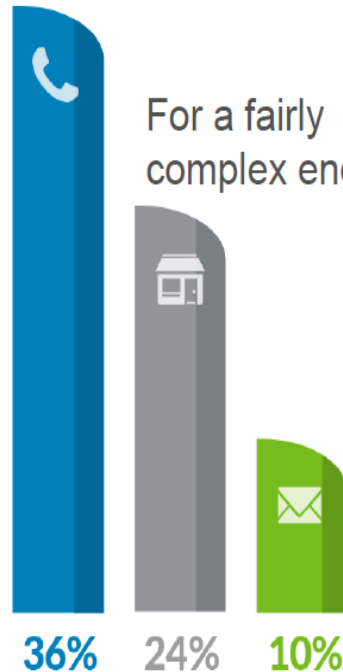
It all comes down to complexity...

- will make a phone call
- will use web self-service
- will manage account online
- will email or SMS
- will go in store or branch

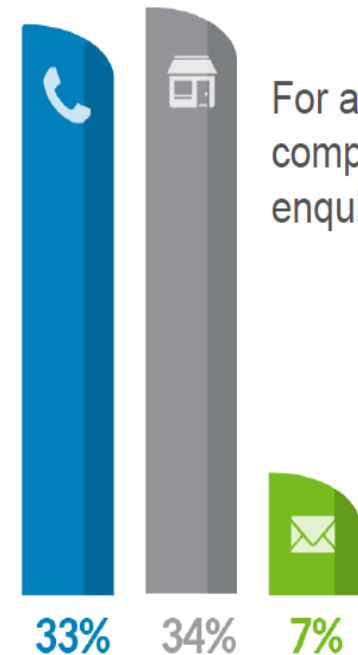
For a simple enquiry

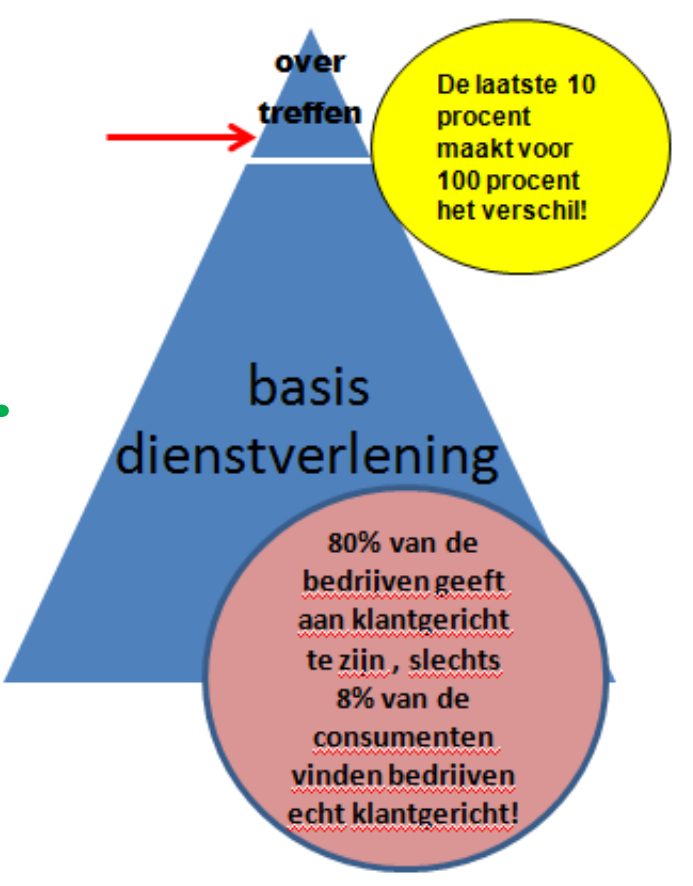
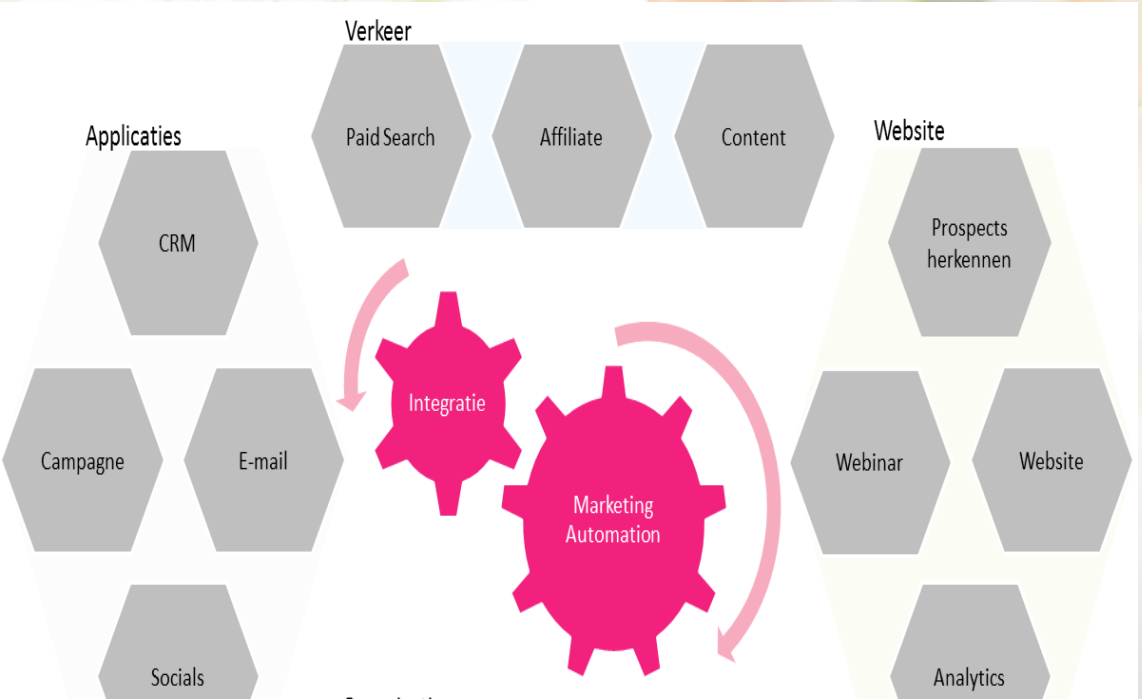


For a fairly complex enquiry



For a complicated enquiry



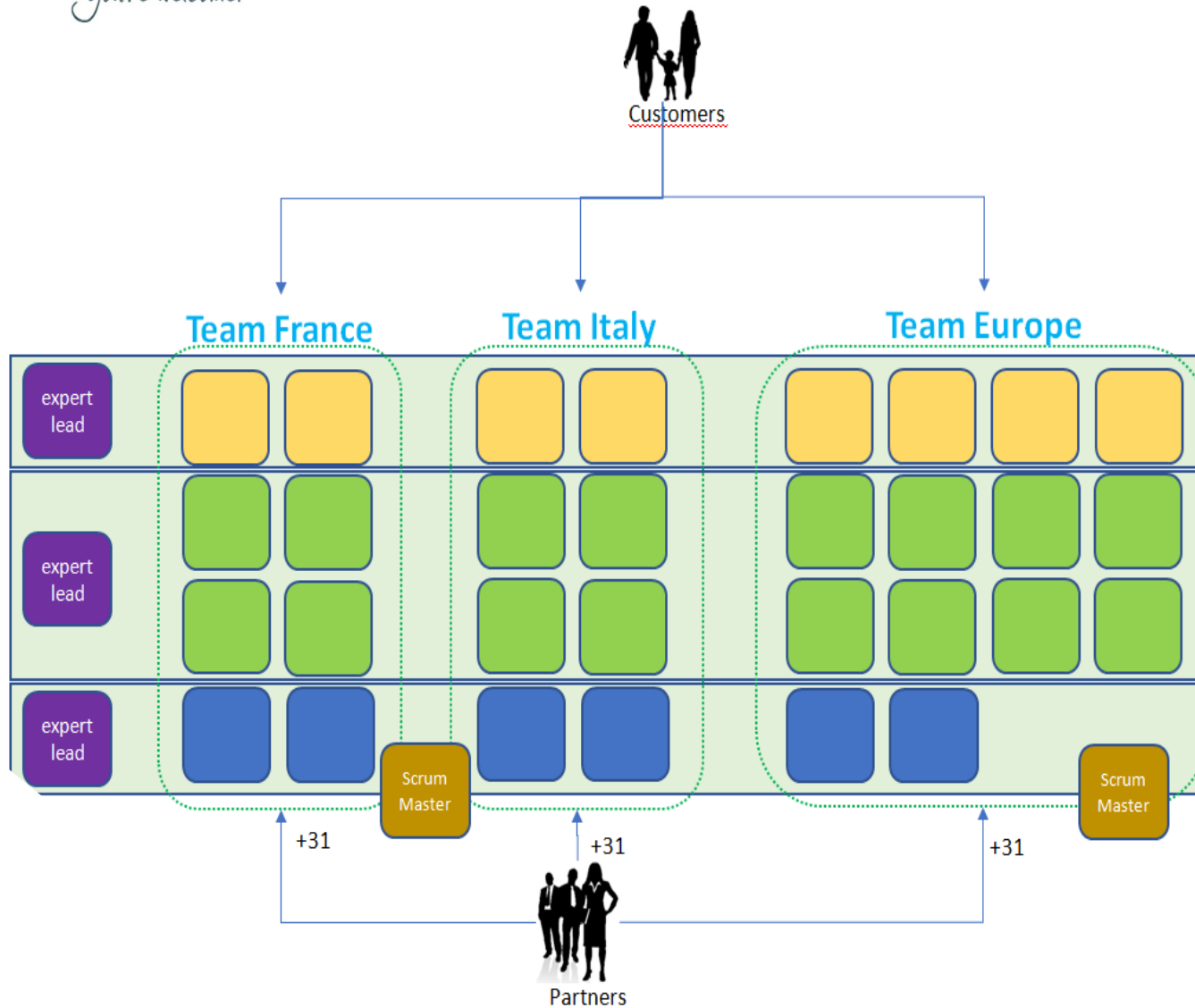


Team A t/m G EU

Operations EU

The **human touch** helps to drive loyalty

Scrum Teams in Operations



Employees core competence:

customer service, sales

booking, partner, process

account, sales

Scrum, team/indiv. coaching

consultant, mentor, recruitment

Going the extra mile

Customer service can mean many different things: friendliness, reliability, courtesy and politeness, understanding the customer's requirements, on-time delivery, response, delivering on promises, listening, empathising, or taking ownership of our connection to our clients.

But doing more than what your job profile calls for, with sincerity and integrity, to make the customer comfortable and make him feel important, is the way to go the extra mile in customer service.

Invite the customer into our Vacanceselect organization with a smile, even when you're talking on the phone!

Give the customer enough reason to justify his decision when he opts for your product or service!

You can only do this if you spend sufficient time explaining the unique benefits of your product or service to the customer.

Do customers still report any problem with the product or service? Know how to lend a helping hand!

90%
Company basics

10%
The extra mile



Mouse over the extra mile above!

Ik ontwikkel
Ik groei
Ik presteer



How can I help you?

What to focus on?

As you have seen, there are numerous additional services you can offer to make our guests' holidays nicer or more pleasant.

Some customers will appreciate some services, while other customers will appreciate other services. You will have to work out during your conversations what kind of services each client appreciates.

Which additional items bring in the most money for Vacanceselect?

- Bed linen and towels
- Child-related items, such as cots and high chairs
- Extras, such as meals, excursions and package deals
- Travel insurance *

* Not all sales offices sell travel insurance.

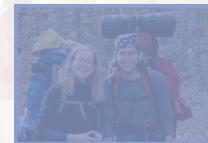


Our guests

Target groups

In the previous chapter you learned how to speak to our customers and treat them hospitably. But who are our customers, anyway? What is our target group?

If we take a look at our overall target group, what do you think it looks like?
(Click on the correct image.)



Correct!

Our main customers are approximately 38 years old, have two to three times the average income and therefore choose higher-end holidays.

Our target group uses social media frequently.

They do not necessarily look for cheap holidays, but do want efficient and complete service, both online and offline.

Our target group generally consists of double-income households.



Zet je medewerker centraal en zie wat er gebeurt...

 **VACANCESELECT**

CUSTOMER FOCUS MODEL VACANCESELECT EUROPE

'van klantvriendelijk naar klantgericht'

- Visie contact center: 'Iedere klant is bereid meer te betalen als ze een betere service ontvangen'

Wat is de MVP van ons gesprek (Waar moet een gesprek minimaal aan voldoen?). Kortom: Hoe bepaal je richting?

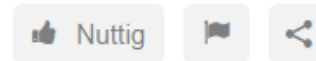


Gepubliceerd vrijdag 26 januari 2018

✓ Geverifieerde order

Geen 5 omdat ik maandag via online ...

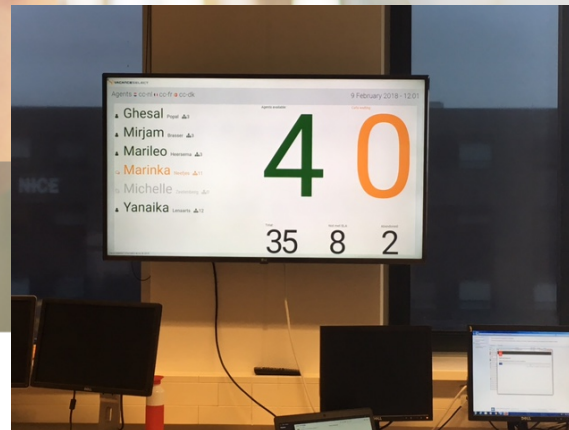
Geen 5 omdat ik maandag via online chat een vraag heb gesteld. Zouden me wat navragen en dan op de mail zetten Dit is niet gebeurd



Gepubliceerd vrijdag 26 januari 2018

Antwoord van Vacanceselect

Beste familie Schobbers, dat is uiteraard niet de bedoeling! Excuses hiervoor. Kunt u uw vraag anders per mail doorsturen t.a.v. mij (Annabel) naar welkom@vacanceselect.nl? Dan zoek ik het graag voor u uit. Groet ^Annabel



Wat klanten over ons zeggen

Goed 8,9



2384 klanten hebben een review geschreven

op TRUSTPILOT

[Bekijk reviews](#)



HACKATHON

20 t/m 24 maart



Concept Surprisereizen uitwerken
Om gaaitjes te kunnen opvullen voor Selectcamp kunnen we een surprisereizen concept aanbieden, waarmee we onze beschikbaarheid optimaal kunnen benutten.

Lookinside vernieuwen
In een samenwerking tussen IC3 en mensen met feeling voor de content het Intranet eens een grondige facelift geven/vernieuwen.

Hack the Process KS, COE, PS into Happy People!
Er is veel winst te behalen in de samenwerking tussen de diverse operationele afdelingen. Creatieve ideeën om de samenwerking soepeler te laten verlopen zullen er genoeg zijn, nu de uitvoering! Welke stappen kunnen er gezet worden?

De Eco-Acco (CO2 neutrale accommodatie)
Een betere wereld begint bij jezelf. Een "groene" acco zou een mooi plan kunnen zijn om verder uit te werken!

Deel jouw idee hier →

Deze projecten dienen ter inspiratie, deel jouw idee hier, of mail deze naar Hackathon@viaselect.com!

SPELREGELS

hackathon 20 t/m 24 maart



1. Doe wat je leuk vindt, waar je energie van krijgt of enthousiast van raakt.



2. Het heeft iets met viaselect te maken



3. Alleen is prima, met meer is leuker



4. Je kunt iets laten zien of vertellen op 24 maart



5. Eigen idee of andermans idee is goed

Resultaat.....



8,2 Beoordeling
Gebaseerd op 410 beoordelingen

Waterplezier
Verwarmd zwembad en verwarmd kinderbad

Uitstapjes
Florence, Siena en San Gimignano

Meer pluspunten...
Laagste prijsgarantie
Wijnen de Chianti-wijnvelden
Speelterrains voor kinderen

Wij zijn hier geweest
 CYNTHIA JANSSEN
 MARINKA NEEFJES
Bel ons voor meer info op 072 5183 183



Travelife
CERTIFIED
Excellence in sustainability



GDPR | Let's Game

VACANCESELECT



FAMILIEBEDRIJF
AGILE / SCRUM
GLAMPINGVAKANTIES
ONLINE MARKETING
FITNESSABONNEMENT
FILEVRIJ NAAR JE WERK
PASSIEVOL
FRUIT VAN DE ZAAK
DUURZAAM ONDERNEMEN
GOEDE SECUNDAIRE VOORWAARDEN
MENSGERICHT
LUNCHREGELING
HANDS-ON

De leukste werkgever van Alkmaar!

Zin om een keer te komen kijken?

You're so Welcome!

Groet,
Eveline Erkelens
Vacanceselect



eveline.erkelens@vacanceselect.nl

