



Als het aan de kat lag

Op diverse gelegenheden georganiseerd door luchtvaartmaatschappijen of door de verschillende brancheverenigingen zoals NATM en ANVR spreek ik regelmatig met directeuren en leidinggevenden van andere zakenreisorganisaties die actief zijn in de Nederlandse markt. Vanzelfsprekend wordt er kennis uitgewisseld over zaken die ons allen bezighoudt en dan met name de niet concurrentiegevoelige zaken. De organisatie van de 24 uren dienst is hierbij een vaak een terugkomend onderwerp. In Nederland zijn wij slechts een derde van onze tijd op ons werk aanwezig. Onze reizigers, veelal in dienst bij grote multinationals, vliegen wereldwijd in vele tijdzones en zij hebben behoefte aan een 24 uren dienstverlening. De klant is gewend aan een bepaald type dienstverlening en verwacht deze eerlijk gezegd op een 24 uren basis, een dienst dus waar elk zichzelf respecterende zakenreisorganisatie niet buiten kan. De organisatie van een dergelijke dienst wordt door vrijwel alle organisaties extern uitbesteed aan een andere organisatie of deze wordt uitgevoerd door een interne dienst ergens in een land met als enige gemene deler dezelfde naam van de keten.

Vanzelfsprekend zijn de eisen die wij aan een dergelijke partij stellen extreem hoog. Stuk voor stuk willen wij dat onze klanten bediend worden op eenzelfde hoogwaardige wijze als zij tijdens kantooruren van onze eigen professionele staff is gewend. Daarnaast willen we dat de klant effectief, snel maar bovenal tegen de scherpste tarieven worden geholpen. Wat mij altijd opvalt tijdens deze gesprekken is dat het eigenlijk altijd maar over 1 ding gaat namelijk de ervaring en de kwaliteit van het personeel.

Als professionals kennen wij de tarievenjungle en weten wij dat onze klanten alleen goed bediend kunnen worden als het personeel goed is opgeleid. Zonder goede opleiding en ervaring wordt het een kansloze exercitie. Niemand van ons heeft het over zaken als de prijs die we dienen te betalen. Het gaat vrijwel alleen om de kwaliteit van het personeel. Als wij als zakenreisagenten een reisdienst inkopen gaan we dus vooral af op de kwalificaties van het personeel, het personeel dat onze klanten moet gaan bedienen. Het geeft aan hoe groot de waarde van dit onderdeel is dat de professional hier zelf aan toekent.

Het verbaast mij soms dat wij uitnodigingen ontvangen van bedrijven met de meest uitgebreide aanbestedingsdocumenten voor de organisatie van reisdienstverlening, ook wel RFP's genoemd, waarin wij worden gevraagd of ons personeel voor het woon werkverkeer wel milieuvriendelijk rijdt en of wij geen thuiswerkprogramma's hebben om het milieu te sparen, hoe deze er uit zien en waarom we daar voor gekozen hebben. Ook altijd veel vragen over ISO certificering en of we onze rechten van Buma Stemra wel betalen voor de muziek die op kantoor wordt beluisterd. Wat echter steeds weer mijn verbazing schetst, is dat er in veel gevallen geen enkele vraag gesteld wordt aangaande de opleiding en de ervaring van het personeel dat de klant moet gaan bedienen, in ons vak de **meest** prijsbepalende factor van het product dat men inkoop of beoogd in te kopen.

Niet alleen een volstrekt gemiste kans, maar zeker ook een verkeerde vorm van inkoop. Het luchtvaartproduct is een kennisproduct waarvan de inkoop zeer nauw samenhangt met het kennis en ervaringsniveau van de medewerker die de reservering maakt. Hoe meer ervaring hoe voordeliger de inkoop. Het is zeer zeker geen volume product, het wordt (vrijwel) niet voordeliger als u bij ons voor 1 miljoen of voor 10 miljoen aan vliegtickets inkoop.

Goed ervaren personeel leidt dus tot een voordeliger inkoop, maar is iets duurder. De besparing is echter exponentieel meer dan de personele meerkosten.

Indien we nu nog eens kijken naar de aanbesteding, dan bestaat deze meestal uit een aantal onderdelen. Per onderdeel kan de inschrijver een aantal punten krijgen. De inschrijver met de meeste punten wint de aanbesteding. Vaak wordt er geen enkele eis gesteld aan de kwaliteit van het personeel maar zijn er wel veel punten te behalen op de bemiddelingsfee. Het resultaat is dan duidelijk. Om zo scherp mogelijk te kunnen inschrijven wordt zoveel mogelijk op de kostprijs bespaard door laaggeschoold personeel of stagiaires voor de betreffende klant in te zetten. De inschrijver krijgt hiermede dan het maximaal aantal punten.

Na de gunning is het resultaat echter dat de vliegtickets veel te duur worden doordat de medewerkers de weg in de tarievenjungle niet of nauwelijks weten te vinden en is de klant veel te duur uit. De bemiddelingsfee is weliswaar laag maar de tickets zijn veel te duur. De klant denkt dat goed is ingekocht tegen de laagst mogelijke bemiddelingsfee. Echter men weet niet dat er voordeliger alternatieven mogelijk zijn omdat deze door de onervaren medewerker niet worden aangedragen. Wij spreken dan van de zogeheten "Fee Fuik". Men denk dat het goedkoop is maar dat is het niet.

Binnen Schiphol Travel werken slechts senior krachten met een verplichte minimale ervaring van 5 jaar en met een minimale Fares en Ticketing opleiding van FAT 2. Er werken geen stagiaires en er werkt niemand in deeltijd. Schiphol Travel heeft hiermede het hoogste opleidingsniveau in de Nederlandse markt. Schiphol Travel kan uw onderneming met deze ervaren krachten een heel hoog besparings-tarief garanderen tot soms wel 20% onder het prijsniveau dat u kwijt zou zijn als u online zou boeken. U bent dus veel voordeliger uit, u ontvangt professionele en persoonlijke dienstverlening en u bespaart veel tijd. De Account Managers van Schiphol Travel wijzen u de weg in de tarievenjungle.

Ik vraag me dan op zo'n moment wel eens af voor wie de inkopers en procurement medewerkers zouden kiezen als zij, net als de zakenreisagenten zelf zouden weten dat het eigenlijk alleen maar draait om de kennis en de ervaring van het ingezette personeel.

Als het aan de professional zelf lag Ach u raadt het alWhiskas !!

Daan Lenderink
Directeur Schiphol Travel