

Schiphol Travel International

Global Travel Management for Multinationals

Local Power, Global Data



Schiphol Travel International
Exclusive Business Travel Services



“De Verenigde Staten van Europa bestaan niet”

“Global Travel Management; Local Power & Global Data”

“Culturele, taaltechnische en economische verschillen in de EU markten zijn enorm”

“Professioneel Travel Management in deze regio vraagt om *lokale* partners die bekend zijn met de **lokale** cultuur, die **lokale** producten kunnen boeken, de lokale taal spreken en kunnen boeken tegen de lagere **lokale** tarieven”

“U heeft wel inzicht nodig in de lokale bestedingen van de landen en wilt deze vergelijken met andere landen”

“U heeft een volledig Management Rapport nodig met alle data en graphics van *alle* landen”

Professional Travel Management; Local Power & Global Data

- Schiphol Travel geeft u zo'n rapport, maandelijks en zonder kosten !!
- U blijft bij uw lokale marktpartij en u blijft profiteren van de lokale voordelen
- Schiphol Travel verzamelt alle data voor u in Zwitserland en geeft u één totaalrapport voor alle landen”
- U blijft profiteren van de voordelen op lokaal niveau en u krijgt toch een professioneel inzicht in een wereldwijd totaalrapport
- Gewaardeerde lokale leveranciersrelaties kunnen in stand blijven. Het is snel implementeerbaar, gratis en realiseerbaar met minimale interne reorganisatie
- Nadat u inzicht heeft kunt u verdere stappen bepalen



Daan Lenderink

CEO Schiphol Travel International Group
London, April 15th 2010

Inleiding Besparen op lokaal niveau

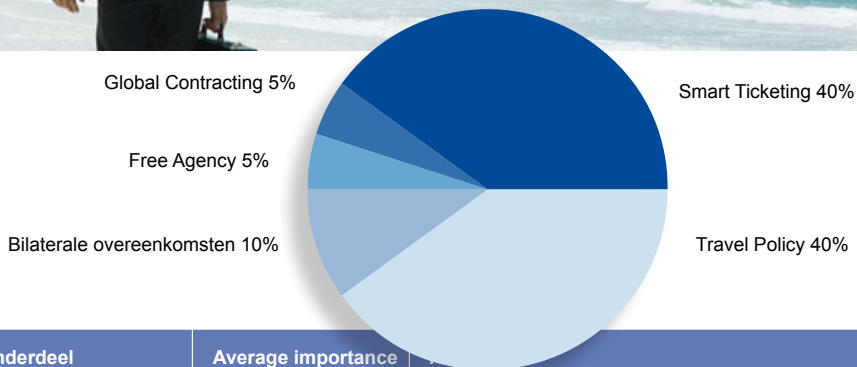
De zakenreizen vormen binnen veel internationaal georiënteerde bedrijven een aanzienlijke kostenpost en zijn intern dikwijls snel gekwalificeerd binnen een mogelijke bezuinigingsronde. De zakenreizen nemen binnen veel bedrijven vaak een hoge plaats in binnen het kostenportfolio, zijn niet productiegebonden en daarom vaak favoriet als het gaat om het besparen van kosten.

Vanuit het management wordt bij besparingen vaak gedacht aan een centrale inkoop waarbij het volume toeneemt. “Het zal dan wel goedkoper worden”, zo is de gedachte. Meestal is dit juist niet zo. Vaak gaat men voorbij aan de travel policy en smart ticketing, onderdelen waar veel meer op te besparen valt zo leert de ervaring.

U bent als Travelmanager constant bezig met het optimaliseren van processen om te komen tot een zo efficiënt mogelijk goedkeurings-, boekings- en factureringsproces. Daarnaast probeert u een zo hoog mogelijk rendement te verkrijgen op uw overeenkomsten met de diverse luchtvaartmaatschappijen. Binnen de travel policy liggen de regels vast ten aanzien van de bestedingen van de medewerkers.

Professioneel Travel Management kenmerkt zich door een optimale afstemming van de onderdelen die een rol spelen bij de beheersing van de kosten. Schiphol Travel is uw bedrijf behulpzaam bij al deze processen zonder dat hier kosten aan verbonden zijn. Maar welke onderdelen zijn nu echt van belang als het gaat om een zo scherp mogelijke inkoop?

Schiphol Travel geeft uw bedrijf een advies op maat. Vanzelfsprekend verschilt dit per onderneming, echter desondanks zijn er toch een aantal hoofdbestanddelen die voor u van belang zijn. Wij hebben daarom een standaard lijst opgesteld waar de gemiddelde importantie van de verschillende onderdelen wordt beschreven om zo te komen tot een effectief en professioneel travel management voor uw onderneming.



Importantie	Onderdeel	Average importance	
1	Travel Policy	40%	Is uw policy wel up to date? Wordt er verstandig omgegaan met bedrijfs gelden?
2	Smart Ticketing	40%	Wat is het huidige percentage aan besparingen?
3	Bilaterale overeenkomsten	10%	Worden de kortingen wel maximaal benut?
4	Free Agency	5%	Welk percentage fee betaalt u?
5	Global Contracting	5%	Vrijwel nooit voordeliger dan lokale deals

Er moet bespaard worden op de reiskosten

De inkoop van zakenreizen is een vak apart waarbij specialistische kennis noodzakelijk is. Geheel ten onrechte wordt vaak gedacht dat centrale aanpak en inkoop van vliegtickets voordeliger is aangezien het totale volume dan toeneemt. In de praktijk blijkt dit in veel gevallen echter juist duurder. Luchtvaartmaatschappijen zijn voor wat betreft hun verdienmodel, in vaktermen ook wel yield management genoemd, sterk gedecentraliseerd met lokale prijspolitiecs per land die veel voordeliger zijn dan de officieel geldende tarieven. Een centrale volume-aanpak leidt tot officiële tarieven, zeker als er gebruik gemaakt wordt van een zogenaamde online tool.



Een stapsgewijze aanpak

Indien u als onderneming wilt besparen op de zakenreizen kunt u het beste als eerste naar de travel policy kijken. Middels een goede inzage in de gemiste besparingen kunt u zien wat er mogelijk nog meer bespaard kan worden. Schiphol Travel kan voor u een aantal scenario's tot wijziging van de travel policy opstellen en aan de hand van de huidige omzetten berekenen wat deze aanpassingen zouden opleveren op jaarbasis. Additionele besparingen op budgetten zijn soms mogelijk door een simpele wijziging in de policy door te voeren. Met een document van Schiphol Travel waarin is doorgerekend welke aanpassingen wat opleveren heeft u een goed document in handen voor het management met daarin een aantal opties en wat deze opleveren.

Het tweede onderdeel dat van cruciaal belang is, is de besparing middels Smart Ticketing. Hiervoor is inzage in de management reporting van belang. Vooral het ervarings- en opleidingsniveau van de medewerker die de reserveringen maakt voor uw onderneming is hierbij van belang. Hoe hoger dit is, des te meer de besparing van Smart Ticketing zal zijn. Het personeel van Schiphol Travel heeft het hoogste opleidings- en ervaringsniveau in de markt. De minimum toelatingseisen zijn dermate hoog dat er niemand binnen Schiphol Travel werkt met minder dan 5 jaar ervaring. Bovendien werkt er ook niemand in deeltijd.

Schiphol Travel helpt uw organisatie met het afsluiten van bilaterale afspraken met airlines. De service is van belang om te bepalen welke kortingsovereenkomst binnen uw organisatie het hoogste rendement oplevert.

Ten aanzien van de bemiddelingsfee is het van belang na te gaan welke bijkomende kosten er zijn. Wat is bijvoorbeeld het percentage van de totale fee op de totale omzet.

Als laatst gaat Schiphol Travel voor u na of een globale inkoop van tickets wellicht goedkoper is. In vrijwel alle gevallen is dit echter niet voordeliger. Dit heeft te maken met het feit dat luchtvaartmaatschappijen sterk gedecentraliseerde tariefsmodellen hebben, welke gestoeld zijn op de markt (lees ; homecarrier van) het betreffende land. In het desbetreffende land volgt men dan een lokaal prijsbeleid dat geheel op de betreffende markt en economie is afgestemd. Het beste resultaat wordt behaald als er maximaal wordt geprofiteerd van deze lokale deals met een lokale partner.

Global Travel Management; Local power, Global Data



Wereldwijde hoofdkantoren van multinationals hebben een groeiende behoefte aan inzicht in de financiële bestedingen op het gebied van de bestedingen aan travel in de diverse landen.

In de verschillende landen is de omzet echter vaak verdeeld over verschillende lokale leveranciers ieder gespecialiseerd in de betreffende lokale markt. Soms wordt ook de geldende travel policy op verschillende manieren geïnterpreteerd.

Veel bedrijven beogen het centrale inzicht in de bestedingen per land te verkrijgen door te wisselen naar één agent in alle landen waarin zij actief zijn. Als het om inzicht in de bestedingen gaat is dit eigenlijk helemaal niet nodig. Er zijn andere manieren waarop dit inzicht sneller, beter, goedkoper en met veel minder ongemakken en interne onrust verregen kan worden.

Het wijzigen naar een centrale agent levert de volgende uitdagingen op:

- Zeer moeilijk en tijdrovend aanbestedingstraject.
- Bestaande soms succesvolle samenwerkingen dienen te worden beëindigd.
- Culturele verschillen.
- Valuta en BTW verschillen.
- Taalverschillen (vooral Zuid Europese landen).
- Iedereen dient te wijzigen, procedures worden anders.
- Bilaterale uitdagingen, veel lokale deals mogen alleen in de lokale markt worden uitgegeven.
- Verlies van Smart Ticketing, in de meeste landen de belangrijkste kortingsvorm.
- Overredingskracht en uitgebreide implementatie noodzakelijk ten aanzien van de verandering.



Sommige multinationals zijn zichzelf vaak niet bewust van de enorme diversiteit van de landen in Europa. Op cultuurtechnisch, valutair en taalkundig vlak en vooral ook op economisch gebied zijn de verschillen enorm. Zo kost een business class ticket met KLM van Athene naar New York Eur 1325,00, vanaf Amsterdam kost dit zelfde ticket Eur 2744,00. De Griekse luchtvaartmarkt is onvergelijkbaar met de Nederlandse.

Veel producten zijn ook slechts in de lokale markten leverbaar. Zo kent men in het Verenigd Koninkrijk maar liefst 4 verschillende spoorwegmaatschappijen waarvan er slechts een aantal online te boeken zijn en men over het algemeen geen credit cards accepteert en aan agenten in het buitenland niet levert. Voor Frankrijk en Italië gelden weer andere uitzonderingen, bijvoorbeeld op het gebied van Smart Ticketing, de belangrijkste korting voor uw bedrijf. In veel Europese markten kan de agent een besparing realiseren van meer dan 25% van het totale budget. Het is van het grootste belang dat deze besparing in stand blijft.

Gedecentraliseerd tariefstelsel

Luchtvaartmaatschappijen hanteren een sterk gedecentraliseerd tariefstelsel. De reden hiervoor is dat luchtvaartmaatschappijen zich in andere dan hun thuismarkt snel moeten kunnen aanpassen aan de lokale marktomstandigheden. Zij hebben daarom eigen targets meegekregen van hun hoofdkantoor, beschikken over een eigen mandaat en voeren een eigen yield management beleid. Dit geldt zowel binnen als buiten Europa. In feite kan gezegd worden dat een KLM kantoor in Duitsland eigenlijk een concurrent is van een KLM kantoor in België, beiden concurreren elkaar om de gunst van de passagier.

Het resultaat hiervan is dat luchtvaartmaatschappijen in een bepaald land volumedeals aangaan met de lokale vestiging van uw onderneming om in het betreffende land voor hun lokale vestiging zoveel mogelijk omzet te genereren.

Smart Ticketing

Smart Ticketing is de belangrijkste korting welke behaald kan worden. De korting ontstaat doordat slimme combinaties worden gemaakt waarbij fictieve vliegcoupons worden toegevoegd of juist weggelaten. Een andere truc is bijvoorbeeld het gebruik van 2 speciale week-end retours (die beiden maar voor de helft worden gebruikt) binnen Europa waardoor de ticketprijs soms wel meer dan 50% goedkoper is in relatie tot een normaal dagretour. In totaal gaat het om een verzameling van zo'n 35 verschillende trucs om de vliegtickets voordeliger te maken. De verzamelnaam voor dit proces is "Smart Ticketing".

Om u een indruk te geven, Schiphol Travel bespaart voor haar gemiddelde klant maar liefst 25% van het totale reisbudget middels Smart Ticketing! Dit in relatie tot de tarieven die online beschikbaar zijn.

Deze kortingsvorm is zonder meer de belangrijkste kortingsvorm. De korting is zelfs zodanig hoog dat Schiphol Travel haar complete bedrijfsproces heeft ingericht om, voor uw bedrijf, maximaal van deze korting te kunnen profiteren.

Deze kortingsvorm staat geheel los van het volume. Deze kortingsvorm kan niet gerealiseerd worden in een zogenaamde online bookingtool. Daarnaast geldt dat veel trucs alleen mogelijk zijn in het land van vertrek, aangezien de tariefstelsels zeer nationaal gericht zijn, hetgeen te maken heeft met de zeer gedecentraliseerde organisatie van luchtvaartmaatschappijen in het algemeen.





Zoals gezegd is deze belangrijkste kortingsvorm niet volume maar vooral kennis gerelateerd. Hoe hoger het kennisniveau en hoe meer tijd er aan de reserveringen besteed wordt, hoe beter het tarief. Vanuit deze hoedanigheid heeft Schiphol Travel een minimum eis voor personeel betreffende ervaring van tenminste 5 jaar en een minimum opleidingsniveau van FAT 2. Naast opleiding en ervaring spelen nog een paar andere elementen een rol. We noemen ze hier even kort:

1. Opleidings- en ervaringsniveau van de medewerker die de reizen doet dient hoog cq lang te zijn.
2. De toegewezen tijd per reservering dient lang te zijn.
3. De kennis van het reispatroon dient hoog te zijn.
4. Een zo direct mogelijke "1 op 1" communicatie is een vereiste.

Als deze 4 voorwaarden maximaal zijn vertegenwoordigd in een dienstverleningsmodel, dan kan de korting oplopen tot zo'n 25%. Als deze minder vertegenwoordigd zijn, dan is de korting minder en kan deze zelfs teruglopen naar 0%. De korting is zoals gezegd niet mogelijk middels een online tool.

In feite zou dus gezegd kunnen worden dat uw reisagent als inkoper fungeert. Hoe beter aan de voorwaarden wordt voldaan, des te hoger de korting. Hoe hoger het opleidings- en ervaringsniveau, des te meer tijd er aan een ticket wordt besteed. Hoe meer kennis er is van het reispatroon en hoe directer de communicatie des te hoger zal de korting zijn. In de aanbeveling dient de agent vooral hierop geselecteerd te worden.



Schiphol Travel International Global Travel Management Solution

Op basis van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat er aan de ene kant geprofiteerd dient te worden van de lokale voordelen zoals Smart Ticketing en de bilaterale deals in de landen zelf. Voor hotelovereenkomsten geldt eigenlijk hetzelfde. De lokale agent spreekt de lokale taal heeft de lokale contacten en maakt gebruik van de lokale deals.

Aan de andere kant dient er tegelijkertijd wel globale grip te zijn op de landen en hun reisgedrag. Hiervoor moeten de agenten in de betreffende landen op uniforme wijze data aanleveren welke dagelijks wordt geconsolideerd in een datacenter. Op deze manier wordt er optimaal geprofiteerd van de lokale marktsituaties terwijl alle data wordt gecentraliseerd waardoor u in een oogopslag inzage krijgt in de bestedingen per land.

Dagelijks is er inzicht in de bestedingen van de verschillende landen. Op basis van de geldende travel policy is kraakhelder inzicht mogelijk in de besparingen en gemiste besparingen. Met naam en toenaam kan gezien worden welke mensen in welke landen de geldende travel policy overtreden. Daarnaast geldt dat voor de toekomst alle geldende kortingsmogelijkheden voorhanden zijn omdat de data centraal is. Het wordt voor uw bedrijf dan heel eenvoudig om te zien welke landen wel en niet besparen. Ook wordt het mogelijk om de travel policy te wijzigen en dan dagelijks inzicht te hebben in de extra besparingen.

Schiphol Travel heeft haar eigen datawarehouse in Zwitserland opgericht dat dient als een centrale opslagplaats van alle data, zie ook <http://www.swissdatatechnologies.com/> De agent levert haar data dagelijks aan middels een secured FTP verbinding in een vooraf vastgesteld uniform formaat. Een programmeur dient de vertaalslag te maken, maar Schiphol Travel kan hier ook mee helpen. Er ontstaat vervolgens dagelijks een uniforme dataopslag van alle landen. Middels een password heeft u vervolgens via de website toegang tot een zeer breed spectrum aan super gebruikersvriendelijke graphics.

Zie bijgaand persbericht; <http://schipholtravel.nl/documents/sdtarticle/Dataconsolidation.pdf>



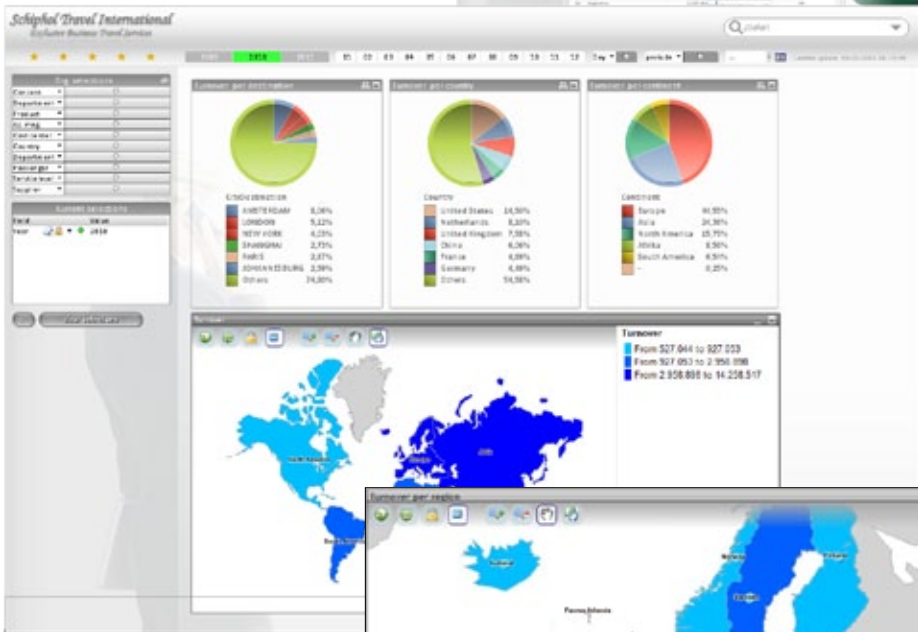
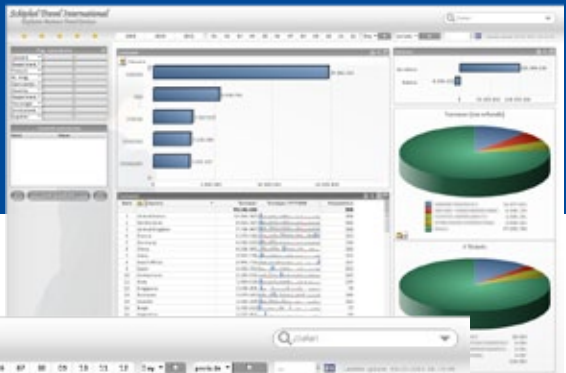
Voordelen van Swiss Data Technologies:

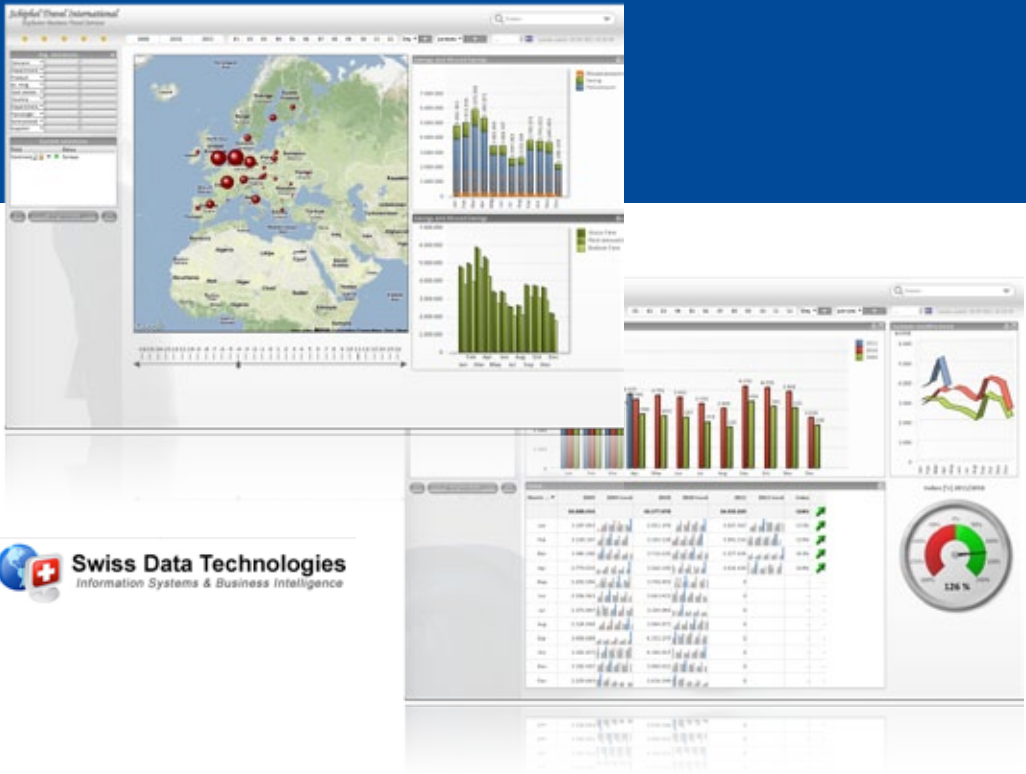
1. Relatief snel implementeerbaar
2. Goedkoop
3. Weinig werk
4. Hoge acceptatiegraad in de verschillende landen
5. Effectief
6. Weinig interne wijziging
7. Grote tevredenheid van de buitenkantoren
8. Zelfde rendement



Alle graphics zijn doorklikbaar (vergelijkbaar met Google Earth) en met een simpele druk op de knop exporteert u de gegevens naar uw eigen lokale Excel omgeving. In een handomdraai heeft u alle gegevens bij de hand en verkrijgt u inzage in de landen waar u gevestigd bent. U ziet precies welke mensen welke bedragen besparen en waarom. U krijgt ook inzage in de gemiste besparingen (dit bestaat uit het verschil tussen de voordeligst aangeboden optie binnen de travel policy en de door de passagier gekozen optie inclusief de reden hiervan. Dit allemaal op persoonlijk niveau.

Bijgaand voorzien wij u van enkele impressies ter illustratie.





Het is dus niet noodzakelijk om voor data consolidatie een aanbestedings-traject te starten voor een centrale agent. Professioneel Global Travel Management volgens de beschreven methode is veel goedkoper, sneller, effectiever en leidt tot veel minder interne onrust. Daarnaast wordt de landen veel meer vrijheid gegeven in leverancierskeuze en kunnen goed functionerende leveranciers (naar keuze) behouden blijven. Met deze methode wordt het mogelijk grip te krijgen op alle landen, direct inzicht in de performance te meten, maar zonder een duur, lang en zwaar aanbestedingstraject waarbij ook de “tevreden” landen van agent moeten wisselen met mogelijke kans op interne onrust onder reizigers of personeel.

Indien de achtergrond voor het traject bestaat uit de wens om meer grip op de reisuittgaven van de verschillende landen te krijgen en hier inzicht in te verkrijgen en de mogelijkheid hier op in te kunnen grijpen dan is de oplossing van Schiphol Travel en Swiss Data Technologies perfect voor uw organisatie.

De Implementatie



Schiphol Travel zal helpen bij de interne communicatie omtrent een meer centrale aanpak van de reizen en het hoe en waarom. Hiervoor hebben wij vele draft teksten.

Uw lokale vestiging krijgt een keuze te blijven bij de huidige agent, deze dient dan echter wel haar data te uploaden op de site van Swiss Data Technologies per een vast te stellen datum in de toekomst.

De lokale agenten krijgen ruimschoots de tijd om aan de eisen te voldoen en hun IT department te vragen de software te installeren en of software te bouwen zodat de data automatisch aangeleverd wordt middels een beveiligde FTP lijn. Een goede programmeur is hier gemiddeld 1 dag mee bezig.

De data wordt gecentraliseerd in het super beveiligde datacenter in Zwitserland, en u krijgt toegang middels een beveiligde FTP verbinding.



Schiphol Travel International
Exclusive Business Travel Services



Global Travel Management in 2 stappen

In sommige gevallen wordt door multinationals te snel het besluit genomen om te kiezen voor een nieuwe agent. Het advies van Schiphol Travel luidt om eerst een analyse te maken van de Travel Policy en door te rekenen wat de eventuele besparingen zouden kunnen zijn op lokaal niveau.

Op het moment dat dit onder controle is adviseren wij om in eerste instantie er voor te zorgen dat er inzage komt in het bestedingspatroon van de diverse landen. Vaak worden er door lokale agenten prima prestaties geleverd en is het helemaal niet nodig om in een bepaald land in te grijpen. Wij adviseren dus eerst om aansluiting en inzage te krijgen alvorens ergens in te grijpen of van agent te wisselen. Dit noemen wij stap 1.

STAP 1

Maak de bestedingen, besparingen en gemiste besparingen van de diverse landen eerst inzichtelijk

Het verkrijgen van de inzage kan middels de oplossing met Swiss Data Technologies, echter er zijn ook andere manieren, waarvan wij de belangrijkste 4 hier nader willen noemen ;

1. Swiss Data Technologies

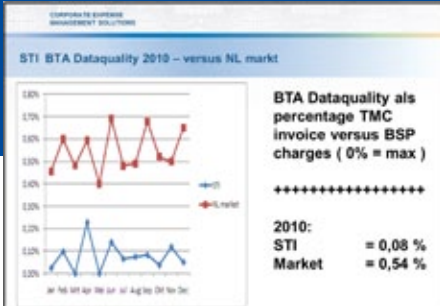
(www.Swissdatatechnologies.com) Zie beschrijving

2. Schiphol Travel levert data aan een andere data consolidator

Schiphol Travel kan haar eigen travel data ook aanleveren aan een andere Data Consolidator en ook aan andere reisorganisaties. Indien u bijvoorbeeld in het buitenland gebruik maakt van een vaste agent maar de Nederlandse data wil laten meelopen in het allesomvattende rapport van een andere supplier dat is het mogelijk om de Schiphol Travel Data in elk gewenst formaat aan te leveren aan de andere supplier.

3. Een UATP Credit Card Product

U kunt er voor kiezen om in alle landen waarin zakelijke reizen voor uw organisatie worden geboekt te kiezen voor een afrekening middels een credit card die is aangesloten op het Universal Air Travel Plan, ook wel UATP genoemd.



Voorbeeld 1 <http://corp.americanexpress.com/gcs/intl/unitedkingdom/corporatecards/bt/>

Voorbeeld 2 <https://www.airplus.com/nl/nl/>

Ter informatie ; Schiphol Travel (STI) heeft een A certificering van American Express, waarbij de foutmarge van de aangeleverde data wordt gekenmerkt door de hoge kwaliteit in relatie tot de rest van de markt. Bijgaand treft u het laatst ontvangen certificaat aan van American Express waarin de hoge datakwaliteit nogmaals wordt bekrachtigd.

4. Prism

Dataconsolidatie kan ook als uw agenten zijn aangesloten bij Prism, een centraal platform waarop de agenten in een vast formaat traveldata aanleveren, zie ook <http://www.prism-grp.com/>

Intergratie met een Global Expense Management System


Indien er binnen uw organisatie gewerkt wordt met een zogenaamd Global Expense Management System of Mobiel expense system zoals bijvoorbeeld Concur (<http://www.concur.com/>) kan Schiphol Travel een rol spelen in het aanvraagproces en het aanleveren van complaint data. Neem hiervoor contact op met uw Account Manager.

STAP 2

Evalueer de omzetten per land en maak een stappenplan per land.

Nadat alle landen zijn aangesloten is er inzage in het bestedingspatroon per land. Ook is er inzage in de besparingen en de gemiste besparingen, welke afdelingen hiervoor verantwoordelijk zijn en ook de redenen waarom. Nu is de tijd rijp voor het maken van keuzes. U heeft nu een helder inzicht in de bestedingen, de besparingen en de gemiste besparingen en de fees die u hier per land voor dient te betalen. U kunt nu een plan van aanpak opstellen.

Schiphol Travel kan u nu behulpzaam zijn bij het opstellen van een professioneel plan van aanpak waarbij per land een advies kan worden gegeven. Soms is het van belang in bepaalde landen in te grijpen, u kunt dit nu doen met een zeer gedetailleerd plan.



Online Tool

Ten aanzien van een online tool willen wij u wijzen op de gevaren die dit met zich mee kan brengen. Een online tool lijkt soms weliswaar goedkoop maar is dit voor zakelijk gebruik niet.

De boekingen kwalificeren zich namelijk in het geheel niet voor smart ticketing, dit proces wordt in zijn geheel uitgeschakeld. Daarnaast verdwijnt iedere vorm van filtering of regulatie door Schiphol Travel. De mensen zullen die airlines boeken die zij zelf graag willen, terwijl dit misschien niet altijd de meest voordelige keuze is.

Opties en herboeken is niet mogelijk en ook restituties vormen een uitdaging. Omdat voor veel bedrijven de nadelen van dit online boeken niet goed bekend zijn sommen wij de belangrijkste nadelen nog even voor u op:

1. Regulerende factor op de reisopties is weg, de reiziger maakt nu zelf de keuze.
2. Insourcende factor, uw medewerkers gaan hun tijd besteden aan het boeken van reizen
3. Duurder omdat smart ticketing verdwijnt (u verliest tot 20% van uw budget)
4. (Meerdere) Optie reserveringen zijn niet mogelijk
5. Herboeken is niet mogelijk.
6. Restituties vormen een uitdaging
7. Ondermijnt efficiency binnen uw organisatie
8. Levering op factuurbasis meestal niet mogelijk en meestal betaalt u Euro 7,50 credit card fee



De Travel Policy en de Gemiste Besparingen

Vaak blijken de grootste besparingen reeds inzichtelijk als bestaande en gerapporteerde gemiste besparingen, eenvoudig realiseerbaar door een betere interne controle op de juiste uitvoering van het beleid.

Een simpele aanpassing van de Travel Policy kan soms heel erg veel rendement opleveren dat lang niet altijd in hoeft te houden dat men minder luxe kan reizen.

Zo hebben wij veel succes geboekt met een regel waarbij er condities kwamen op Intercontinentaal Business Class vervoer. In de nieuwe regel mag dat dan nog steeds, echter is men wel verplicht een voordeligere optie te nemen met een andere airline dan de directe vlucht indien deze aanwezig en beschikbaar is en voordeliger (dan een door u te bepalen bedrag) is. Hiermede worden bijvoorbeeld passagier keuzes ingegeven door een frequent flyer achtige achtergrond uitgeschakeld. Daarnaast betekent de regel dat het comfort van Business Class vliegen op Intercontinentale routes in stand blijft, en kan daarmee rekenen op veel intern draagvlak. Maar er zijn vele andere varianten mogelijk die wij graag voor u doorrekenen.

Schiphol Travel kan voor u een rapport maken met een drietal variaties op de Travel Policy en voor u inzichtelijk maken wat deze aanpassingen, op basis van de bestaande data u in de toekomst gaan opleveren. U kunt dit bovendien in de toekomstige management rapportage terugvinden. Het levert vaak hele nuttige en eenvoudig te realiseren besparingen op.



Schiphol Travel International
Exclusive Business Travel Services

Schiphol Travel International Group B.V.
Schiphol Boulevard 235
1118 BH Schiphol Airport
The Netherlands
Tel 020 4055275
Fax 020 4055274
www.Schipholtravelgroup.com
www.Schipholtravel.com

Disclaimer

© 2011. Alle rechten voorbehouden. Niets van deze aanbieding mag worden gereproduceerd in welke vorm dan ook of worden gepubliceerd in een databank elektronisch, manueel gefotocopieerd of op enig andere wijze vermeerderd of gebruikt zonder vooraf gekregen schriftelijke toestemming van de auteur. Schiphol Travel Group of companies BV, Schiphol Boulevard 235, 1118 BH Schiphol Airport, the Netherlands.