

Nieuwste leden Ulie Cieters (De Duinen Herentals) & Jessie Schrauwen (De Polder Antwerpen) zijn na anderhalf jaar nog steeds tevreden over hun keuze voor Selectair.



Onder de slogan "samen evoleren" vond half oktober het 29e congres van Selectair plaats in Club Med La Palmyre aan de Atlantische kust. Een speciaal ingelegde Jetair Fly-charter vloog de zowat 120 deelnemers naar en van La Rochelle. Geen grote gastsprekers deze keer, noch zware aankondigingen. Wel drie dagen zelfreflectie door de leden en open gesprekken met samenwerkingspartners over hoe ze de toekomst nog sterker tegemoet zullen gaan. Sterker dan Selectair momenteel al bezig is, want tijdens het congres werd overduidelijk dat de rebranding die twee jaar geleden werd opgestart, het samenwerkingsverband alvast geen windeieren heeft gelegd.

Selectairkantoren blijven samen evolueren

"Na het congres van 2008 in Hasselt werd duidelijk dat er moest worden ingegrepen" aldus Selectair voorzitter Lieven Coppens. "Een doorlichting door Jan Van Coppenolle had immers zware pijnpunten voor Selectair blootgelegd: er was een grote achterstand op vlak van marketing en IT en ook de kennis, die nochtans massaal aanwezig was in onze kantoren, werd onvoldoende gedeeld. Hoog tijd om in te grijpen dus, wilden we in het veranderende reislandschap standhouden ". Selectair stelde daarop een businessplan op en ging over tot investeringen. Dit alles resulteerde in 2009 in een volledige rebranding. Er kwam een nieuw logo, een nieuwe huisstijl (met de kleuren rood, wit en grijs), er werd een kwaliteitscharter opgesteld (iets waaraan de VVR deze dagen ook werkt), er werd een commissie IT opgericht, er kwam een newsletter én een nieuw secretariaat. Maar vooral werd door de Selectair reiskantoren besloten om al echte eenheid te handelen en ook als "Selectairstroep" naar buiten te treden. "Want als niet iedereen in het verhaal stapt, zijn we verloren" aldus voorzitter Coppens.

Van aarzeling naar enthousiasme

Waar Travel Express twee jaar geleden in Cyprus bij de aankondiging van deze nieuwe aanpak nog aarzeling en wat terughoudendheid voelde bij sommige kantoren (vooral toch bang om hun eigen kantoorpersoonlijkheid kwijt te raken in dit nieuwe hoofdstuk), zagen we nu enthousiaste kantoorhoofden die elkaar tips gaven over hoe zij het hele Selectairgevee in hun eigen kantoor integreerden. Op kantoor materiaal, briefpapier, enz... Zowat 95% van de kantoren hebben nu ook al een Selectair lichtbak aan de gevel, maar geen twee lichtbakken zijn hetzelfde. Kortom: er werd steeds rekening gehouden met de eigenheid van het kantoor zelf. Sommige kantoren, zoals bv Gerry Reizen in Zottegem, bleken zelfs zo voor de nieuwe Selectairstijl gewonnen dat het hele interieur aan de nieuwe Selectair kleuren werd aangepast.

Tijdens het congres werd door een rotatiesysteem die alle congresdeelnemers bij 4 verschillende opgerichte commissies bracht (opleiding & marketing, harmonisatie, IT en toekomst) ook duidelijk dat Selectair ook op communicatievlak een grote sprong voorwaart heeft gemaakt. Niet in het minst op vlak van B to C communicatie naar de consument toe. Zo kwam er een nieuwe professionele website, werd er een grote fotowedstrijd (via de newsletter, website en facebook gestimuleerd) opgezet en sponsort Selectair nu de wedstrijd "Megascore" van Het Nieuwsblad. "Opvallend is dat door deze acties al 4X meer bezoekers naar de Selectairwebsite werd gelokt als voorheen" aldus Tom Bossuyt, die samen met Liefwin Luyckx de drijvende kracht mag genoemd worden achter deze externe communicaties.

Er is ook een heuse webshop bijgekomen: "Travel by Selectair". Deze website voor online boekingen wordt niet als bedreiging aanzien maar als een extra bron van inkomsten. "Uit de praktijk blijken er bijvoorbeeld veel buitenlandse boekingen uit voort te vloeien" aldus voorzitter Coppens. "En het genereert eigen inkomsten. Dat biedt ons als vereniging de mogelijkheid nog meer te doen voor de leden".

Maar ook aan de interne communicatie wordt er bij Selectair hard gewerkt. Een ledenwebsite voorziet alle leden van alle info die ze nodig hebben: van contactadressen, logo's en voorwaarden van alle samenwerkingspartners, rapporten van famtrips, statistieken

tot technische handleidingen voor het gebruik van het Selectairlogo op eigen materiaal. De leden kunnen alles wat ze nodig hebben zelf downloaden en er is ook een fotodatabank waaruit de kantoren kostenvrij en ongelimiteerd mogen gebruik maken. En voor wie wil nakijken of hij goed bezig is, staat er op de interne website ook een "checklist" waarmee de agenschappen zichzelf qua "Selectairniveau" kunnen toetsen aan andere kantoren. Tenslotte wordt ook flink geïnvesteerd in opleidingen. Financieel (waarbij partner Jetair ook een flinke duif in het zakje doet) en in tijd. De honger naar kennis blijkt immers groot. Alleen de juiste formule voor de opleidingen (wat, waar en wanneer?), blijkt ook bij Selectair (net als in de hele sector) nog stof voor discussie op te leveren.

Nieuwe leden

Momenteel zijn er 108 kantoren bij Selectair aangesloten, maar de kans dat dit aantal tegen volgend jaar gestegen is, is groot. Zo'n zeven nieuwe kandidaat-leden hebben zich onlangs gemeld en eind deze maand wordt er over hun toetreding beslist. Maar "dat de voorbereiding vooral langs Vlaamstalige kant zal plaatsvinden" werd tussen lijnen al wel duidelijk.

De twee laatste toetredende leden, reisbureau De Duinen uit Herentals en reisbureau De Polder uit Antwerpen tonen zich alvast tevreden met de stap die ze anderhalf jaar gezet hebben. Ulie Cieter (De Duinen): "De Duinen en De Polder behoren allebei tot de Veolia Transport Group. Hiervoor waren we allebei nog volledig onafhankelijke reisbureaus. Pas toen een vertegenwoordiger van Thomas Cook Travel Shop eens het kantoor was binnengestapt, kwam de overtuiging dat we ons beter aansloten bij een samenwerkingsverband. We hebben toen bij verschillende verbanden geïnformeerd, maar uiteindelijk kozen we voor Selectair. Hun samenwerkingspartners gaven de doorslag, maar ook het feit dat eigen producten in de verkoop van de groep worden opgenomen, was voor ons belangrijk. Beide kantoren organiseren bijvoorbeeld dagreizen. Bovendien kwam Selectair niet opdringerig over ("er moest niet onmiddellijk een heel interieur worden aangepast"), konden we een eigen boekhouding behouden en was het lidgeld aanvaardbaar voor wat we ervoor zouden terugkrijgen".

Jessie Schrauwen van Reizen De Polder kan dit alleen maar beamen en is na het congres in Club Med La Palmyre blij dat ze de stap gezet hebben: "We maken ons klanten geleidelijk aan gewoon aan de verandering maar na deze drie dagen weten we dat we nog meer zaken naar de Selectair huisstijl kunnen en willen omswitchen."

30e verjaardag op komst

Het congres in Palmyre combineerde het leerzame (de werkcommissies) met het aangename (de sportievere activiteiten, gezellige uitstappen en de informele avonden aan de bar), een formule die duidelijk blijft aanspreken. Beide nieuwe kantoren bevestigden dan ook met plezier dat ze er volgend jaar opnieuw zullen bijzijn. Dat congres, ter ere van het dertigjarig bestaan van Selectair, belooft alvast iets moois te worden. "Normaal is het volgend jaar de beurt aan een binnenlands congres" aldus congresvoorzitter Piet Demuyneck. "Maar voor zo'n speciale verjaardag willen we toch weer naar het buitenland". De exacte bestemming is nog niet gekend, maar "dat RIU Hotels normaal gezien de samenwerkingspartner voor het verjaardagscongres zal worden" wou Demuyneck Travel Express alvast wél verklappen. **BB**

