

De weg naar kostenbesparing

Benchmark corporate
travel management



Voorwoord

Het verzorgen van zakenreizen is voor uw organisatie geen kernactiviteit. Toch zijn er vaak aanzienlijke kosten mee gemoeid. Tarieven fluctueren en bijkomende toeslagen verhogen de kosten. Daarnaast hebben reizende medewerkers hun eigen voorkeuren en heeft u een zorgplicht als werkgever. Hoe kunt u daar flexibel en kostenbesparend op inspelen?

De komst van nieuwe aanbieders en boekingsmogelijkheden heeft de zakelijke reismarkt veranderd. Selfservice tools – bijvoorbeeld apps – verbeteren de informatievoorziening en vereenvoudigen het boekingsproces. Maar dat mag de controle op het proces en de kosten niet ondergraven. Verder is de prijsvorming bij boekingsprocessen niet altijd even helder meer, maar u wilt weten waarvoor u betaalt.

Hoe gaan organisaties om met die ontwikkelingen? Stellen ze mobile services beschikbaar om efficiënt en traveller centric te werken? Hebben ze een actief reisbeleid ontwikkeld en kunnen ze de kosten controleren? Kijken ze alleen naar ticketprijzen of hebben ze zicht op het totaalplaatje? Hoe werken ze samen met een Travel Management Company (TMC), luchtvaartmaatschappijen en aanbieders van accommodatie? En waar liggen verbeteringsmogelijkheden op al deze punten?

Om die vragen te beantwoorden heeft VCK Travel onderzoek gedaan naar de invloed van de ontwikkelingen op het organiseren van zakenreizen. We hebben ons vooral gericht op het middensegment van de markt. Dit in tegenstelling tot andere onderzoeken met een internationale insteek waar alleen de grootste bedrijven tot de onderzoeksgroep behoorden.

De uitkomsten stellen ons in staat producten en oplossingen te ontwikkelen die aansluiten op de klantbehoeften. Verder kunnen we een tegengeluid laten horen in (forum)discussies, publicaties en dergelijke die veelal worden gedomineerd door de meningen van de allergrootste bedrijven in Nederland.

U kunt zich met de uitkomsten van dit onderzoek spiegelen aan vergelijkbare organisaties. U ziet waar u staat als het gaat om het beheersen van de kosten, het stroomlijnen van boekingsprocessen en het benutten van nieuwe mogelijkheden. Ik wens u veel inspiratie bij het doornemen van dit rapport. Tot slot wil ik u hartelijk bedanken voor uw bijdrage.



Januari 2016

Ed Berrevoets
Managing Director VCK Travel

Inhoud

Managementsamenvatting – 4

Inleiding – 5

Hoofdstuk 1

Actuele ontwikkelingen – 6

Hoofdstuk 2

Organisatie en processen – 11

Hoofdstuk 3

Relevantie van het reisbeleid – 18

Hoofdstuk 4

Verbeteringspotentieel – 23

Managementsamenvatting

Focus op kostenbesparing vraagt om betere inkoopcondities

Ondanks het voorzichtige economische herstel blijft kostenbesparing bovenaan de agenda van de directie staan. Toch wordt ook volop geïnvesteerd in het binnenhalen van nieuwe klanten. Dat brengt bij internationaal opererende organisaties de nodige reiskosten mee. Kostenontwikkelingen rondom zakenreizen zijn geen strategisch onderwerp, maar de respondenten willen wel controle op het proces hebben. De inkoopcondities zijn volgens veel respondenten nog niet optimaal. Verder is er behoefte aan meer flexibiliteit bij het omboeken van reizen. Ook het reisbeleid in z'n totaliteit is bij ruim een derde van de organisaties voor verbetering vatbaar. Hierin zou ook aandacht moeten zijn voor de zorgplicht (duty of care) van organisaties voor de zakelijk reizende medewerker. Dit wordt echter vrijwel nergens als verbeterpunt genoemd.

Zelf reizen boeken via het internet brengt verborgen kosten mee

Vrijwel alle responderende organisaties werken met een Travel Management Company (TMC), maar de helft combineert dit met eigen boekingen via het internet. Ruim 60% van de respondenten heeft een of meer kortingscontracten of een ander soort overeenkomst afgesloten met een luchtvaartmaatschappij, hotel(keten) of autoverhuurmaatschappij. In de

meeste gevallen is een management-assistent of het directiesecretariaat nog steeds verantwoordelijk voor de boekingen. Tegelijk worden ook steeds vaker andere medewerkers – waaronder de reiziger zelf – hierbij betrokken. Een groot probleem bij het zelf boeken is dat een vlucht vaak niet binnen een redelijke termijn en tegen aanvaardbare kosten is te wijzigen of te annuleren omdat de tickets direct worden toegezonden. Bijna drie kwart van de respondenten vindt de prijsvorming van vliegtickets niet transparant, onder meer door verborgen toeslagen.

Reisbeleid gericht op boekingsproces en minder op de zorgplicht

De meeste organisaties hebben een beleid of richtlijnen voor zakenreizen opgesteld. Wanneer dit niet het geval is, heeft men meestal ook geen kortingscontracten afgesloten. De voorschriften hebben vooral betrekking op het proces voorafgaand aan de reis: denk aan richtlijnen voor vlieguren, hotelovernachtingen en autohuur/vervoer. Er zijn veel minder richtlijnen voor het proces tijdens en na de reis, zoals het comfort en de veiligheid van de reiziger en het declareren van kosten. Ook nu blijkt er weinig aandacht te bestaan voor de zorgplicht. Men beperkt zich hooguit tot het verplicht stellen van een bepaald boekingskanaal zodat de actuele locatie van de medewerker bij calamiteiten eenvoudiger kan worden getraceerd.

Behoeft aan integratie van mobile selfservice in het reisbeleid

De respondenten gebruiken mobiele selfservice toepassingen nu vooral om zich snel te informeren. De deelnemers aan het onderzoek verwachten deze toepassingen echter in de toekomst ook in te kunnen zetten om het boekings- en declaratieproces efficiënter te maken. Selfservice zal volgens veel respondenten de controle op kosten en processen van zakenreizen ondermijnen. Toch is en blijft het organiseren van complexe reizen specialistenwerk volgens vrijwel alle respondenten.

Inleiding

Dit rapport bevat de belangrijkste resultaten van een onderzoek naar travel management bij internationaal opererende organisaties in Nederland. Vrijwel alle sectoren zijn vertegenwoordigd. Er zijn ruim 430 organisaties benaderd waarvan 150 een uitgebreide enquête hebben ingevuld. Dit zijn zowel klanten van VCK Travel, als organisaties die hun zakelijke reizen op een andere wijze boeken.

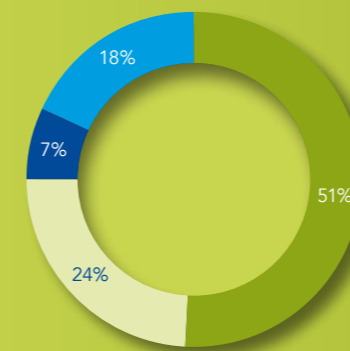
Uit dit forse responspercentage valt af te leiden dat het regelen van zakenreizen een actueel thema is voor de onderzoeksgroep. Het gaat om organisaties die wat reisevolume betreft voornamelijk in het midden-segment vallen en jaarlijks tussen ongeveer 100 tot 1000 zakenreizen maken. De verdeling is als volgt.

Een derde van de respondenten heeft een zakenreisbudget van minder dan € 50.000,- per jaar, bij een derde ligt dit tussen de € 50.000,- en de € 100.000,- en bij een derde boven de € 100.000,- (waarvan 75% meer dan € 250.000,- uitgeeft). Bij het benaderen van de onderzoeksgroep is gevraagd naar personen die

verantwoordelijk zijn voor de inkoop van zakenreizen. De respons is voor meer dan de helft afkomstig van directiesecretaresses en officemangers, die vooral werken bij bedrijven waar minder dan 200 zakelijke reizen per jaar worden geboekt. Naarmate het aantal zakelijke reizen stijgt, worden in toenemende mate ook travel-, facility- en procurementmanagers bij het inkoopproces betrokken.

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van VCK Travel door ProSpex. VCK Travel is in Nederland dé specialist en marktleider in het verzorgen van zakelijke reizen. Het eerste hoofdstuk van dit rapport belicht de actuele ontwikkelingen in zakenreizen en de relatie met algemene organisatiedoelen. In het tweede hoofdstuk komen de huidige organisatie en processen rond zakenreizen aan bod. Het derde hoofdstuk focust op het beleid en de richtlijnen rond het regelen van reizen. En het laatste hoofdstuk maakt duidelijk waar de verbeteringsmogelijkheden liggen op het vlak van travel management. Verder zijn interessante reacties op een aantal stellingen opgenomen in dit hoofdstuk.

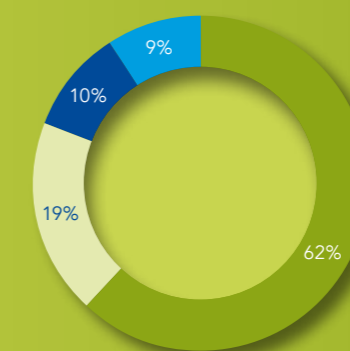
Hoeveel medewerkers heeft uw organisatie?



Antwoord

- < 100
- 100 - 250
- 250 - 500
- > 500

Hoeveel zakenreizen boekt uw organisatie jaarlijks?



Antwoord

- < 200
- 200 - 500
- 500 - 1000
- > 1000

Actuele ontwikkelingen

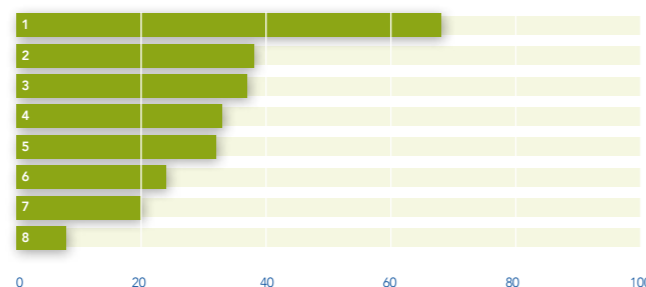
Kostenverlaging domineert de agenda van de directie

Bij twee derde van de respondenten staat verlaging van bedrijfskosten in de top 3 van prioriteiten voor de onderneming. Dat maakt het tot de belangrijkste business driver. Dat is geen verrassing gezien de economische onzekerheid, de toegenomen concurrentie en de toenemende globalisering. Bedrijven moeten scherp aan de wind zeilen om hun winstgevendheid op peil te houden en de concurrentiepositie te behouden. Beperking van de reiskosten draagt hieraan bij.

Focus op internationale expansie en klantenwerving

Internationaal opererende ondernemingen willen groeien. De insteek hierbij is internationale expansie (38%) en het binnenhalen van nieuwe klanten (37%). Doorvragen leert dat men zich hierbij zowel richt op de internationale markten waar al zaken gedaan worden als op het binnenhalen van klanten in nieuwe regio's. Met name voor dat laatste moet worden gereisd waardoor de kosten stijgen.

Wat zijn de prioriteiten op de directieagenda van uw organisatie? (maximaal 3 keuzemogelijkheden)



Antwoord

1	Verlagen van bedrijfskosten	68%
2	Internationale expansie	38%
3	Nieuwe klanten binnenhalen	37%
4	Verhogen productiviteit van medewerkers	33%
5	Klanttevredenheid en -retentie	32%
6	Introduceren nieuwe producten en diensten	24%
7	Businesstransformatie (nieuwe verdien- en service-modellen, nieuwe verkoopkanalen)	20%
8	Digitale transformatie (digitaliseren van propositie, operatie en klantbediening)	8%

Inkoopcondities voor zakenreizen nog niet optimaal

Bovenaan de lijst met verbeterpunten met betrekking tot zakenreizen staan de inkoopcondities. Dat lijkt een direct gevolg van de prioriteit op de directieagenda om de kosten te verlagen. Analyse van het kruisverband bevestigt dit: 80% van de respondenten die de bedrijfskosten willen verlagen geven ook prioriteit aan betere inkoopcondities voor zakenreizen. Wat dit echter lastig maakt, is dat het aanbod snel verandert. Nieuwe low cost carriers en vliegmaatschappijen uit de golfstaten betreden in toenemende mate de markt. De contractstructuren die zij hebben, bieden veelal nieuwe routhemogelijkheden tegen concurrerende tarieven. Verder fluctueren de tarieven sterk: per dag kan een ticket een andere prijs hebben. Bovendien rekenen de inkopende bedrijven vaak alleen met de 'kale' prijzen. Luchtvaartmaatschappijen geven geen korting op luchthavenbelastingen en toeslagen. Kostencomponenten als ancillary fees en brandstoftoeslagen worden buiten beschouwing gelaten, waardoor de korting feitelijk slechts over een deel van de ticketprijs wordt berekend. En de hoogte van die verplichte bijkomende kosten wordt in sommige gevallen door hen zelf bepaald! Wat is dan nog de waarde van een kortingscontract?

Ook heffen luchtvaartmaatschappijen nog steeds brandstoftoeslagen om schommelingen in de olieprijs op te vangen. De olieprijs is echter op het laagste punt ooit en recent is berekend dat op sommige routes de totale brandstoftoeslag hoger is dan de kosten voor de benodigde kerosine om alle reizigers te vervoeren. Dit werkt transparantie niet in de hand.

68% geeft prioriteit aan het verlagen van bedrijfskosten door onder andere betere inkoopcondities op zakenreizen.

Reizen in een dynamisch werkveld vraagt flexibiliteit

Veel responderende bedrijven opereren in dynamische markten waar afspraken op het laatste moment kunnen veranderen of worden afgezegd. Daarom is er sterke behoefte aan flexibiliteit in het omboeken of annuleren van (vlieg)tickets. Dit brengt extra kosten en tijd mee die niet zijn gebudgetteerd en waarop meestal ook geen controle is. Er is dus behoefte aan meer flexibiliteit en controle, maar ook aan manieren om dit te realiseren.

Behoeft aan beter reisbeleid om grip op de kosten te krijgen

Verbeteren van reisbeleid staat op de derde plaats. Organisaties onderkennen dat goede richtlijnen kunnen bijdragen aan kostenbeheersing. Veel bedrijven checken de kosten aan de voordeur, op het moment dat het ticket wordt gekocht. Wat opvalt is dat ze vaak niet weten hoeveel tijd gemoeid is met het boeken van vluchten en accommodaties en het administratieve verwerken van declaraties. Ook de bijkomende kosten zijn vaak onduidelijk. Luchtvaartmaatschappijen proberen elkaar af te troeven met de scherpste tarieven. Maar vervolgens verleiden ze reizigers om meer kosten te maken door het aanbieden van bijvoorbeeld comfort seats, het boeken van stoelnummers, snelle-instapmogelijkheden en maaltijden. Verder zijn er vaak verborgen kosten, bijvoorbeeld voor (ruim-)bagage en vaak onduidelijke (brandstof)toeslagen.

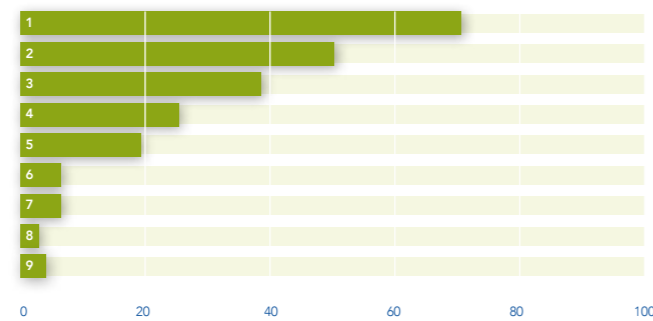
Zorgplicht maar weinig genoemd als verbeterpunt

Vakbladen schrijven veel over de zorgplicht bij zakenreizen en het centraal stellen van de reiziger. Denk hierbij aan comfortkeuzes, arbeidrustverhouding, gezondheid en de bescherming van privacy en persoonsgegevens. Deze onderwerpen scoren echter laag in dit onderzoek, ook onder management en directieleden. Ziet men dit niet als verbeterpunt of heeft men de 'duty of care' al goed geregeld? De impact van deze zorgplicht mag niet onderschat worden. En de aanslagen in Parijs bewijzen dat het vermijden van risico's niet alleen noodzakelijk is als men een verre reis maakt. Iedere werkgever, hoe groot of klein ook, heeft een zorgplicht voor zijn werknemers. En de consequenties kunnen aanzienlijk zijn wanneer die niet goed ingevuld wordt.

Ook traveller centricity krijgt weinig aandacht

Het centraal stellen van reizigers bij het maken van beleidskeuzes zien slechts weinig bedrijven als verbeterpunt. In het buitenland wordt hier in toenemende mate aandacht aan besteed, om zo gekwalificeerd personeel beter te binden aan een werkgever. Denk hierbij aan flexibiliteit om vluchten, accommodaties en gerelateerde services te boeken die het beste passen bij de individuele voorkeuren van een reiziger. Hebben Nederlandse bedrijven hier een slag te maken? Net als bij de zorgplicht ziet slechts 6% van de respondenten dit als verbeterpunt.

Wat zijn de belangrijkste verbeterpunten m.b.t. zakenreizen als gevolg van deze prioriteiten? (maximaal 3 keuzemogelijkheden)



Antwoord

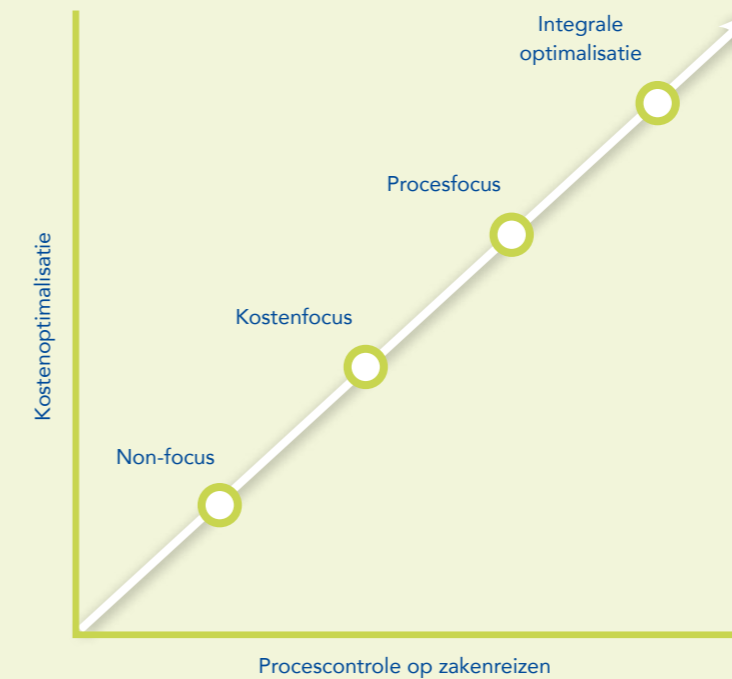
1	Betere inkoopcondities om kostenverlaging te bereiken	70%
2	Flexibiliteit in het boekings- en wijzigingsproces	50%
3	Beter reisbeleid en betere richtlijnen	38%
4	Inzet van o.a. videoconferencing om de noodzaak tot zakenreizen terug te brengen	26%
5	Gebruik van (meer) selfserviceoplossingen	19%
6	Traveller centricity (centraal stellen van reiziger bij beleidskeuzes)	6%
7	Zorgplicht (duty of care)	6%
8	Privacy/Wet Bescherming Persoonsgegevens	3%
9	Geen verbeterpunten	4%

Professionalisering van het travel management

Bij de professionalisering van het travel management worden de volgende fasen doorlopen.

- Non-focus – voornamelijk zelf regelen van zakenreizen zonder een duidelijke doelstelling;
- Kostenfocus – vanuit een kostenoptiek werken aan de professionalisering van zakenreizen met de focus op zichtbare kostenverlagingen in tarieven en fees;
- Procesfocus – stroomlijnen van de processen rond zakenreizen met als doel zowel de zichtbare als de verborgen kosten te verlagen;
- Integrale optimalisatie – niet alleen oog hebben voor kosten en processen, maar ook voor de beste prijs-kwaliteit-verhouding en de zorgplicht voor de reiziger.

DE WEG NAAR KOSTENBESPARING:
VAN TICKETPRIJS NAAR TOTAALPLAATJE





HOOFDSTUK 2

Organisatie en processen

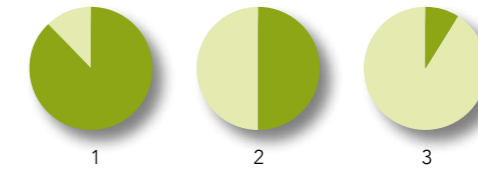
Travel Management Company is het belangrijkste boekingskanaal

Bijna alle organisaties maken gebruik van een Travel Management Company (TMC) voor het boeken van zakenreizen. Dat is niet vreemd omdat voor het onderzoek bedrijven zijn benaderd die van meerdere kanalen gebruikmaken. Een klein deel werkt uitsluitend met een TMC, maar de meeste respondenten combineren dit met directe boekingen via het internet (80%). Organisaties die via luchtvaartmaatschappijen boeken, maken in 75% van de gevallen ook gebruik van een TMC. Er is geen relatie tussen organisaties die het boeken van zakenreizen (gedeeltelijk) zelf doen en hun omvang of het volume aan zakenreizen.

Vaak verschillende medewerkers betrokken bij het boekingsproces

Bij de meeste bedrijven is het organiseren van zakenreizen decentraal geregeld. Voor het boeken wordt vaak een travel arranger of een medewerker van de afdeling facilities ingezet. Ook vervullen bij drie kwart van de bedrijven managementassistenten of directiesecretaresses de rol van contractuitvoerder. En een derde van de respondenten laat het boeken over aan de reiziger zelf.

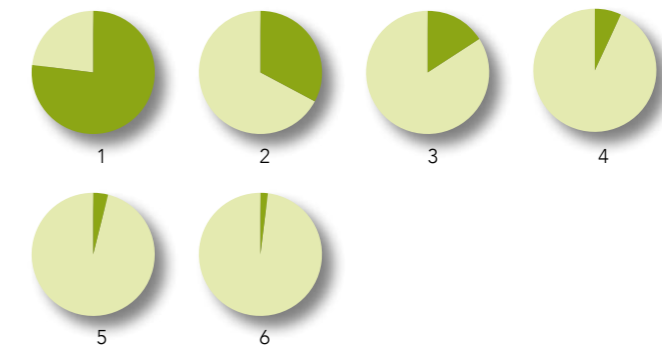
Via welke kanalen boekt uw organisatie zakenreizen?



Antwoord

1	Via een Travel Management Company (TMC)	88%
2	Zelf, via het internet	50%
3	Via een luchtvaartmaatschappij	9%

Wie boekt binnen uw organisatie de zakenreizen? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

1	Managementassistent/directiesecretariaat	77%
2	Zakenreiziger zelf	33%
3	Travel manager	16%
4	Facilityafdeling	7%
5	Inkoopafdeling	4%
6	Anders	2%

Meer flexibiliteit bij boekings- en wijzigingsproces gewenst

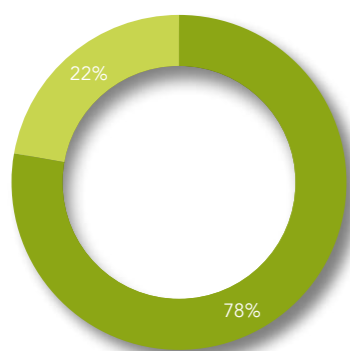
In het vorige hoofdstuk noemde de helft van de organisaties het verbeteren van de flexibiliteit bij het regelen van zakenreizen als aandachtspunt. Toch stelt ruim drie kwart dat de tickets binnen een redelijke termijn zijn te wijzigen of annuleren. Dat heeft te maken met de manier waarop geboekt wordt. Organisaties die dit niet overlaten aan een TMC maar zelf vliegtickets via het internet bestellen, kunnen deze minder vaak binnen een redelijke termijn wijzigen of annuleren omdat de tickets direct worden uitgegeven, waarna veelal annulerings- en wijzigingsvoorwaarden gelden. Het vermeende voordeel van zelf boeken via het web wordt zo soms een nadeel omdat er extra kosten

gemaakt moeten worden. Een TMC die op grotere schaal tickets inkoopt kan meer flexibiliteit bieden in omboeken en annuleren.

Meerderheid heeft een (kortings)contract of andere overeenkomst

Ruim 60% van de respondenten heeft een of meer kortingscontracten of een ander soort overeenkomst afgesloten met een luchtvaartmaatschappij, hotel(keten) of autoverhuurmaatschappij. Meer dan 80% werkt met twee of meer contracten. Er wordt dus volop gezocht naar kortingen bij de aanbieders van reizen verblijfsdiensten. De vraag is echter of men genoeg inzicht heeft in de mogelijkheden van de markt om zo de scherpste tarieven te bedingen.

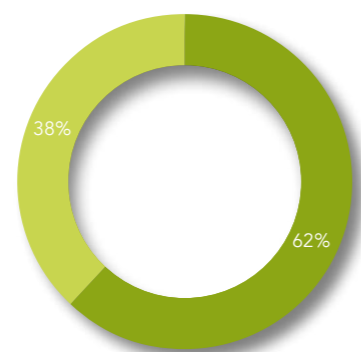
Kunt u na het boeken van het vliegticket nog wijzigingen doorvoeren?



Antwoord

- Ja, wij kunnen tot een redelijke termijn voorafgaand aan de vliegreis wijzigingen en/of annuleringen doorvoeren
- Nee, wij ontvangen direct na het boeken de tickets

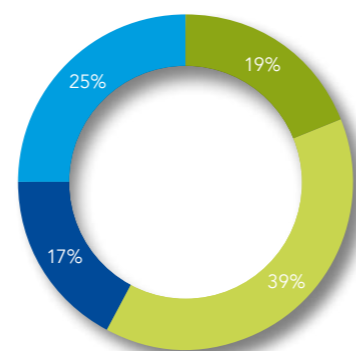
Heeft uw organisatie een (kortings)contract of een andere vorm van overeenkomst met een luchtvaartmaatschappij, hotel(keten) of autoverhuurmaatschappij?



Antwoord

- Ja
- Nee

Met hoeveel van deze organisaties heeft u een vorm van overeenkomst? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

- 1
- 2 - 3
- 3 - 5
- > 5

Diverse informatiebronnen ondersteunen het boeken

We zagen al dat vrij veel organisaties verschillende afdelingen en personen betrekken bij het boekingsproces. Parallel hieraan informeert men zich door verschillende bronnen en partijen te raadplegen alvorens een reis te boeken. Dat gebeurt meestal door te bellen of te mailen naar de TMC. Daarnaast gebruikt men online boekingsystemen van een TMC of luchtvaartmaatschappij. Opgeteld raadpleegt 64% twee of meer bronnen en 22% drie of meer bronnen over de verschillende reismogelijkheden. De vraag is waarom men de TMC niet inschakelt om alle mogelijkheden in kaart te brengen. Heeft dit te maken met een gebrek aan vertrouwen? Twijfelen klanten of de TMC wel de beste prijzen heeft? Vinden ze zelf nog betere opties op het internet? Feit is dat de tijd die nodig is voor het boeken van een reis, hiermee toeneemt. Maar ook kan worden geconcludeerd dat TMC's nog onvoldoende in staat zijn hun klanten te overtuigen dat zij het beste tarief uit de markt halen. Hier ligt dus nog een verbeterpunt voor de TMC's.

Gebrek aan transparantie; vooral bij luchtvaartmaatschappijen

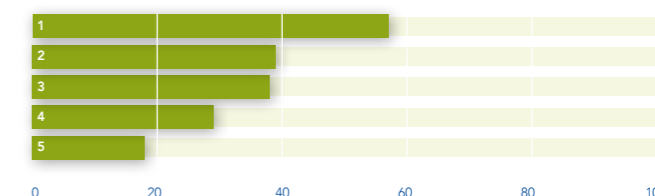
Transparantie is een thema waarover in de reisbranche de laatste tijd veel gesproken en geschreven wordt. Aandachtspunten zijn een eenduidige communicatie, heldere prijsopbouw en een eerlijke manier van zakendoen. Maar liefst 64% van de respondenten vindt de prijsvorming niet transparant. Daarbij wijst men vooral op de vaak veranderende en onduidelijke voorwaarden van luchtvaartmaatschappijen voor een gelijkblijvend product. Ook vindt ruim

een derde de luchthavenbelastingen, brandstof- en creditcardtoeslagen niet transparant. Ook dit wijst op een gemis aan duidelijkheid, met name van luchtvaartmaatschappijen. De kortingspercentages die de maatschappijen berekenen, zijn voor ruim een kwart van de respondenten onvoldoende duidelijk. Vliegticketprijzen zijn vaak omgeven door (verborgen) toeslagen. Verder is door 'ontbundeling' vaak sprake van bijkomende kosten voor luchthavenbelasting, overheidstoeslagen en carrier imposed charges. Daarnaast zijn er optionele ancillarytoeslagen voor bijvoorbeeld maaltijden, stoelen met extra beenruimte en meer bagage.

15% van de ondervraagden geeft aan dat ook TMC's niet altijd helder zijn in hun kostenopbouw. Ook hier is dus nog het nodige te wensen.

Conclusie: vooral bij luchtvaartmaatschappijen is de prijsvorming weinig transparant. Zelfs bij contractafspraken met een airline kan men eigenlijk pas achteraf checken of de beste prijs betaald is. En dat lukt bepaald niet altijd. Zo is de boekings toeslag die Lufthansa berekent voor vliegtickets die niet rechtstreeks bij hen besteld worden, niet transparant volgens respondenten.

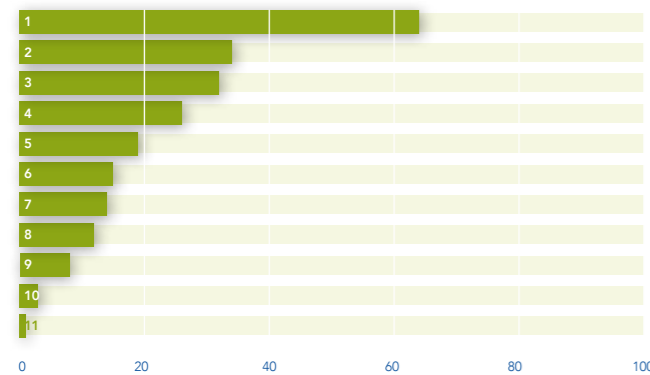
Op welke wijze informeert u zich over de verschillende reismogelijkheden voordat u een boeking maakt? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | Telefonisch of per e-mail bij onze TMC | 57% |
| 2 | Online boekingsysteem van een TMC | 39% |
| 3 | Online boekingsysteem of website van een luchtvaartmaatschappij | 38% |
| 4 | Internetvergelijkingssites, zoals Google Flights | 29% |
| 5 | Internetboekingsites, zoals Expedia | 18% |

Op welke onderdelen vindt u het aanbod en boekingsproces van zakenreizen niet of onvoldoende transparant? (meerdere keuzemogelijkheden)



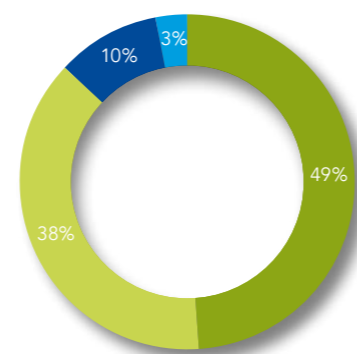
Antwoord

1	Prijzen van vliegtickets die dagelijks veranderen terwijl de service/vliegreis gelijk blijft	64%
2	De toeslag die veel luchtvaartmaatschappijen berekenen voor vliegtickets die met creditcard worden afgerekend	34%
3	Toeslagen van luchtvaartmaatschappijen, zoals luchthavenbelastingen en brandstoftoeslagen	32%
4	Kortingspercentages van luchtvaartmaatschappijen	26%
5	Ancillarytoeslagen voor bijvoorbeeld priority seating, bagage en extra beenruimte	19%
6	Transactiefees van een TMC	15%
7	De boekings toeslag die Lufthansa berekent voor vliegtickets die niet rechtstreeks bij hen besteld worden	14%
8	Mark-ups of vliegtarieven die een TMC soms hanteert	12%
9	Kortingspercentages van hotel(ketens)	8%
10	Het aanbod en boekingsproces is voor ons transparant	3%
11	Anders	1%

Ontbreken van vertrouwen leidt tot eigen onderzoek naar deals

Een relatief klein deel van de organisaties checkt achteraf altijd of regelmatig of ze werkelijk de beste deal hebben gekregen. Opvallend is dat deze organisaties allemaal (verschillende) kortingscontracten hebben. Een groter deel van de respondenten (38%) doet soms checks. Met hun onderzoek houden ze de aanbieders scherp. Organisaties die geen contract met een aanbieder hebben, doen niet of nauwelijks onderzoek. Doorvragen leert dat per saldo de helft van de respondenten er niet zeker van is of het vliegticket tegen de beste prijs van het moment wordt aangeboden. Kortom: men heeft behoefte aan meer zekerheid en duidelijkheid over de prijzen.

Checkt u op enig moment na het boeken van een vliegticket nog de actuele (scherpste) prijs, bijvoorbeeld via het Internet?



Antwoord

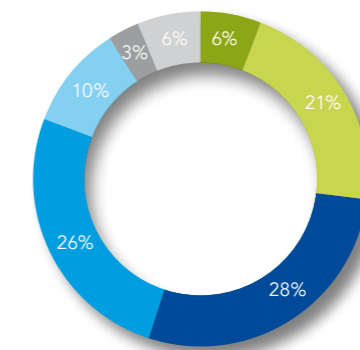
- Nee
- Soms
- Regelmatig
- Altijd

Verborgene kosten en tijdverlies vaak nog niet in beeld

De kosten van reizen bestaan primair uit twee componenten. Ten eerste zijn er de directe reiskosten, die ontstaan door de kosten die leveranciers (luchtvaartmaatschappijen, hotels, taxi's, et cetera) rekenen voor de reis. Daarnaast gaat een groot deel op aan proces- en organisatiekosten. Deze kosten ontstaan doordat medewerkers tijd besteden aan het boeken van een reis, het verwerken van facturen en declaraties, et cetera.

Naast zichtbare kosten voor vliegtickets, hotelovernachtingen en vervoer dragen verborgen kosten bij aan de verhoging van de reiskosten. Deze verborgen kosten worden o.a. veroorzaakt door het boekingsproces, door kosten achteraf te declareren en facturen financieel/administratief te verwerken. Bij dit proces is de reiziger zelf betrokken, maar ook de collega die de boekingen maakt en de medewerker van de administratie. In dit onderzoek blijken organisaties gemiddeld 45 minuten kwijt te zijn aan het totale proces van boeken, goedkeuren, declareren en financieel verwerken. Het is de vraag of dit goed ingeschat wordt. De individuele respondent (meer dan de helft is managementassistent) heeft na de boeking en ontvangst van de factuur waarschijnlijk onvoldoende inzicht in het verdere proces. Recent onderzoek van o.a. de creditcardorganisatie American Express Corporate Services toont aan dat het totale proces van boeken tot en met de uiteindelijke financiële verwerking – inclusief de declaratie van extra kosten – een veelvoud van de genoemde 45 minuten bedraagt. De response van de ondervraagden lijkt er op te wijzen dat het inzicht in de totale

Hoeveel tijd schat u dat uw organisatie gemiddeld kwijt is aan het boekings-, goedkeurings- en declaratieproces en de financiële verwerking van een zakenreis (exclusief de reis- en verblijfstijd)



Antwoord

- < 10 minuten
- 10 - 15 minuten
- 15 - 30 minuten
- 30 - 60 minuten
- 1 - 2 uur
- 2 - 3 uur
- > 3 uur

proceskosten nog beperkt is en dat hier nog verbeterlagen te maken zijn.

Behoeft aan meer controle op uitgaven tijdens de reis

Ruim de helft van de responderende bedrijven wil meer controle hebben op de uitgaven die een reiziger maakt tijdens de reis. Daarbij zijn eten en drinken (38%) de koploper, maar ook extra's aan boord, overnachtingen en plaatselijk vervoer worden regelmatig

genoemd. Al deze zaken hebben een duidelijk effect op het declaratieproces achteraf. Duidelijke richtlijnen en verbetering van het proces geven duurzame controle op deze zaken. Merkwaardig is dat 49% van de bedrijven geen behoefte heeft aan meer controle. Vertrouwt men de reiziger of meent men dat controle onmogelijk is? Airlines zetten sterk in op extra comfort aan boord, dus zullen de kosten stijgen wanneer de controle ontbreekt.

Besparen op (om)boeken en annuleren van vliegtickets

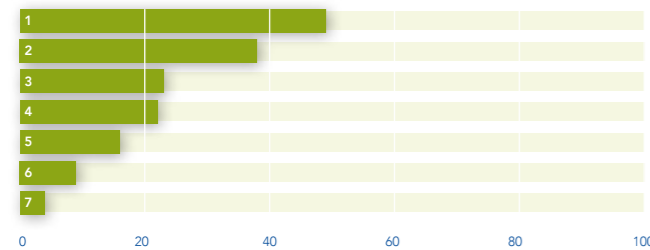
Hiervoor zagen we dat organisaties meer zicht willen hebben op de uitgaven tijdens de reis om het declaratieproces te verbeteren. Als het gaat om besparing op de directe kosten kijkt men vooral naar de extra kosten voor het wijzigen of annuleren van vliegtickets. Maar liefst 60% van de respondenten blijkt moeite te hebben met het beheersen van deze kosten. Wanneer boekers dit niet weten, kiezen ze voor een goedkoop ticket dat heel duur wordt als het

omgezet moet worden. Dit pleit ervoor om in sommige gevallen een duurder ticket te nemen tegen lagere wijzigingskosten. Als frequent wijzigen en veelvuldig annuleren voorkomt, is het zelfs verstandig om hierover een richtlijn op te nemen in het reisbeleid.

Vliegtickets bedragen in veel gevallen slechts 50% van de totale kosten van een reis. De focus ligt dus veelal op de direct zichtbare kosten, terwijl op de niet-zichtbare kosten niet of nauwelijks controle wordt uitgeoefend.

Het percentage bedrijven dat behoefte heeft aan meer controle op de uitgaven voor eten en drinken (38%) zien we niet terug in de wens om te besparen op de kosten voor maaltijden (slechts 12%). Maar respondenten die zeggen minder controle te hebben op uitgaven voor eten en drinken menen wel dat ze op de kosten rondom het declaratieproces kunnen besparen.

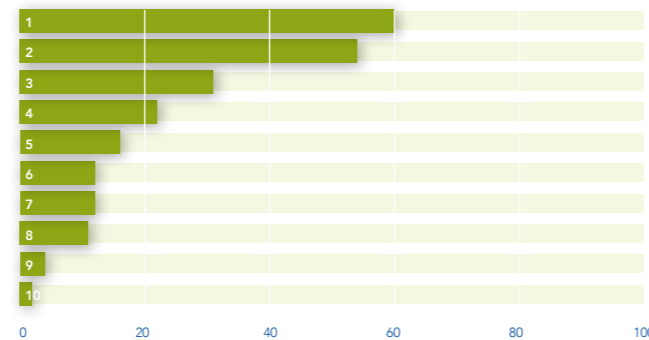
Welke uitgave(n) doet uw zakenreiziger tijdens zijn reis en verblijf waarover uw organisatie betere controle wil hebben? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

1 Geen	49%
2 Eten en drinken	38%
3 Extra comfort aan boord zoals upgrades en comfort seats	23%
4 Overnachting	22%
5 Plaatselijk vervoer/autoverhuur	16%
6 Ancillary services	9%
7 Extra verzekering(en) bij autoverhuur	4%

Waar denkt u bij zakenreizen nog te kunnen besparen? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

1 Kosten voor wijziging en annulering van vliegtickets	60%
2 Prijs voor vliegtickets	54%
3 Kosten van een TMC	31%
4 Proceskosten rondom het boeken van de zakenreis	22%
5 Kosten voor upgrades en ancillary services	16%
6 Kosten voor maaltijden en drinken	12%
7 Proceskosten rondom het declaratieproces	12%
8 Kosten voor lokaal vervoer	11%
9 Wij denken geen verdere besparingen te kunnen bereiken	4%
10 Hotelkosten	2%

54% denkt bij zakenreizen te kunnen besparen op de prijs van vliegtickets en 60% op de kosten voor wijziging en annulering.



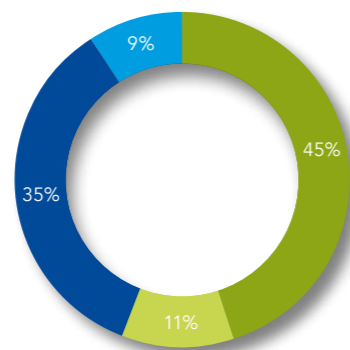
Relevantie van het reisbeleid

Meerderheid heeft een reisbeleid of richtlijnen

Ruim 90% van de deelnemende organisaties heeft een reisbeleid of richtlijnen rond het reizen opgesteld. De organisaties met een reisbeleid hebben in 84% van de gevallen ook een kortingscontract met een luchtvaartmaatschappij, hotel(keten) of autoverhuurmaatschappij. Omgekeerd heeft 63% van de organisaties zonder reisbeleid geen kortingscontracten. Het aantal zakenreizen heeft ook invloed op de formalisering: ruim drie kwart van organisaties zonder reisbeleid of richtlijnen onderneemt jaarlijks 200 of minder zakenreizen. Kortom: organisaties zonder reisbeleid met een beperkt aantal zakenreizen hebben meestal geen kortingscontracten.

kostenvoordelen die al snel oplopen tot 5% van de kostencomponenten die in het beleid opgenomen zijn. Het actief monitoren van deze componenten en het aanbrengen van controle-systemen is dan wel cruciaal.

Heeft uw organisatie een reisbeleid opgesteld?



Antwoord

- Ja, wij hebben een reisbeleid
- Ja, wij hebben een reisbeleid, maar dit wordt niet stringent gevolgd
- Nee, maar we hebben wel een aantal richtlijnen
- Nee, wij hebben geen reisbeleid

Actief reisbeleid is normstellend

Onderzoek heeft aangetoond dat een goed ontwikkeld en geïmplementeerd reisbeleid gemiddeld leidt tot een kostenvoordeel van 7% op alle componenten die door dit reisbeleid worden gedekt. Vaak ontstaat dit voordeel ook omdat reizigers een richtlijn of norm voorgespiegeld krijgen. Die neemt men mee bij het maken van keuzes. Overschrijding van de voorschriften is meestal een bewuste keuze die verantwoord moet worden. Hierdoor ontstaat het effect van 'visual guilt'.

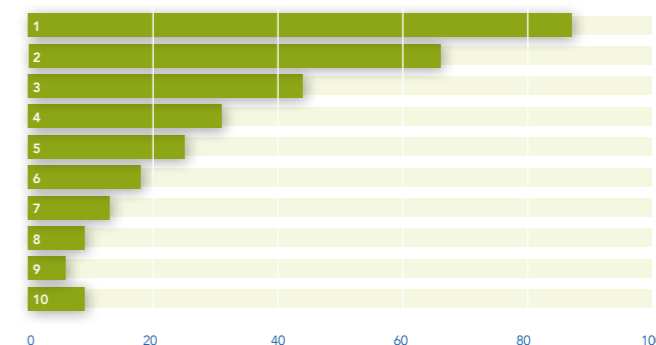
Opstellen van reisbeleid vraagt kennis en ervaring

In hoofdstuk 1 zagen we dat 38% van de respondenten verbeteringsmogelijkheden ziet in het reisbeleid. We zien hier dat 9% geen reisbeleid heeft, 35% slechts een paar richtlijnen heeft en 11% werkt met een reisbeleid dat niet stringent gevolgd wordt. Dat is in totaal 55% van de responderende bedrijven. Opvallend, want uit bredere onderzoeken (onder andere van TCG Consulting, Aberdeen Group) blijkt dat 'best in class'-bedrijven 89% van hun uitgaven onder controle hebben. Een goed uitgewerkt en geïmplementeerd reisbeleid leidt bijna automatisch tot

Reisbeleid is vooral gericht op het boekingsproces of boekingsklasse

Bijna 90% van de organisaties heeft richtlijnen voor vliegreizen opgesteld en bij twee derde is dit ook het geval voor hotelovernachtingen en autohuur/vervoer. Deze richtlijnen hebben betrekking op de boeking, dus het proces voorafgaand aan de reis. Voor de aspecten tijdens en na de reis zijn veel minder richtlijnen. Het declareren van kosten achteraf scoort relatief laag. Richtlijnen met betrekking tot de veiligheid en privacy van de reiziger zijn meestal helemaal niet vastgelegd. In lijn hiermee scoort ook de zorgplicht laag. Dat zagen we ook al in het eerste hoofdstuk. Daar bleek dat organisaties verder willen besparen op zakenreizen. De focus ligt op flexibiliteit bij het wijzigen en annuleren van vliegtickets. Maar in het reisbeleid is dit bij slechts 18% van de organisaties afgedekt. Verder focust men op de directe kostencomponenten en heeft men nog weinig aandacht voor de softere kant van reizen. Denk aan de zorgplicht. Ook kosten voor het verwerken van declaraties lijken nog ondergewaardeerd, terwijl die zonder de juiste controle-middelen en regelgeving aanzienlijk kunnen oplopen, temeer omdat goedkeuring pas achteraf plaatsvindt.

Welke aspecten dekt uw reisbeleid af? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

1 Richtlijnen voor vliegreizen (klasse, luchtvaartmaatschappij, et cetera)	87%
2 Richtlijnen voor hotelovernachtingen (categorie, locatie, et cetera)	66%
3 Richtlijnen voor autoverhuur/vervoer (categorie, verzekeringen, et cetera)	44%
4 Richtlijnen voor in te dienen declaraties (termijn, maximaal bedrag, et cetera)	31%
5 Richtlijnen voor veiligheid	25%
6 Wijzigings- en/of annuleringsbeleid	18%
7 Richtlijnen voor ancillary services	13%
8 Zorgplicht	9%
9 Privacy/Wet Bescherming Persoonsgegevens	6%
10 Wij hebben geen richtlijnen vastgelegd in reisbeleid	9%

Belang van zorgplicht is bekend maar wordt nog weinig ingevuld

De zorgplicht is een actueel thema bij zakenreizen. Organisaties hebben een zorgplicht voor hun reizende medewerkers en dienen veilige en gezonde omstandigheden tijdens een reis te waarborgen. Om te voorkomen dat reizigers in onveilige situaties terechtkomen, moet ook

de actuele locatie van een medewerker tijdens een reis altijd te traceren zijn.

Verderop zullen we zien dat richtlijnen voor de reiziger ten aanzien van de zorgplicht door de werkgever maar zelden worden vastgelegd. Verder noemt vrijwel geen enkele organisatie het verbeteren van de zorgplicht als een aandachtspunt (zie hoofdstuk 1). Toch ziet de helft van de ondervraagden de zorgplicht wel als een belangrijk onderwerp.

Deze discrepantie in de uitkomsten heeft waarschijnlijk te maken met de gemiddelde bestemming, lengte en complexiteit van de zakenreis. Het spreekt voor zich dat meer aandacht voor de zorgplicht is geboden bij reizen met een overstap en (eind) bestemmingen in regio's waar de algemene faciliteiten en veiligheid een issue kunnen zijn.

De bestemming speelt niet altijd een rol zo blijkt uit het volgende voorbeeld. Een KLM-piloot raakte gewond tijdens een stop in het buitenland waar hij voor zijn werk naar toe gereisd was. Hij hield zijn werkgever aansprakelijk voor de geleden schade. De rechtbank ging hier in mee omdat er een directe relatie bestaat tussen het verblijf van de piloot in het buitenland en de uitoefening van zijn beroep.

Algemeen gesteld zijn bedrijven zich nog niet of nauwelijks bewust van de mogelijke aansprakelijkheden en risico's die zij kunnen lopen. Onderzoek van de Aberdeen Group (2014) bevestigt dit. Bijna 40% van de bedrijven heeft geen beleid ontwikkeld rond de risico's van zakenreizen. 10% heeft zelfs geen idee wat deze risico's inhouden. Meer aandacht is dus geboden.

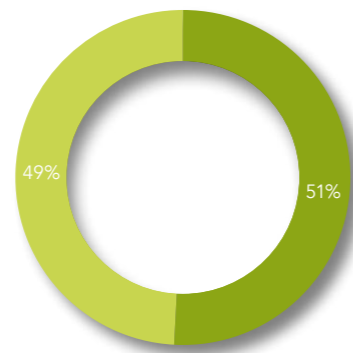
Mogelijkheden voor verdere verbetering van de processen

Bij drie kwart van de organisaties met een actief reisbeleid is het proces voor het boeken van vliegtickets goed vastgelegd. Maar bedrijven mogen vaak via verschillende kanalen boeken omdat het reisbeleid hiervoor geen voorschriften bevat. Dat maakt de controle lastig. Wat het beleid rond overnachtingen, autorisatie en declaraties betreft geldt dit maar voor de helft van de respondenten. Richtlijnen voor de reiziger om het bedrijf in staat te stellen de zorgplicht te vervullen zijn vrijwel nergens gedefinieerd. Er is dus op verschillende vlakken ruimte voor verbetering.

Zorgplicht vooral vertaald naar inkooprichtlijnen en kwaliteitsnormen

De zorgplicht is voornamelijk gericht op het verplicht stellen van boekingskanalen en om te kunnen traceren waar een reiziger zich bevindt. Daardoor kan sneller (preventief) actie worden ondernomen op het moment dat een veiligheidssituatie verandert of de reiziger wordt geconfronteerd met mogelijke risico's of verstoringen van zijn reisplan. De helft van de respondenten bij wie zorgplicht als onderwerp op de agenda staat, heeft ook richtlijnen met betrekking tot de kwaliteit en het comfort van de reis, zodat de reiziger uitgerust op de locatie aankomt. Slechts een vijfde van de respondenten heeft gezondheidschecks opgenomen in het reisbeleid. Daarbij zal het met name gaan om organisaties waar medewerkers naar landen reizen waar besmettelijke ziekten heersen.

Is de zorgplicht (duty of care) een belangrijk onderwerp voor uw organisatie?

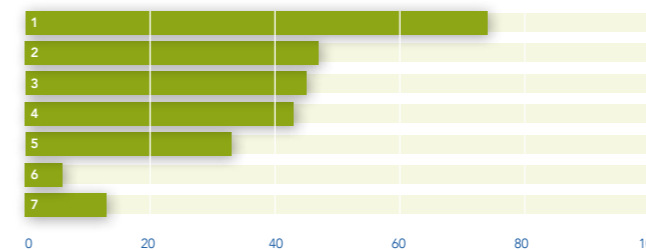


Antwoord

- Ja
- Nee

55% van de organisaties heeft nog geen of geen goed geïmplementeerd reisbeleid; reisbeleid is een belangrijk verbeterpunt bij het behalen van de ondernemingsdoelstelling.

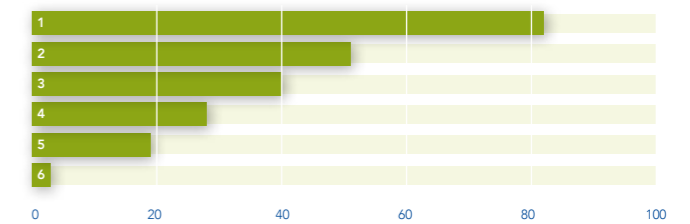
Welke processen heeft uw reisbeleid beschreven? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

1 Boekingsproces voor vliegtickets	74%
2 Boekingsproces voor overnachtingen	47%
3 Autorisatieproces	45%
4 Declaratieproces	43%
5 Boekingsproces voor autoverhuur/vervoer	33%
6 Proces om zorgplicht te kunnen invullen	6%
7 Wij hebben geen processen beschreven in reisbeleid	13%

Hoe wordt in het reisbeleid invulling gegeven aan de zorgplicht? (meerdere keuzemogelijkheden)



Antwoord

1 Verplichte boekingskanalen zodat de organisatie de actuele locatie van de medewerker kan traceren	82%
2 Richtlijnen voor de kwaliteit van de vliegreis (reisklasse, maximale reistijden, maximaal aantal overstappen, et cetera)	51%
3 Richtlijnen en inkoopproces voor hotelovernachtingen	40%
4 Richtlijnen en inkoopproces voor autoverhuur	28%
5 Richtlijnen en beleid rondom de gezondheid van medewerkers (bijvoorbeeld reguliere gezondheidschecks van regelmatig reizende medewerkers)	19%
6 Anders, zoals richtlijnen en beleid rondom reizen naar onveilige gebieden	3%



HOOFDSTUK 4

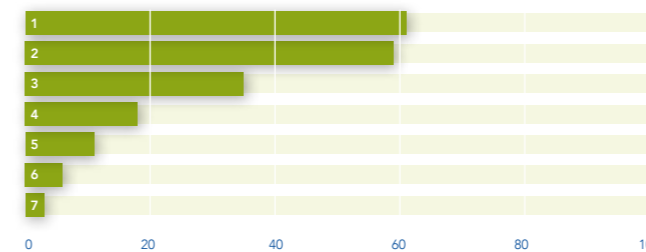
Verbeteringspotentieel

Mobiele toepassingen om travelprocessen te stroomlijnen

De respondenten gebruiken mobiele selfservicetoepassingen nu vooral om zich voorafgaand aan (61%) en tijdens (59%) de reis snel te informeren. Denk aan apps met informatie over vluchtgegevens (gates, lounges, eventuele

vertragingen, et cetera). Kijken we naar de toekomstverwachtingen dan vindt men het gemak en de informatievoorziening voorafgaand aan de zakenreis minder belangrijk. Men ziet meer toegevoegde waarde in mobiele toepassingen om het boekings- en declaratieproces efficiënter te maken. Daarmee zijn processen die nu veel tijd vragen, sneller te regelen.

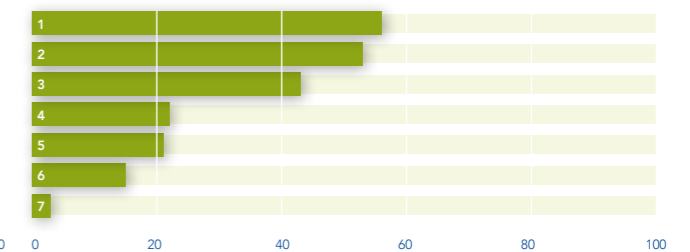
Welke toegevoegde waarde bieden mobiele toepassingen de organisatie en zakenreiziger op dit moment? (maximaal 3 keuzemogelijkheden)



Antwoord

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | Gemak en informatievoorziening voorafgaand aan de zakenreis | 61% |
| 2 | Gemak en informatievoorziening voor de zakenreiziger tijdens de zakenreis | 59% |
| 3 | Efficiënter boekingsproces | 35% |
| 4 | Bewaken van reisbeleid; boekingen zijn conform de richtlijnen | 18% |
| 5 | Ondersteunen van de zorgplicht | 11% |
| 6 | Efficiënter declaratieproces | 6% |
| 7 | Geen | 3% |

Welke toegevoegde waarde verwacht u dat mobiele toepassingen de organisatie en zakenreiziger over 1 tot 2 jaar bieden? (maximaal 3 keuzemogelijkheden)



Antwoord

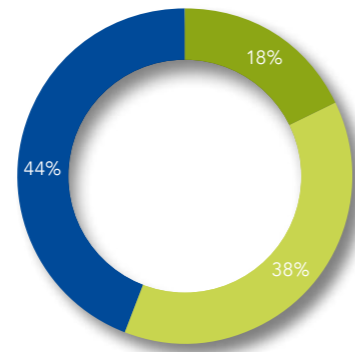
- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | Gemak en informatievoorziening voor de zakenreiziger tijdens de zakenreis | 56% |
| 2 | Efficiënter boekingsproces | 53% |
| 3 | Informatievoorziening voorafgaand aan de zakenreis | 43% |
| 4 | Efficiënter declaratieproces | 22% |
| 5 | Bewaken van reisbeleid; boekingen zijn conform de richtlijnen | 21% |
| 6 | Ondersteunen van de zorgplicht | 15% |
| 7 | Geen | 3% |

Online selfservice en mobiele toepassingen ondermijnen de controle

Ruim de helft van de respondenten meent dat de opkomst van online selfservicemogelijkheden en mobiele toepassingen ten koste gaat van de controle op kosten en processen van zakenreizen. Onder zakenreizigers is sprake van groeiend 'consumentisme': ze kunnen tegenwoordig zelf eenvoudig online reizen en accommodaties boeken, ook als dit om zakelijke reizen gaat. De groei van online vergelijkings- en boekingsmogelijkheden draagt hier in belangrijke mate aan bij. Maar het is zaak deze ontwikkeling in goede banen te leiden. Meer decentralisatie resulteert in minder beschikbare data m.b.t. de locatie van een reiziger, data t.b.v. inkoopprocessen, etc., waardoor er minder controle is. In de reiswereld en bij het toepassen van reisbeleid wordt in dit kader vaak over 'leakage' gesproken. Om dit te voorkomen wil meer dan 60% van de respondenten het reisbeleid en de processen aanpassen aan de mogelijkheden van deze tijd. Met moderne technologie zijn ook processen rond het reisbeleid zó te automatiseren dat het nakomen van de richtlijnen wordt afgedwongen en volledige controle mogelijk is.

Uit eerdere antwoorden bleek al dat de TMC vaak niet als enige bron wordt gebruikt om reizen te boeken. Daardoor loopt een deel van de kosten en data niet via een gecentraliseerd kanaal. Toch denkt 88% van alle respondenten dat aanpassingen niet of slechts in een beperkte mate noodzakelijk zijn. Het is de vraag of dat terecht is omdat het werken met verschillende bronnen de controle vermindert op de totale kosten die met reizen zijn gemoeid.

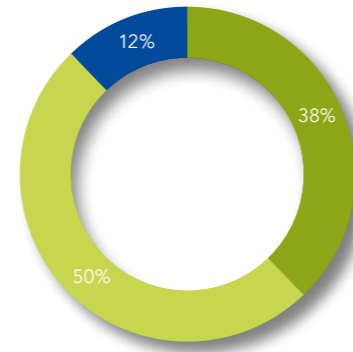
Vreest u dat de controle op kosten en processen van zakenreizen voor de organisatie minder wordt door het gebruik van meer online selfservicemogelijkheden en mobiele toepassingen door de zakenreiziger?



Antwoord

- Ja
- Gedeeltelijk
- Nee

Voorziet u aanpassingen in uw reisbeleid en processen



Antwoord

- Nee
- Ja, maar in beperkte mate
- Ja

Travel management blijft specialistenwerk

Technologie biedt een scala aan mogelijkheden om zakenreizen makkelijk te regelen. Maar kennis en ervaring blijft belangrijk. Zeker voor het organiseren van complexe reizen is en blijft expertise nodig. Iedere reis is verschillend, alleen al omdat de omstandigheden, regels en het aanbod voortdurend veranderen. De beoordeling van een ticketprijs, richtlijnen, persoonlijke voorkeuren en efficiënte reisroutes en aansluitingen blijft een menselijke afweging. Mensen die hier dagelijks mee bezig zijn, kunnen de juiste informatie vinden. Dat gebeurt idealiter in de vorm van een soepele samenwerking tussen de organisatie en de Travel Management Company. Complexe reizen zijn vaak ook dure reizen.

Stelling

Ondanks alle mogelijkheden van mobiele toepassingen en online selfservice blijft zakenreizen specialistenwerk.

Maar liefst 90% van de respondenten onderschrijft deze stelling. Hier een greep uit de argumenten die ze aandragen:

Wij reizen naar veel verschillende en verre plekken in Zuid-Amerika en Azië. Iedere reis is verschillend en vraagt opnieuw onderzoek; mensen met ervaring kunnen snel alle informatie verschaffen.

Met name bij ingewikkelde reizen kan de Travel Management Company vaak gunstigere tarieven aanbieden omdat die alle mogelijkheden kent.

Bij mobiele selfservice gaat het om onpersoonlijke tools. Mensen zoeken de balans tussen prijs en comfort op basis van individuele voorkeuren en de company policy.

Onze medewerker en de vaste accountmanager van de TMC kennen de voorkeuren van de reiziger en weten wat de meest geschikte routes, hotels, etc. zijn.

Mensenwerk heeft met name betrekking op het boeken van meerdere stop-overs en/of combineren van diverse bestemmingen.

Een ervaren medewerker of reisagent vindt snellere, betere en goedkopere opties; vooral in geval van wijzigingen.

De respondenten die het niet eens zijn met de stelling boeken meestal eenvoudige en korte vluchten.

Conclusie is dat een TMC niet alleen kan helpen met het boeken van de reis maar ook met het zoeken naar kostenvoordelen, het beheersen van kosten en beperken van de schade als er iets in de reis moet worden omgegooid. Een respondent verwoordt dit als volgt: "Luchtvaartmaatschappijen streven naar een zo hoog mogelijke ticketprijs, terwijl kopers in veel gevallen een zo laag mogelijke prijs zoeken. Daardoor ontstaat een disbalans. Een TMC acteert in het midden en zoekt de best passende oplossing tegen het gunstigste tarief." Kortom: de TMC acteert niet als doorgeefluik van een leverancier, maar als consultant die de koper ondersteunt.

Klantverwachting naar de TMC is helder

Inkoopvoordelen verdisconteren en de beste deal bieden

De belangrijkste (economische) reden om een Travel Management Company in de hand te nemen is kostenbesparing. Organisaties willen de laagste prijs aangeboden krijgen en betalen hiervoor een transactiefee. Dat is voor de meeste respondenten de reden dat ze inkoopvoordelen die de TMC's voor hen realiseren niet willen delen. Dat blijkt uit de reacties op de onderstaande stelling over een vliegticket. Men verwacht dat de TMC de beste deal aanbiedt en dat deze is afgestemd op de wensen en het beleid van de klant.

De meningen over deze stelling waren sterk verdeeld: 45% is het eens en 55% oneens. Organisaties die het voordeel wél wilden vertellen naar een vergoeding voor de TMC hadden de volgende redenen:

Stelling

Uw TMC kan een vliegticket voor € 800,- inkopen, terwijl u het scherpste vliegticket zelf voor € 1.000,- hebt kunnen vinden en boeken. Bent u bereid het inkoopvoordeel te delen met de TMC?

Groter inkopen kan voordelig zijn. Daar kunnen we samen van profiteren.

In onze organisatie wordt veel en nauw samengewerkt met de TMC; we delen de scherpste tarieven met elkaar.

Een stukje service en kennis moet beloond worden.

Een bedrag/percentage afspreken is bespreekbaar voor ons. Het levert beide partijen immers voordelen op.

De TMC moet in principe altijd het scherpste tarief aanbieden; daar krijgen ze een fee voor.

Organisaties die het voordeel niet willen delen noemen onder meer de volgende argumenten:

We hebben een contract met de TMC afgesloten om te waarborgen dat vluchten en reizen zo voordelig en efficiënt mogelijk worden geboekt.



Over VCK Travel

Een partner met een duidelijk profiel: dat is VCK Travel. In onze verscheidenheid aan diensten zijn een aantal vaste waarden te herkennen: transparantie, innovatie, service en empowerment.

Eerlijk en duidelijk

Ethisch zakendoen is voor ons een elementaire kernwaarde. Om die reden hebben wij een uniek transparant model in onze industrie geïmplementeerd. Deze werkwijze geeft inkopers het noodzakelijk inzicht om te kunnen besparen op zakelijke reiskosten.

Van nature ambitieus

Stilstand is voor VCK Travel niet acceptabel. Wij willen vooruit. Altijd. Daarom heeft onze organisatie een permanente groei-doelstelling. En die maken we waar. Al meer dan tien jaar groeit onze organisatie jaar op jaar. En ontzorgen wij meer tevreden klanten.

Modern en innovatief

VCK Travel wil onderscheidend zijn. We nemen graag een leidende positie. Op specifieke terreinen zetten we dan ook wezenlijke stappen. Met nieuwe technologische toepassingen bieden we extra toegevoegde waarde. Zo introduceerde VCK Travel de boekingsmodule Crew.NET: een unieke innovatie in de Maritieme branche. Ook lanceerde VCK Travel als eerste een App waarmee zakelijke reizen geboekt konden worden.

Service op hoog niveau

VCK Travel zet maximaal in op service. Wij vullen elke reis of boeking aan met persoonlijke meerwaarde. Onze dienstverlening onderscheidt zich door transparantie, snelheid en vakkundigheid. Dat maakt VCK Travel tot de partner met The Personal Touch.

Gezond: empowerment

Een essentieel element van ons succes: empowerment. VCK Travel is een platte organisatie. Er is op elk niveau betrokkenheid bij alle processen en activiteiten van ons bedrijf. Dit is een ideale omgeving voor mensen met een ondernemersmentaliteit, want VCK Travel weet altijd in volle breedte van aanpakken.

Meer informatie

VCK Travel
Valreep 13
1042 AN Amsterdam
Postbus 58417
1040 HK Amsterdam

 +31 20 6 800 802

 info@vcktravel.nl

 www.vcktravel.nl

Voor vragen over het onderzoek, de vraagstelling en de resultaten kunt u contact opnemen met VCK Travel op +31 20 6 800 802

