

Kansen grijpen in coronatijd, met soms een beetje geluk

## ‘We hebben ons bedrijf **aangepast aan de omstandigheden**’

Het is al vaker gezegd, maar de coronacrisis maakt bij ondernemers veel creativiteit los. En soms helpt het geluk ook een handje, zeggen Arjan Helle en Hanny Fluit van Target Travel. ‘We verkopen camperhuur aan klanten die vandaag nog niet weten dat ze een camper willen huren.’ Een interview over kansen grijpen.

Door: **Theo de Reus**

Target Travel is vooral bekend als vertegenwoordiger van Amerikaanse staten. In totaal vertegenwoordigt het bedrijf 26 Amerikaanse staten op toeristische gebied in Nederland. Juist vanwege die specialisatie op de VS staat het segment destination management momenteel op een lager pitje.

‘Maar de werkzaamheden vanuit ons customer service team en

productmarketing zijn drukker dan ooit’, zegt Hanny Fluit, general manager/CMO van Target Travel Marketing.

Tot die andere activiteiten behoren het aanbieden van autohuur via Alamo.nl, de lancering van een nieuwe brokerwebsite voor autohuur (verwachte livegang oktober) en de verdere uitrol van camperverhuur via Worldwide Campers. Nederland is daarbij een belangrijke nieuwe markt.

‘Het geeft aan hoe wij als Target Travel werken. We zijn wendbaar en zoeken juist in tijden als deze naar mogelijkheden’, zegt Arjan Helle, eigenaar en oprichter van Target Benelux, die dit jaar zijn 30-jarig jubileum als ondernemer in de reiswereld viert. Vanwege de coronacrisis is de viering daarvan naar volgend jaar doorgeschoven. Dat wordt dan een dubbel jubileumjaar, want volgend jaar bestaat Worldwide Campers,

specialist in verhuur van campers wereldwijd, 10 jaar.

Terwijl het werk voor de Amerikaanse bestemmingen even in de pauzestand staat, heeft Target Travel zijn handen vol aan het aanbieden van autohuur en camperverhuur, vooral ook in Nederland.

‘In het diepste van de crisis kun je niet heel veel’, zegt Helle, die stelt dat je als ondernemer naast inzicht ook een dosis geluk nodig hebt.

‘Begin dit jaar waren wij al bezig met het opzetten van een Amerikaans verkoopkantoor van WorldWideCampers.com en hadden dat al bijna op poten. Op een gegeven moment zagen we dat er vraag kwam naar campers voor de thuismarkt, dus Nederlandse vakantiegangers die een camper huren om in Nederland en de buurlanden op vakantie te gaan.’

Diezelfde vraag naar vakanties op de thuismarkt zag Helle ook in de VS. ‘We bedachten: als we in Nederland campers kunnen aanbieden voor de thuismarkt, dan kunnen we dat misschien in Amerika ook.’

De handen gingen uit de mouwen en in mei en juni werden zowel de Nederlandse- als de Amerikaanse



Arjan Helle.

website aangepast aan de nieuwe doelgroep.

Op de Amerikaanse website wordt nu niet alleen camperhuur aangeboden aan Amerikanen die op vakantie naar Europa willen, maar worden nu vooral campers aangeboden aan Amerikanen die in eigen land een camper willen huren. Daarbij werd gebruik gemaakt van aan de Amerikaanse markt aangepaste content en informatie.

## • We bereiken klanten voor camperhuur voordat die zelf weten dat ze er behoefte aan hebben •

Er waren kleine aanpassingen nodig, die evenwel hebben bijgedragen aan het succes. Zo wordt in de VS gesproken over een RV (Recreation Vehicle) in plaats van een camper, of soms een combinatie daarvan. 'Bij het zoeken via Google is dat van groot belang', zegt Helle.

'Veel bedrijven hadden op hun website een corona button, met de opmerking: hoe kan ik annuleren? Dus dat zijn negatief geladen pagina's en content. Wij maakten er iets positiefs van, door te benadrukken dat een vakantie met een camper/RV een veilige manier is om te reizen. Als je nu in de VS via internet zoekt op 'RV vacations during covid19', dan verschijnt www.

WorldwideCampers.com op plaats 2 in Google, zonder adwords, dus organisch', zegt Helle.

'Goed beschouwd bereiken we op deze manier de klant die vandaag nog niet weet dat hij volgende week een camper gaat huren.

Maar dat betekent ook dat je andere termen, of soms hele zinnen moet gebruiken, om online gevonden te worden. Klanten zoeken nu op een zin als: 'Wat is een veilige vakantie tijdens covid19?' Ze zoeken niet op: 'ik wil een camper huren', want dat weten ze nog niet.'

'Daarbij moet je in de VS nog een stapje verder gaan, omdat veel mensen hier Siri of Alexa gebruiken, met complete zinnen en vragen. Op het moment dat je dat inbouwt op je website, word je gevonden. De klant gaat niet op zoek naar camperhuur in Amsterdam, maar zoekt een vakantie die veilig is.'

Hanny Fluit: 'Op die manier hebben we ons als bedrijf aangepast aan de veranderende wereld van dit moment. Het is opnieuw de theorie van Darwin, dat alleen de soort overleeft die zich het beste aanpast.'

De aanvragen kwamen meteen na de lancering goed op gang, zegt Helle. 'Je zag trouwens dat anderen het idee hadden overgenomen dat je in een camper veilig op vakantie kunt, zeker in uitgestrekte en dunbevolkte landen. We hebben ook in Nederland gekeken hoe we onze afnemers en partners kunnen helpen met een veranderd aanbod. We hebben veel ZRA's die ons camperproduct verkopen, vooral in de VS, waar nu even niet naartoe gereisd wordt. Maar hoe leuk is het wanneer je als ZRA je klant kunt benaderen voor een campervakantie vanuit eigen land en door Europa. Een camper is flexibel en hygiënischer dan kamperen, want je bent self supporting.'

Naast verhuur van campers in eigen land richt Target Travel zich ook op autohuur in eigen land. Helle: 'Op dit moment hebben we veel aanvragen voor autohuur vanaf Amsterdam CS. Veel huurders blijken in Amsterdam te



Hanny Fluit.

wonen. Dat is een stad waar de deeleconomie hard groeit. Veel mensen hebben er geen eigen auto meer. Ook dat is een nieuwe doelgroep. In de cijfers zien we terug dat we op het juiste moment de juiste afweging hebben gemaakt, want zowel bij Alamo.nl als bij Worldwide Campers zijn de boekingen met dubbele cijfers omhoog gegaan. We zijn er nog lang niet, maar het gaat de goede kant op. Het zomerseizoen is inmiddels zo goed als uitverkocht, al biedt de toevoeging van een nieuwe camperaanbieder aan het product portfolio wel weer nieuwe mogelijkheden. Maar hiernaast richten wij ons nu op camperhuur voor de herfstvakantie. Hier is weer een groeiende vraag naar, dus ook hier geldt 'op = op' doordat er op dit moment meer vraag dan aanbod is.'

Hanny Fluit, sinds 2004 werkzaam bij Target Travel: 'Met Worldwide Campers richten we ons puur op campers en kunnen we de agent ontzorgen met ons specialisme. Omdat we ook destination marketing doen, werken we ook samen met touroperators, maar

doordat we geen vluchten of hotels aanbieden, zitten we niet in hun vaarwater. Zo kunnen we met iedereen goed samenwerken.'

Ondertussen werkt Target Travel nog aan een brokersite voor autohuur, waar naast Alamo ook Europcar en Hertz worden aangeboden. Deze richt zich op de directe consument, maar ook B2B. 'Alamo heeft maar 5 locaties in Nederland. Dat is voldoende voor Amerikanen die ons land bezoeken, maar voor Nederlandse klanten is het niet handig. Met Europcar en Hertz hebben we in één keer een gedegen aanbod van ruim 100 locaties in Nederland', zegt Helle.

'We signaleerden al langer dat de deeleconomie in Nederland doorzet, waarbij mensen een auto delen, maar voor de vakantie graag een auto willen huren. Die vraag zal alleen maar toenemen. Niet dat ik er zelf een probleem mee heb om in een vliegtuig te stappen, maar het is een feit dat niet iedereen volgende week weer massaal in het vliegtuig stapt.'