



Een reisfoto van Hannelore Vanhoudt: "Een goede reisbegeleider is onder meer enthousiast, creatief en kan knopen doorhakken."

HANNELORE IS CRM-MANAGER EN REISBEGELEIDSTER

“Een goede reisleider moet verschillende balletjes omhooghouden”

Hannelore Vanhoudt is CRM-manager bij Retail Concepts, de groep achter de merken A.S.Adventure, Juttu, Yaya en The North Face Store. Het avontuurlijke in de naam van haar werkgever trekt ze zelf door als reisbegeleider.

TEKST: William Visterin

Hannelore is als vrijwilligster lid van Karavaan, een vereniging van 400 of 500 vrijwilligers die de groepsreizen van Joker begeleiden. “Alle reisbegeleiders zijn lid van Karavaan en volgen een opleiding die twee jaar duurt. Daarna kunnen we op verschillende manieren actief blijven binnen de organisatie. Ikzelf ben er actief in de stuurgroep communicatie”, vertelt Hannelore.

Joker is een reisorganisatie die het anders aanpakt. De focus ligt op avontuurlijk en ‘anders’ reizen met het oog op duurzaamheid. “Ze houden rekening met het milieu en met de lokale bevolking. In die zin zijn er zeker raakvlakken tussen Joker en A.S.Adventure”, vertelt Hannelore. “Beide werken ook samen. Mensen die bijvoorbeeld een reis bij Joker boeken, krijgen bij A.S.Adventure korting op het kwalitatieve materiaal dat ze nodig hebben om goed voorbereid op reis te gaan.”

Zelf zetelt Hannelore bij Karavaan ook in het team dat de reisbegeleiders rekruteert tijdens het zogenaamde selectie-weekend. “Onder meer via rollenspelen proberen we er geschikte reisleiders uit

te pikken”, vertelt ze. “Je moet als reisbegeleider verschillende balletjes omhooghouden. En het vergt wel enig engagement. Anderzijds krijg je er ook een aangepaste opleiding. Daar wordt hard in geïnvesteerd”, vertelt ze. Als goede reisbegeleider is het essentieel dat je enthousiast, creatief en zelfredzaam bent, knopen kunt doorhakken en verantwoordelijkheidsgevoel hebt.”

OMNICHANNEL

Bij A.S.Adventure – of beter: bij moederbedrijf Retail Concepts – maakt Hannelore als CRM-manager deel uit van de marketingafdeling. Daar bepaalt ze onder meer met de collega’s van het commerciële team de volgende nationale campagnes. Dat gaat dan enerzijds om digitale campagnes zoals via e-mail, maar ook direct mailing of advertenties. Alle acties met A.S.Adventure zijn immers omnichannel.

Al is haar job ook breder. “Eigenlijk komt het erop neer om telkens vanuit de klant te denken: de juiste producten, bij de juiste klant op het juiste moment. Dit om het engagement dat er is tussen ons als be-

drijf en onze klanten te behouden en te versterken”, legt ze uit. Via Karavaan en Joker komt ze ook wel in contact met de doelgroep van A.S.Adventure.

MONTENEGRO

Zelf ging Hannelore ook enkele keren mee als reisbegeleidster. “Met de auto naar Italië en één keer ook een rondtrip in Kroatië, Bosnië en Montenegro”, vertelt ze. “Ik vond het altijd erg interessant en ook het menselijke aspect sprak me altijd aan. Zelf heb ik een economische opleiding en leerde ik veel nieuwe dingen. Bovendien had ik altijd mensen mee met een open mind en veel zin voor avontuur. We gingen niet heel de tijd op het strand liggen, maar vaak op stap. Met de lokale bus, fiets of riksja. Er is altijd veel interactie met de lokale bevolking.”

Haar laatste reis, die ze in Rwanda en Oeganda deed met een vriendin, draaide minder goed uit toen ze in het begin van de vakantie haar enkel brak en moest terugkeren. “Waardoor ik al enkele maanden thuis zit. Niet gemakkelijk, want stilzitten is niet mijn sterkste kant”, zegt ze al lachend.