

De customer journey is een weergave van hoe een gast zijn vakantie beleeft: van de voorbereiding thuis, de beleving op de vakantiebestemming tot en met de thuiskomst. Elke gast maakt dezelfde fasen door, maar ieder op zijn eigen manier. Als ondernemer of regio kun je inspelen op elke fase en op die manier elke gast een optimale vakantiebeleving bezorgen.

In deze publicatie worden de verschillende fasen van de customer journey uitgelicht en wordt zichtbaar gemaakt hoe het vakantiegedrag per fase eruit ziet.

FASE 1: DROMEN



In de droomfase ontstaat bij de gast de behoefte aan vakantie, meestal geprikkeld door iets wat de gast gezien, gehoord of gelezen heeft. Deze eerste fase van de customer journey verloopt vrij ongestructureerd. Uiteenlopende prikkels/ bronnen zoals sociale media, brochures, vrienden en familie vormen een bron van inspiratie. Zo laat 10% van de Nederlanders zich inspireren door bekenden; een tevreden gast is dus de beste ambassadeur voor Zeeland (CVO, 2017).

FASE 2: ORIËNTATIE



In de oriëntatiefase kiest de gast een vakantiebestemming, bijvoorbeeld door informatie te vergelijken en dit met elkaar te bespreken.

- 37% van de Nederlanders boekt een vakantie die reeds bekend is / uit (eigen) ervaring
- 21% van de Nederlanders raadpleegt websites met beoordelingen van andere reizigers
- 20% van de Nederlanders oriënteert rechtstreeks via de accommodatieverschaffer
- 10% van de Nederlanders oriënteert via vrienden/familie/kennissen/collega's
- 11% van de Nederlanders wint voorafgaand geen informatie in (CVO, 2017).

FASE 3: PLANNEN & BOEKEN



In de plan- en boekfase gaat de gast op zoek naar een accommodatie die beschikbaar is en voldoet aan de wensen en maakt de boeking.

- 75% van de Nederlanders boekt accommodatie via internet/e-mail, 24% daarvan doet dit direct bij de accommodatieverschaffer, 13% via de internetsite van een online bemiddelende organisatie (booking.com etc.) (CVO,2017)
- De reserveringsmaand bevindt zich voor de meeste Nederlandse gasten in januari (11%), februari (10%) of december (10%) (CVO,2017)

FASE 4: VOORBEREIDING

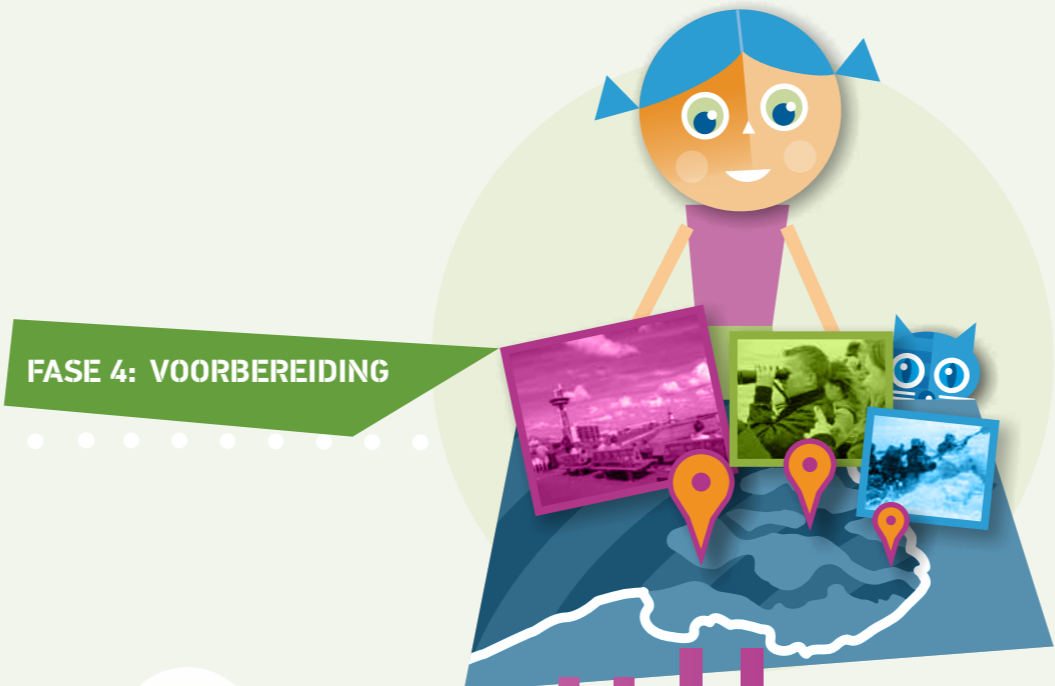


In de voorbereidingsfase gaat de gast zich nader oriënteren op de activiteiten en bezienswaardigheden op de vakantiebestemming. Voorpret!

Zeeuwse ondernemers kunnen hierop inspelen door hun gasten heel gericht te informeren over evenementen en activiteiten die plaatsvinden tijdens de verblijfsperiode. Geen standaardinfo, maar maatwerk gebaseerd op periode en weersomstandigheden. Hiermee wordt de gast optimaal voorbereid op de vakantie.

Ter voorbereiding op een bezoek aan Zeeland maken Nederlandse gasten gebruik van verschillende informatiebronnen. 21% maakt hiervoor gebruik van websites met beoordelingen van andere reizigers zoals Zoover, Tripadvisor of een vakantiepanel. 20% wint informatie in rechtstreeks bij de accommodatieverschaffer.

Een groot gedeelte (37%) maakt geen gebruik van informatiebronnen maar bereidt zich voor vanuit hun eigen eerdere ervaringen.





FASE 5: BELEVEN

In de beleeffase beleeft de gast daadwerkelijk zijn vakantie: verblijf in de accommodatie, verkennen van de regio en ondernemen van activiteiten: boodschappen doen, uit eten gaan, gebruik maken van allerlei vervoersmiddelen, etc.

- Korte vakanties van Nederlanders worden steeds meer over het jaar gespreid, alleen januari en november blijven achter. Lange vakanties vinden traditiegetrouw vooral in juli en augustus plaats (CVO,2017). Buitenlandse gasten komen vooral van april tot en met oktober (CBS, 2017)
- 46% van de gasten verblijft 2-4 dagen in Zeeland, 35% 5-8 dagen (CVO,2017).
- 34% van de Nederlandse gasten verblijft in een vakantiebungalow, -huisje of -villa, 22% kampeert in Zeeland (CVO,2017).
- Nederlanders gaan met gemiddeld 3,9 personen op vakantie (CVO,2017).
- 32% van de Nederlanders komt naar Zeeland om een strandvakantie te beleven, 13% voor een actieve/sportieve vakantie (wandelen, fietsen) (CVO,2017).

Type activiteiten die Nederlanders het meest ondernemen tijdens de vakantie in Zeeland:

1. Bezoek aan het strand	(82%)
2. Wandeling maken	(75%)
3. Uit eten gaan	(72%)
4. Funshoppen	(42%)
5. Bezoek van bezienswaardige gebouwen	(40%)
6. Zwemmen	(36%)
7. Fietsen	(36%)
8. Bezoek aan een natuurreservaat	(30%)
9. Bezoek aan museum	(14%)
10. Zonnebaden	(14%)

(CVO,2017).

- Tijdens het verblijf maken Nederlandse gasten gebruik van verschillende mobiele apparaten zoals smartphones en tablets. Deze worden vooral gebruikt voor het bekijken van de weersverwachting, het maken van foto's en het gebruik van WhatsApp. Ook worden de mobiele apparaten gebruikt om het nieuws te volgen (44%), navigatie (28%), zoeken naar algemene toeristische informatie (25%) en het zoeken naar toeristische attracties (23%).
- Tijdens het verblijf maken Nederlanders voornamelijk gebruik van WhatsApp (57%) en Facebook (47%).



FASE 6: DELEN

Tijdens de deelfase evalueert de gast tijdens en na de vakantie zijn ervaringen en deelt hij deze met anderen, bijvoorbeeld via reviews of sociale media. Deze ervaringen kunnen voor anderen het begin vormen van een nieuwe customer journey.

- Voor 21% van de Nederlanders zijn review websites een informatiebron. Een veelgebruikte website is Zoover, met tienduizenden reviews over 1300 accommodaties, 113 bestemmingen en 258 bezienswaardigheden in Zeeland. TripAdvisor, werelds grootste reissite, telt bijna 59.000 reviews over 995 restaurants, 175 accommodaties en 192 activiteiten in Zeeland.
- 21% van de Nederlanders gebruikt hun mobiele apparaten tijdens de vakantie om foto's te uploaden op bijvoorbeeld sociale netwerk sites (CVO, 2017).

Bronnen:

CBS (2017). Statistiek Logiesaccommodaties. Geraadpleegd via statline.cbs.nl
NBTC-NIPO Research (2017). *ContinuVakantieOnderzoek*. Geraadpleegd via CVO Holiday Tracker.
TripAdvisor, 2017
Zoover, 2017



© 2017, Kenniscentrum Kusttoerisme
Deze publicatie is mede mogelijk gemaakt door Provincie Zeeland.

Bij het samenstellen van deze publicatie is de grootste zorgvuldigheid betracht. Kenniscentrum Kusttoerisme is echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie in deze publicatie.

Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364, 4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 - 489 850
E-mail: info@kenniscentrumtoerisme.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl