

Havezate De Heare, een beleving voor de zakelijke markt

Linda de Man

Hoger Hotel Onderwijs

30 juni 2010

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2010 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

In het Overijsselse plaatsje Olst, vlakbij Deventer, ligt havezate De Haere. Sinds september 2009 is dit vroegere adellijke landhuis opengesteld voor publiek. Het is een bijzondere kleinschalige locatie waar zowel de zakelijke markt als recreanten in hun behoeftes worden voorzien. De Haere beschikt over vijf mooie kamers, een bar, terras en op het landgoed zijn verschillende historische elementen terug te zien. Stichting IJssellandschap verhuurt de havezate en het landgoed aan de heer en mevrouw Olthof, broer en zus, die van De Haere een plek willen maken waar mens, natuur en cultuur elkaar ontmoeten.

De opdrachtgever van dit project, de heer Olthof, heeft het kenniscentrum Hospitality Business School ingeschakeld om te onderzoeken op welke manier hij een hogere gastenbezetting kan behalen. Zijn doelstelling kan omschreven worden als het streven naar een jaarronde bestemming met een combinatie van de zakelijke- en leisuremarkt. Het onderzoek is opgedeeld in twee projecten waarbij één student de zakelijke markt onderzoekt en de andere student de leisuremarkt. De hoofdvraag uit het zakelijke rapport luidt als volgt: *“Wat zijn potentiële commercieel succesvolle product-markt-partner-combinaties (PMPC's) gericht op de zakelijke markt voor havezate De Haere en hoe kunnen deze vermarkt worden?”*

Aan de hand van drie deelvragen wordt het antwoord op deze vragen gezocht. De eerste deelvraag gaat over de vraag- en aanbodzijde van de zakelijke markt, de tweede deelvraag gaat over commercieel succesvolle PMPC's bij andere bijzondere kleinschalige locaties en de laatste deelvraag is gericht op het vermarkten van het product.

Uit het literatuuronderzoek over de vraag- en aanbodzijde van de markt blijkt dat de doelgroep onderdeel is van de MICE-markt in Nederland. MICE staat voor Meetings, Incentives, Congress en Exhibitions en valt onder de term zakelijk toerisme. In Nederland bestaat deze groep uit 41,5% van het totale toerisme. Het binnenlands zakentoerisme is geïnteresseerd in een bijzondere kleinschalige locatie en omvat 92,6% van het totale zakelijk toerisme. De gemiddelde bezetting van een locatie met zaalverhuur is 25% (NBTC, 2010). De zakelijke markt trekt voornamelijk naar de provincie Overijssel voor vergaderingen, opleidingen, trainingen en het bezoeken van klanten. (Feiten en Cijfers over de vrijetijdssector in Overijssel, 2009) Bij het zoek- en boekgedrag van de zakelijke markt speelt het internet en mond-tot-mondreclame een belangrijke rol. 85% van de zakelijke markt gebruikt informatiebronnen bij het zoeken naar een locatie. De secretaresses, trainers of planners van een bedrijf zijn degene die een locatie zoeken en boeken. Zij vergelijken locaties met elkaar op basis van prijs-kwaliteits verhouding, bereikbaarheid en klantvriendelijkheid.

Deelvraag 2 laat zien dat een combinatie van het juiste product, doelgroep, marketing en samenwerking kan leiden tot een commercieel succesvol concept. Er is een diepte-interview gehouden bij vijf bedrijven die vergelijkbaar zijn met De Haere. Aan de hand van een aantal criteria is er een selectie gemaakt om de betrouwbaarheid van het onderzoek te garanderen. De geïnterviewden uit dit onderzoek geven aan dat het product een aantal kernkwaliteiten omvat zoals 'huiselijkheid' en 'een persoonlijke sfeer'. Verder kan het product worden uitgebreid met arrangementen of eigen trainingen. Doelgroepen die volgens de geïnterviewden van belang zijn, zijn middelgrote bedrijven met een maximale reistijd van 2 uur, trainers, uitvaartondernemers en particulieren. Het aantrekken en behouden van de doelgroep gebeurt middels adverteren via het

internet, aftersales, mond-tot-mondreclame en speciale kortingsacties voor vaste gasten.

In de laatste deelvraag wordt er in de literatuur onderzoek gedaan naar het vermarkten van een product. Hierbij gaat het om het vinden van de juiste marketingmix (product, prijs, personeel, plaats en promotie). Aan de hand van een stappenplan kan een bedrijf zijn product vermarkten. Dit zijn stappen als het bepalen van de doelgroep, het bepalen van de manier waarop zij in contact komen met een bedrijf, het gebruik van trends en ontwikkelingen en het overbrengen van een boodschap.

Uit de onderzoeksresultaten volgt een advies over het product, de doelgroep, de marketing en de samenwerkingsverbanden van De Haere. Er wordt geadviseerd om het product van De Haere aantrekkelijker te maken aan de hand van arrangementen. Een voorbeeld van een arrangement is culinair vergaderen. Hierbij worden er tijdens een bijeenkomst regelmatig verschillende hapjes geserveerd. Deze onderbreking duurt ongeveer drie minuten en zorgt ervoor dat de gasten hun gedachten kunnen ordenen en nieuwe inspiratie kunnen opdoen. Een ander voorbeeld is de Sallandse proeverij waarbij de gasten kennismaken met Sallandse streekproducten. De arrangementen die worden aanbevolen aan De Haere hebben alle te maken met het toevoegen van een beleving. De arrangementen kunnen allen op korte termijn worden ingevoerd omdat er geen vergunningen of grote investeringen nodig zijn.

Op marketinggebied liggen er voor De Haere ook veel kansen op korte termijn. In het onderzoek komen drie websites naar voren die interessant zijn om op te adverteren, www.vergaderlocaties.nl, www.dnls.nl, www.andersvergaderen.nl. Op korte termijn kan op minimaal één van deze websites geadverteerd worden, hierbij gaat de voorkeur uit naar [vergaderlocaties.nl](http://www.vergaderlocaties.nl). Het vergt een investering die is terug te verdienen door de gastenbezetting die zij via de advertenties verkrijgen. Op het gebied van samenwerking zien we veel kansen binnen de provincie Overijssel. Voor de operationele uitvoering van de arrangementen zijn er diverse samenwerkingsverbanden nodig die gezocht kunnen worden binnen de regio. Op korte termijn kunnen er contacten worden gelegd met bijvoorbeeld een cateraar, een activiteitenorganisatie of streekproducten leverancier. Door deze samenwerking kunnen bedrijven binnen de regio elkaar versterken en samen de provincie aantrekkelijk maken voor zowel leisure- als zakelijke gasten. Andere adviezen die op middellang termijn worden aangegeven zijn het geven van eigen trainingen, het organiseren van een secretaresse dag en gebruik maken van speciale acties en mailingen. Deze worden echter pas relevant wanneer het concept van De Haere aangevuld is door middel van arrangementen, zij een hogere gastenbezetting behalen dan in de huidige situatie en een grote naamsbekendheid hebben verkregen.

Het laatste onderdeel van dit rapport is een vervlechting van de twee projecten over de zakelijke markt en de leisure markt. Hieruit blijkt dat enkele arrangementen zoals culinair vergaderen en de Sallandse proeverij voor zowel de zakelijke markt als recreanten mooie aanvullingen zijn op het huidige product. De twee doelgroepen gaan echter niet altijd even goed samen. Particulieren feesten kunnen alleen plaatsvinden als deze niet verstoord worden door de recreanten. Ook zakelijke activiteiten die zich buiten afspelen kunnen gescheiden worden van recreanten. De aanbeveling die in dit rapport worden aangedragen zijn op basis van tijd en plaats. Er wordt aanbevolen om iedere groep een eigen plek aan te wijzen op het landgoed waardoor zij

minder overlast aan elkaar veroorzaken. Een andere mogelijke oplossing kan zijn om de groepen gescheiden te houden door ze op verschillende tijdstippen te ontvangen. Bijvoorbeeld alleen de ochtend gesloten voor recreanten zodat de zakelijke markt rustig kan vergaderen. Op deze manier blijft De Haere haar open karakter behouden en kan het uitgroeien tot een jaarronde bestemming met een hoge gastenbezetting.

Literatuurlijst:

Feiten en Cijfers over de vrijetijdssector in Overijssel (2009). Opgehaald op 7 april 2010 van [http://](http://www.gobt.nl/nl//index2.php?option=com_resource&task=download&no_html=1&file=3352)

www.gobt.nl/nl//index2.php?option=com_resource&task=download&no_html=1&file=3352

NBTC (2010). Opgehaald op 10 maart 2010 van <http://www.nbtc.nl/corporate/nl/marktinformatie/zakelijktoerisme/>