

Jeanet van der Vlugt, manager Wens Business Events

Investeren om te motiveren

Samen met collega's of relaties een korte vakantie naar winter- of zomerbestemming is goed voor business én pleasure. Mensen komen tot elkaar. Zo'n trip, zeker een zakelijke, vereist veel ervaring in reizen en bestemmingen, én kennis van wat ondernemers willen. Jeanet van der Vlugt, medeoprichter en directeur van incentivespecialist Wens Business Events, helpt bedrijven graag op weg naar de reis (naar de reis).

Haal iemand uit zijn dagelijkse routine, vervoer hem of haar naar een niet-alledaagse locatie, biedt daar een sfeervol, uitstekend verzorgd verblijf, inspanning en ontspanning én breng diegene in contact met anderen. Dat kunnen collega's zijn, relaties, vrienden, onbekenden zelfs. Tien tegen één dat er al binnen een dag iets wonderlijks gebeurt. Er ontstaat een band. Samen leuke dingen doen op een bijzondere plek, buiten de context van werk of thuis, brengt mensen bij elkaar – versterkt de teamgeest. En dat resulteert vaak in blijvende contacten waar je zakelijk en vriendschappelijk nog jaren mee vooruit kunt.

Te mooi om waar te zijn? Reclametaal? Wij vinden van niet. Omdat we het zelf - meerdere malen! - hebben ervaren. Woorden die we spreken als de

makers van dit boek. Maar liever nog laten we de vrouw aan het woord die dit soort bijzondere momenten organiseert, coördineert en begeleidt. Maak kennis met Jeanet van der Vlugt, medeoprichter en directeur Wens Business Events.

Incentivereis is investering

Wens Business Events is, als zusteronderneming van Wens Chalets, groot geworden met het aanbieden van wintersportreizen in catered chalets in de Alpenlanden. Van der Vlugt, verantwoordelijk voor de zakelijke tak, werkt momenteel aan de uitbreiding van reizen naar het gehele Europese continent, in alle seizoenen. "Naast ons eigen, originele wintersportproduct is dat een

Jeanet van der Vlugt

“De belofte van een goede incentive maakt dat de baten voor de kosten uitgaan”

ontwikkeling waarmee we nu volop bezig zijn”, vertelt de altijd goedlachse en ongebreideld enthousiaste Van der Vlugt. “De formule in de sneeuw werkt perfect en is, in tegenstelling tot wat veel mensen denken, helemaal niet duur. Geef iemand een keer een korte skitrip met collega’s, dan doe je iemand een topattractie cadeau. Vliegreis, skipas, driegangenmenu, drankjes. All-in kan dat al voor 400 euro, dat is heel veel luxe voor heel weinig geld. Geef je iemand dat bedrag als loonsverhoging verspreid over het hele jaar, dan doet dat niets. Hetzelfde geldt voor citytrips in de zomer, ook dat is een goede investering.” Want dat een incentivereis een investering is, wil Van der Vlugt maar al te graag bewijzen. “Mijn doel is om bij bedrijven het besef aan te wakkeren dat een incentive geen kostenpost is. Als het goed doordacht is ingezet is het resultaat aantoonbaar, nog meer dan bij andere evenementen.”

Gevoelig voor waardering

Van der Vlugt haalt altijd het meest mogelijke uit een reis. Bij de organisatie van motiverende bijeenkomsten presenteert ze zich als gedreven gesprekspartner gedurende het traject. Vooral ook in de aanloop, want, vervolgt ze: “Een incentive kost wél geld als deze zich gedurende de reis náár de reis nog niet heeft terugbetaald. Maar dan zou de beloning niet mogen worden uitgekeerd, en hou je dat geld in je zak. Daarin schuilt nou net het geheim: de belofte van een goed incentive maakt dat de baten voor de kosten uitgaan. Bijvoorbeeld in toegenomen sales, betere teamprestaties of gestegen klanttevredenheid. Daar is die beloning namelijk op gebaseerd, die kun je laten hangen van de prestaties. Daarnaast moet je een keuze maken tussen een collectieve beloning of een individuele. Maar dat hangt helemaal af van het doel van de opdrachtgever. Hoe dan ook, als je het serieus aanpakt is het altijd een

verantwoorde investering.”

Van der Vlugt zal in zo’n incentivetraject een confrontatie met een opdrachtgever niet uit de weg gaan wanneer dat de gestelde doelen ten goede komt. Haar adviezen vloeien voort uit ruime ervaring, ook op het gebied van de uiteindelijke reis. Want al is dat de slagroom op de cake bij een incentivetraject, een op zich staande de trip doet ook veel goeds. “Op reis gaan met de afdeling of het hele bedrijf zorgt voor commitment van de medewerkers, voor loyaliteit. Ik vraag me wel eens af waarom ik hier al zo lang en zo graag werk. Dat heeft allemaal te maken met sfeer, met leuke dingen doen met het bedrijf, met waardering, een persoonlijke attentie van de directie. Daar zijn mensen gevoelig voor en een reis is een uitstekende manier om in dat gevoel te voorzien.”

Eigen enthousiasme verkopen

Dat ze goed is in het organiseren van reizen komt volgens haar ondermeer door de eenvoudige reden dat ze ‘overall’ is geweest. Na een opleiding commerciële economie aan de HEAO merkte ze dat dit in de praktijk niet aansloot op haar toekomstperspectief; het was de reiswereld die haar trok. Ze volgde een tweejarige, particuliere opleiding toerisme en ging bij Wens aan de slag als stagiaire. Om daarna een lang gekoesterde wens in vervulling te laten gaan: een jaar lang de wereld rond. Van der Vlugt bezocht onder andere Australië, Nieuw-Zeeland, Indonesië, Thailand, Mexico en de Verenigde Staten. Na deze intensieve ervaring keerde ze terug bij Wens waar ze werkte op de afdeling Europa-tours. We schrijven 1999. Ze leidde groepen veelal Amerikaanse toeristen rond, variërend van een weekend Parijs tot heel Europa (van Londen tot Praag) in enkele weken. Haar grootste uitdaging was om die Amerikanen

over te halen nu eens niet heel Europa in tien dagen te bekijken, maar om die tijd te besteden aan het zien van één land.

Vaak draaide ze twee hoogseizoenen in een jaar: in de winter de chalets en in de zomer de tours door Europa. In deze periode werkte Van der Vlugt tevens een half jaar op het kantoor van een grote klant in Santa Clara, VS (bij San Francisco). Vanaf 2005 slokte Wens Chalets fulltime haar aandacht op. Twee jaar later, in 2007, startte ze Wens Business Events.

Met de hele wereld communiceren

Ook tijdens haar reizen aan de andere kant van de wereld werd er gewerkt. Als low budget backpacker moet je nou eenmaal zo nu en dan eerst geld verdienen om weer het volgende traject van je reis af te kunnen leggen. Die tijdelijke baantjes leerden haar enkele belangrijke lessen. “In Sydney verkocht ik computers via de telefoon. Waardeloze dingen, slechte kwaliteit. Dat ging niet omdat het product niet deugde. Ik ben iemand die zijn eigen enthousiasme verkoopt, maar dat moet dan wel gemeend zijn en niet gespeeld.”

Ze leerde relativeren, iets wat haar bewust maakt van haar geluk. Hoe blij ze is met haar leven. “Ik ben enorm positief ingesteld en neem dan altijd graag een voorbeeld aan veel Aziatische volken. Die staan heel anders in het leven dan wij, zijn met weinig tevreden. Dat positivisme probeer ik vast te houden en uit te stralen op anderen, ook bij mijn collega’s op de werkvloer. Ik vind het fijn om mensen te pleasen, en dat komt dan vanzelf weer bij je terug.”

Ook leerde ze het belang van en de liefde voor andere talen. Om geld te verdienen zodat ze de oversteek naar Indonesië kon betalen nam ze in Australië een job aan bij whiskygigant Johnnie Walker, aan de lopende band. Het werk was weinig inspirerend en eentonig, maar ze gebuikte haar tijd om



“Als ik íets zou willen, dan is het dat ik met iedereen ter wereld kan communiceren. Ik droom wel eens dat ik elke taal kan spreken. Zou dat niet mooi zijn?”

ondertussen de beginselen van het Bahasa Indonesia onder de knie te krijgen. Ze hing briefjes op met de getallen, met de belangrijkste woordjes. Om daarna goed voorbereid op weg te kunnen. “Talen openen alle deuren. Je hoeft het niet perfect te spreken, maar probeer het in ieder geval. Als ik ergens ben praat ik met iedereen, ik ga echt op in de cultuur. Ik weet ook altijd binnen no-time wat iemand verdient, bijvoorbeeld.” (Lacht.) “En als ik in Barcelona ben wil ik ook weten wie de hoteleigenaar is.”

Talen als Frans, Duits en Engels kennen voor haar weinig geheimen meer, het stak haar echter wel dat het Spaans daarin achterbleef. Voor Van der Vlugt reden genoeg om onlangs een cursus Spaans voor gevorderden te zijn gaan volgen. Die leergierigheid zit diep: “Als ik íets zou willen, dan is het dat ik met iedereen ter wereld kan communiceren. Ik droom wel eens dat ik elke taal kan spreken. Zou dat niet mooi zijn? Mensen praten steeds minder met elkaar. Neem bijvoorbeeld in de trein, dan wil ik altijd graag met andere mensen praten. Maar dat schijnt tegenwoordig niet normaal te zijn.”

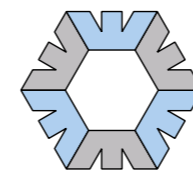
Ook in haar omgang met opdrachtgevers is Van der Vlugt, zoals ze het zelf zegt, ‘echt van de oude stempel’. “Bij mij moet alles kloppen. De klant is nog ouderwets koning. Die gaat vóór alles, dat zit in mijn poriën. Als het moet ga ik de hele nacht door.”

Die tomeloze toewijding is haar op het lijf geschreven. Maar er is heus wel meer in het leven dan werk; haar man en haar dochtertje kunnen ook rekenen op liefde en aandacht. En als het even kan hardlopen of spinnen in de sportschool. Op haar manier weliswaar: “Bloedfanatiek, tot het uiterste. Heerlijk.” ■



Neem persoonlijk contact op met Jeanet van der Vlugt:
06-12219265 of jvandervlugt@wenszakelijk.nl

“Tijdens de wintersport ontstaan vriendschappen waarmee je nog jarenlang vooruit kunt”



Wens Business Events b.v.

Brinkzicht 20, 3743 EX Baarn

Tel. 035 82 00 235

info@skienmetuwbedrijf.nl

www.skienmetuwbedrijf.nl