

19 maart 2015



# Bouwen met een sterk merk

Frans Schuitemaker  
Directeur Oad

Ruben van den Burg  
Account Manager

Michèle Dekker  
Coördinator Design Lab



19 maart 2015



# Programma

- 17.00 Ontvangst met licht buffet
- 17.30 Presentatie Frans Schuitemaker & Ruben van den Burg
- 18.30 Pauze
- 18.45 Creating memories together
- 19.30 Netwerkborrel

# De doorstart: bussen en een merk



Oad

Oad

Oad

Oad

Oad

Oad

Oad





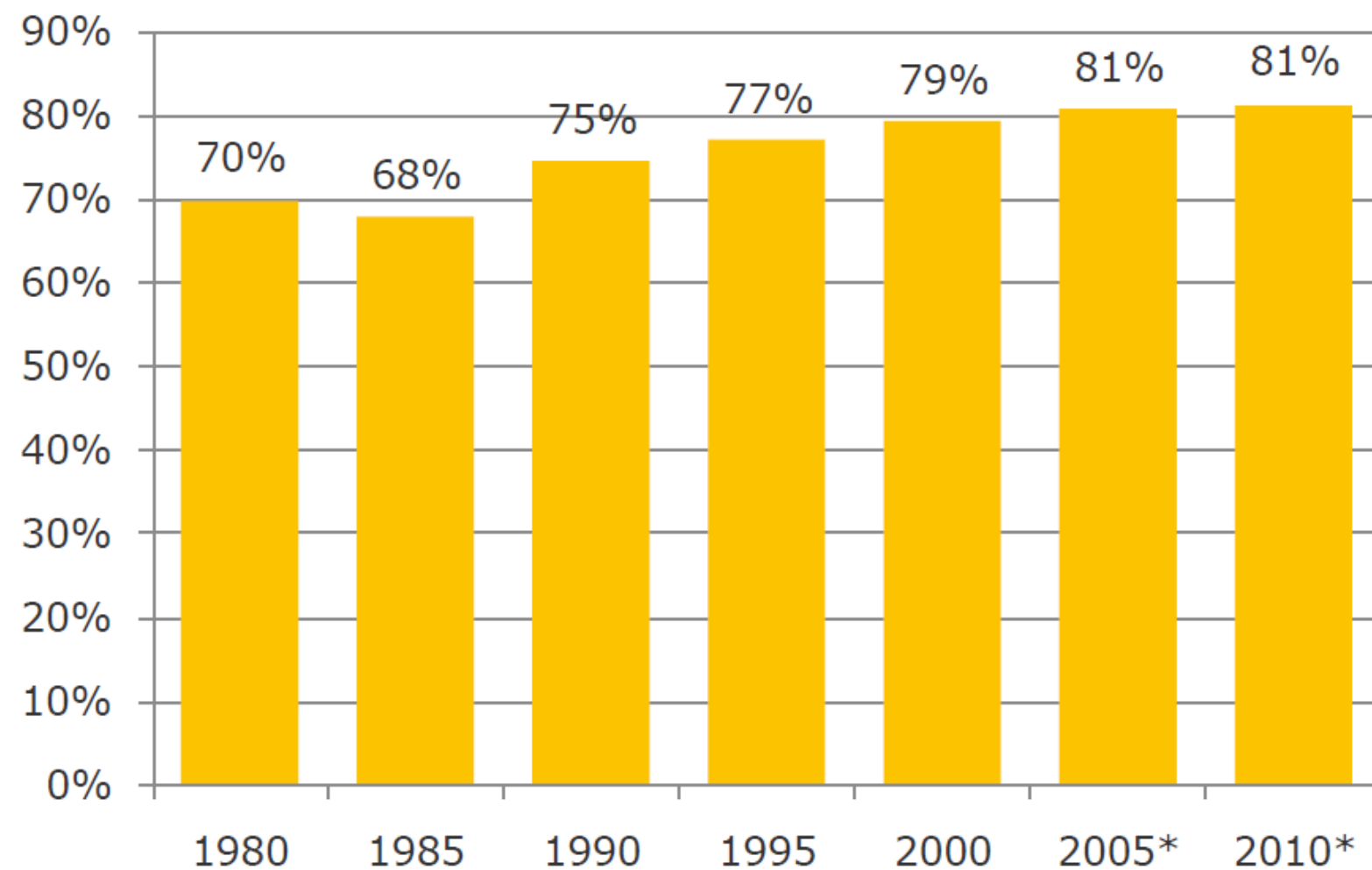
**nbtc•nipo**  
research

TOEKOMSTVISIE NEDERLANDSE  
VAKANTIEMARKT 2020

**nbtc•nipo**  
research

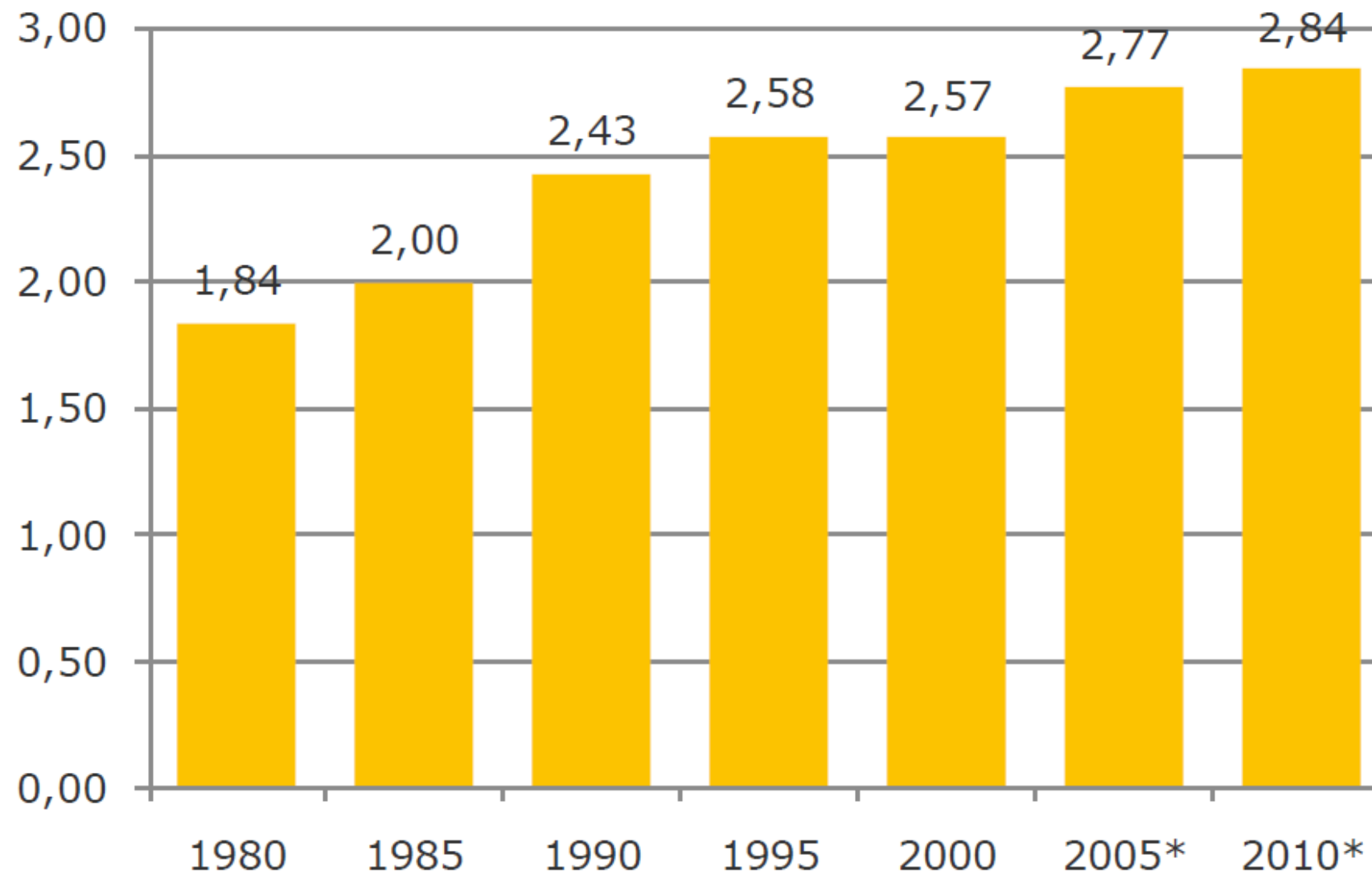
Oad

# Groei vakantieparticipatie vlakt geleidelijk af



Bron: CVO, \*Trendbreuk in 2002

# Vakantiefrequentie in 30 jaar tijd flink toegenomen



Bron: CVO, \*Trendbreuk in 2002

# Marktomgeving



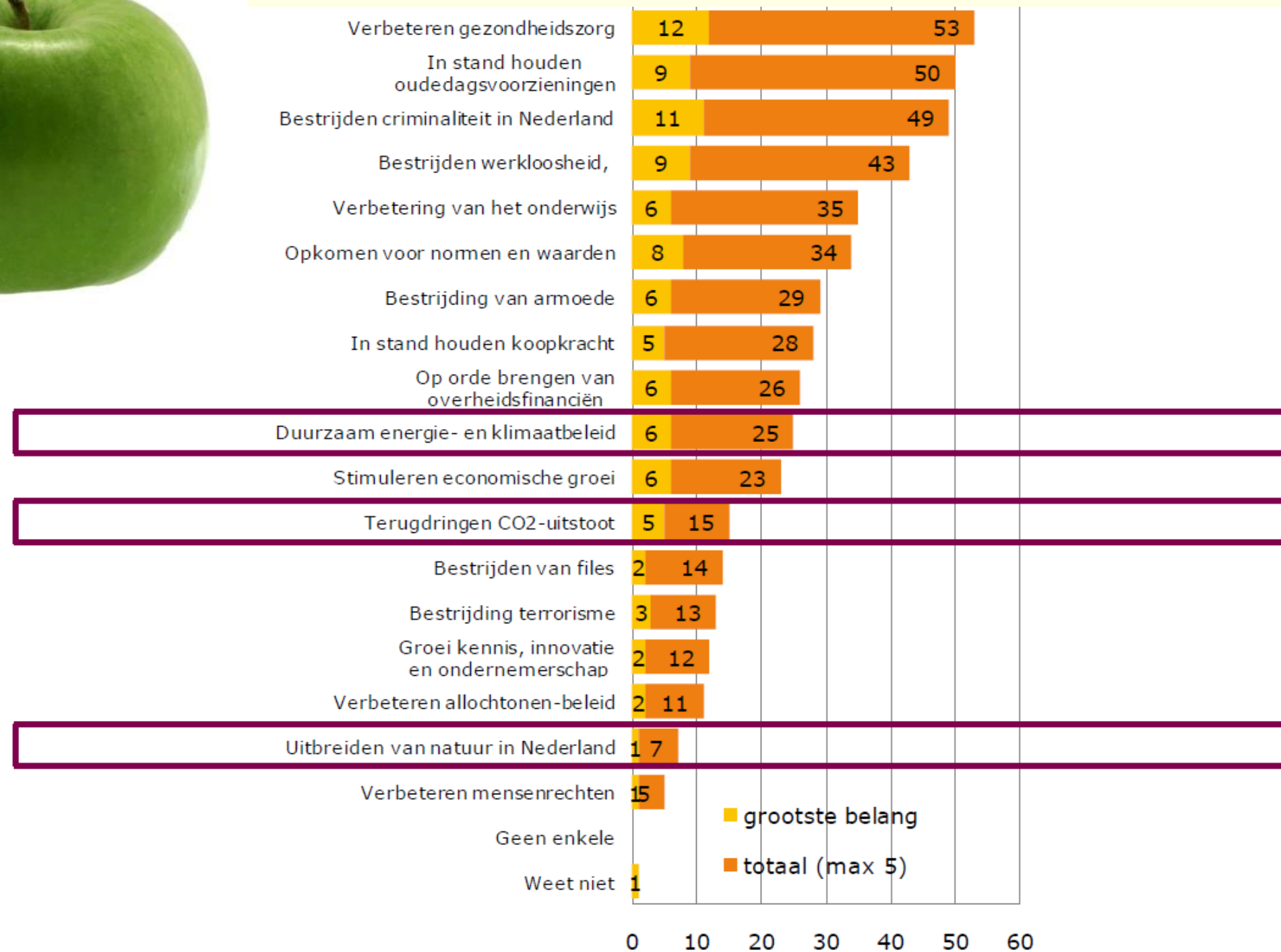
# Vergrijzing

- Dubbele vergrijzing:
  - Het aandeel 65-plussers neemt toe van 15,3% in 2010 tot 19,7% in 2020
  - Binnen de groep 65-plussers wordt het aandeel 80-plussers steeds groter
  
- Baby-boom:
  - Vooral groei na 2010, wanneer de naoorlogse geboortegolf de pensioengerechtigde leeftijd bereikt
  
- Ouder, maar vitaler:
  - Sterk toegenomen levensverwachting





# Duurzaamheid nog geen topissue voor Nederlander



Bron: Duurzaamheid & vakanties, NBTC-NIPO Research, 2010

# Ontwikkelingen ICT/Digital

- Technologie maakt het mogelijk om plaats-, locatie- en apparaatonafhankelijk te leven en werken
- Samenwerking van technologieën (bijv. GPS en mobiel internet) leidt tot verdere innovaties
- Adoptie van elektronische apparaten gaat steeds sneller (maar ook kortere levenscyclus)
- Belang van internet neemt toe (inmiddels is ruim 90% van de Nederlandse bevolking online)
- Aanbod van informatie op internet wordt uitgebreider, actueler, rijker en interactiever
- Sterke opkomst van social media en mobiel internet





# Social media

- Bijna driekwart van de Nederlandse bevolking is aangesloten bij sociale netwerksites (Hyves, Facebook, LinkedIn, Youtube en Twitter zijn het belangrijkste)
- Nederlander besteedt gemiddeld 2,3 uur aan social media per week (meest populaire online activiteit)
- Niet alleen jongeren, alle leeftijdsgroepen raken aangesloten
- Social media en mobiel internet convergeren (bijvoorbeeld Foursquare)
- Aanbieders maken meer gebruik van social media
  - Passief (webcare)
  - Actief (ambassadeurs creëren)





# Mobiel internet

- Naar verwachting in 2014 meer mobiel internet dan desktop internet
- Sterke opkomst van smartphones en tablets
- Aantal en gebruik van apps groeit explosief
- Nu nog erg op service / informatieverstrekking gericht (tijdens reis of op locatie bijv. location based services)
- Gebruik mobiel internet in buitenland blijft voorlopig duur
- Op termijn ook meer conversie: simpele producten (vliegticket, autohuur, hotelovernachting)
- Zoeken en boeken niet alleen vooraf, maar ook tijdens vakantie
- Aandeel mobiele boekingen vooralsnog beperkt (mogelijkheden liggen vooral bij regelen hotel, kamer, autohuur, e.d.)





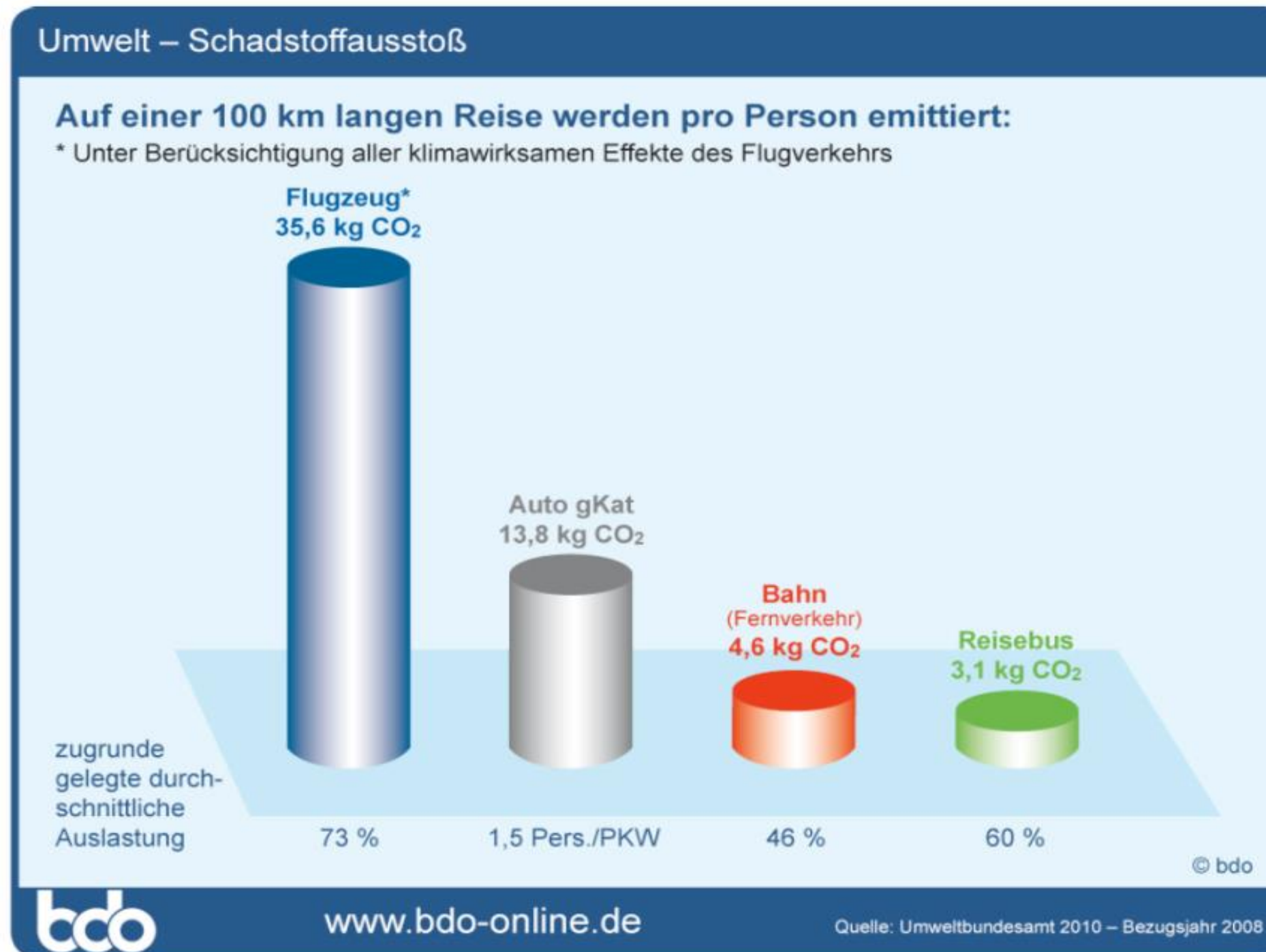
# The Traffic Charts 1990

	car	plane	train	bus
speed	★★★	★★★★★	★★★★	★★
comfort	★★★	★★★★★	★★★★★	★★
one to one	★★★★★	★★★	★★★★	★★
environment	★★	★★	★★★★★	★★

# Traffic Charts 2010

	car	plane	train	bus
speed	★★	★★★★	★★★	★★★
comfort	★★★	★★	★★★★	★★★★★
one to one	★★★★★	★★	★★★	★★★★
environment	★★	★★	★★★★★	★★★★★
<b>Social factor</b>	★	★	★★	★★★★

# Het milieuvriendelijkste vervoermiddel





ontmoeting, nieuwe sociale contexten



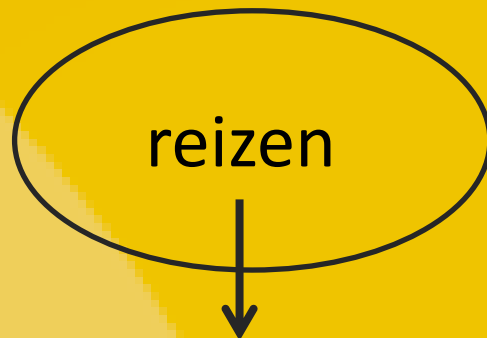
(operational) excellence



NATIONAL GEOGRAPHIC™

spannend avontuur, ontdekken, verre landen zien

# Oad



WIKIPEDIA  
The Free Encyclopedia

reizen  
maakt je wijzer



Maakt rijden / reizen  
geweldig

# Oad



# Uitdagingen van touroperators

- Distributie een snelle transitie naar online
- Inkoop-productie-verkoop weinig evolutie
- Concurrentie op prijs in een competitieve markt
- Druk op onderscheidend vermogen
- Verticale integratie
  
- Maar...het reisproduct is juist heel persoonlijk en gaat per definitie meer over beleving dan een tastbaar goed
  
- Wat als de consument zelf producent wordt?

# Noodzakelijke innovatie in de retail

- Focus op massa producten
- Product push in plaats van demand pull
- Niche touroperators hebben minder marketing power
  
- Complexe producten vragen om retail
- Niche producten vragen om retail
- Vergrijsde samenleving vraagt om retail
  
- Wat als de retail omnichannel inspireert, adviseert en ontzorgt?
- Wat als samenwerking met de kennis intensieve touroperators wordt geïntensiveerd?

# Unieke kans voor Oad

- Blijven doen en verbeteren waar we goed in zijn...



- ...en bouwen met een sterk merk door samenwerking

# Ondernemen vanuit het hart

## WHY

Wij geloven dat mooie herinneringen gelukkig maken.  
Samen creëren mensen de mooiste herinneringen.

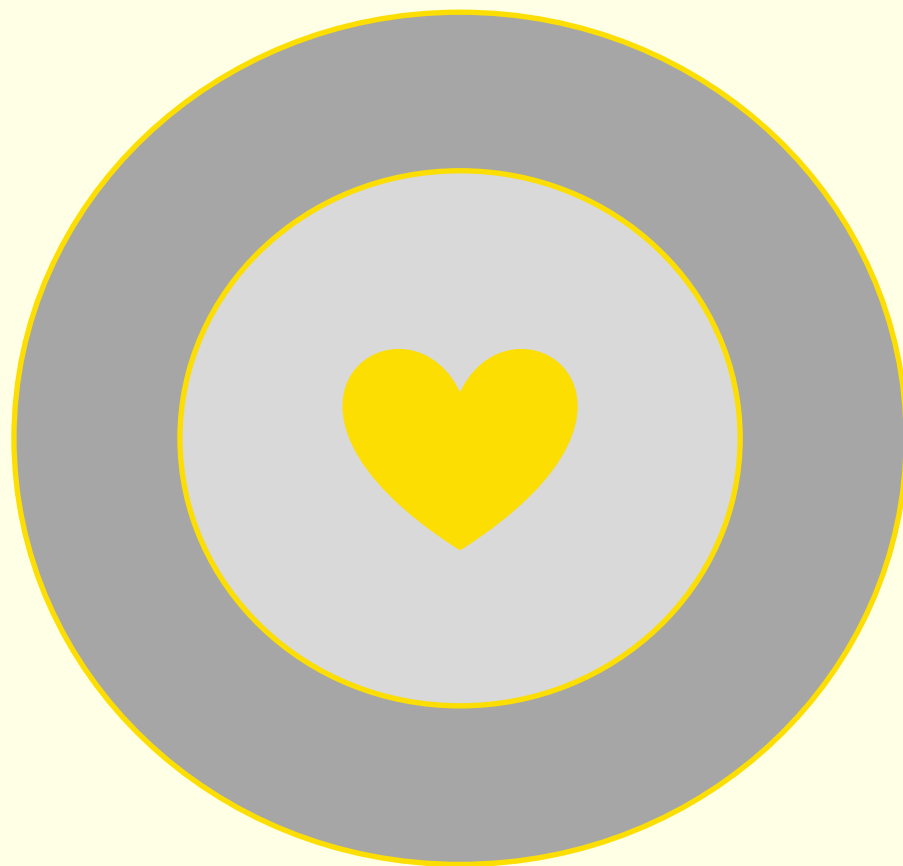
## **CREATING MEMORIES TOGETHER**

## HOW

Wij besteden veel aandacht aan een veelzijdig aanbod en een zorgeloze service waardoor onze klanten makkelijk en met plezier hun persoonlijke vakantie kunnen zoeken, boeken en ervan genieten.

## WHAT

Reizen en uitstapjes die verrassen en waar je een onvergetelijke herinnering aan over houdt.





# Excellente reizen





# Excellente reizen





# Oad reisaanbod

## Busreizen

Busreis Garda



## Rondreizen

Rondreis Kroatische kust



## Stedentrips

Steden stunts



## Dagtochten

Libelle Zomerweek, Keukenhof



## Disney

Official Buspartner



## Riviercruises

Welkom aan boord





# Groepsreizen





# „Oad een dag”



Oad

Nu GRATIS met de Billy Elliot bus naar de voorstelling!



**Billy Elliot de Musical**  
Vertrek 25 april, 9 mei  
Vervoer per unieke Billy Elliot bus en zitplaats 1e rang, avondvoorstelling

**€ 69**



**Moeder, Ik Wil Bij De Revue**  
17 april, 16 mei, 20 juni  
Vervoer en zitplaats 1e rang

**€ 69**



**Beleef Rembrandt's spectaculaire thuiskomst in het Rijksmuseum**  
Vertrek 3 en 17 april  
Inclusief Rijksrondvaart, vervoer en entree Rijksmuseum (regulier) en tentoonstelling Late Rembrandt

**€ 59**



**Keukenhof**  
Vertrek april-mei  
Vervoer en entree, koffie met gebak

**€ 39**



**De Bazaar Beverwijk**  
Vertrek 11 april  
Vervoer en entree

**€ 20**



**Disneyland® Paris**  
Diverse vertrekkende periode maart t/m oktober  
Vervoer en entree

**€ 79**



**Musical Sonneveld**  
Vertrek 25 april  
Vervoer en entree

**€ 79**



**Soldaat van Oranje**  
Vertrek 9 mei, 7 juni  
Vervoer en zitplaats 1e rang

**€ 105**



**CentrO Oberhausen**  
Vertrek 4 april  
Vervoer

**€ 22**



**Beleef Amsterdam**  
Diverse vertrekkende periode mei t/m oktober  
Rijksrondvaart, vervoer en entree Rijksmuseum

**€ 49**



**Volendam & Marken**  
Vertrek april-mei-juni  
Vervoer, lunch, boottocht, entree Volendams Museum en meer!

**€ 59**



**Finish Tour de France**  
1-dag 26-07: € 54 p.p.  
Alleen vervoer  
2-daagse 25-07/26-07: € 79 p.p. Vervoer en hotel

Va. **€ 54**

Oad



# Oad en partners

Sinds de doorstart heeft Oad al diverse succesvolle partnerships opgetuigd



5.000 pax  
Citytrip Parijs



1.250 pax  
Disney event



2.500 pax  
Disney event



12.500+ pax  
Kerstmarkten













# Toegevoegde waarde van Oad in partnerships

- 1) Verrijking van het product
  - Vervoer (landelijk)
  - Overige toevoegingen (combinatie met museumbezoek, meerdaags, etc.)
  
- 2) Distributiekraacht
  - Bekend merk
  - Grote klantenbase, oa. een bestand met 900k emailadressen
  - Sterke url: [www.oad.nl](http://www.oad.nl)
  
- 3) Fulfilment
  - Oad.nl
  - Eigen Customer Contact Center (7dgn per week)

# 'Oad een reis'





# 'Oad een reis'



# Samenwerking als key skill

## Oad Design Lab





# Business Model Canvas

How can you  
describe your  
Business Model?