

Succesvolle reisagenten

# Liesbet Cannnaerts van Liesbet's Reiscenter

In de rubriek 'Succesvolle Reisagenten' zetten we ondernemers die een gevestigde waarde zijn in het Belgische landschap van de reisagenten in de schijnwerpers. Ditmaal spreken we met Liesbet Cannnaerts van Liesbet's Reiscenter. Ze runt al 28 jaar haar eigen reiskantoor in Herenthout. "Mijn vader is bij mij komen werken, en niet omgekeerd. Daarin vergissen veel mensen zich."

Door: Cesar Van den Bergh

**We hebben elkaar ontmoet op het Belgian Travel Congress, waar ik je wat beter leerde kennen. Hoe vond je het congres?**

"Ik vond het congres over het algemeen interessant en waardevol. Ondanks dat ik de filosofie van een gezonde geest in een gezond lichaam begrijp, vond ik de presentatie van Saartje Vandendriessche het minst interessant (*presentatie over het belang van gezonde voeding en beweging, red.*). Daartegenover vond ik de presentatie over kunstmatige intelligentie (AI) heel interessant. Spijtig genoeg was er niet voldoende tijd om praktijkvoorbeelden te bekijken en te bekijken hoe AI werkt. Daarnaast zijn de gesprekken met leveranciers en collega's tijdens zo'n congressen ook altijd extra waardevol, zoals dat wel vaker het geval is."

**En kan je me nog eens het verhaal achter je carrière in de toerismesector en het reiskantoor vertellen voor de lezer?**

"Ik heb toerisme gestudeerd. Aansluitend heb ik op mijn stageplek de smaak volledig te pakken gekregen. Tijdens deze stage stoomde ze me klaar om tijdelijk de leiding over het kantoor over te nemen. Deze ervaring heeft de fundering gelegd voor mijn carrière. Ik heb eerst als franchise gewerkt, maar toen dit concept ten einde kwam, zag ik de

unieke kans om mijn eigen kantoor te starten. Zo werd Liesbet's Reiscenter geboren in 1996, wat maakt dat ik ondertussen 28 jaar mijn eigen kantoor heb."

**En hoeveel ervaring had je daarvoor al opgedaan?**

"Voor de opstart van het franchisekantoor alles bij elkaar een half jaar."

**"Je moet regelmatig bijscholing volgen om up-to-date te blijven over alle facetten van de sector"**

**En je vertelde me dat je vader in jouw kantoor is komen werken. En dat de meeste mensen denken dat het omgekeerd is.**

"Na vier jaar franchise ben ik dus gestart als Liesbet's Reiscenter en ongeveer een jaar later is mijn vader Guido mee in de zaak gestapt. Hij kwam uit een totaal andere sector, maar zag het onmiddellijk zitten om verschillende toerismeopleidingen te volgen. Toen vormden we lange

tijd een duo. Het eerste kantoortje was erg klein, maar in 2015 zijn we verhuisd naar een groter pand met een aparte zaal voor presentaties."

**Organiseer je infosessies?**

"Ja, wij organiseren middagen en avonden, waarbij we touroperators of cruisemaatschappijen uitnodigen om te spreken over hun producten. Of we organiseren thema-avonden, zoals bijvoorbeeld fietsvakanties."

**Organiseer je ook groepsreizen?**

"Ja, voornamelijk nichereizen naar Jamaica, wat overigens de specialiteit is van mijn vader. Dat kunnen zowel groepsreizen met Nederlandstalige als Engelstalige begeleiding zijn. Daarvoor voorzien we een gids en/of een chauffeur als de groep met twee tot vier personen is. Als de groep uit tien personen bestaat, regelen we een minibusje."

**En werkt er naast je vader nog iemand in het kantoor?**

"Ja, mijn vader wil graag wat afbouwen, want eigenlijk is hij al op pensioen. Hij heeft de microbe echter zodanig te pakken dat hij niet thuis kan blijven zitten. Hij doet naast zijn specialiteit Jamaica voornamelijk de IT, marketing en een deel van de boekhouding van het kantoor. Onze andere medewerker boekt voornamelijk pakketreizen en werkt à la carte offertes binnen Europa uit."

### Heb je naast Jamaica nog specialiteiten?

"Mijn specialiteit is voornamelijk de USA en Canada. Die passie is ontstaan met daar zelf op vakantie te gaan. Ik doe namelijk heel graag steden en was initieel minder een natuurmens, maar in de USA en Canada kon je stad en natuur combineren. Ik kwam daar echt tot rust."

### En wie zijn de belangrijkste partners van het kantoor?

"Ik noem liever geen namen, maar wat ik heel belangrijk vind, is dat zij een uitstekende kwaliteit en service bieden en dat er sprake is van loyaliteit langs beide kanten. Zodat we, als er zich problemen aandienen, kunnen samenzitten om een oplossing te vinden."

### Je vertelde me op het congres dat je sedert de coronapandemie meer à la carte reizen verkoopt.

"Klanten willen sinds de pandemie veel meer beleven op reis dan louter een klassieke strandvakantie. Ze zoeken een uniekere belevenis. Het

lijkt erop dat mensen sindsdien het gevoel hebben dat het elk moment gedaan kan zijn met reizen. De iets jongere reizigers willen overduidelijk hun bucketlist afwerken. Anderzijds wachten mensen ook niet langer tot hun pensioen om bijvoorbeeld een rondreis door Amerika te doen."

### En hoe gaat het huidige boekjaar?

"We merken een enorme vooruitgang. Wij zijn tot op heden tevreden en hopen dat het jaar zich zo verder zet, opdat we mooi kunnen afsluiten. Dus we surfen mee op de positieve verkoop in de sector."

### En dan komen we tot de hamvraag: wat is hét succes ingrediënt?

"Naar mijn mening begint het allemaal met een passie voor reizen. Dat is de eerste vereiste. Daarnaast is klantgerichtheid van groot belang. De klant moet écht centraal staan. Het is ook cruciaal dat je kennis hebt van de bestemmingen en producten, wat je kunt bereiken door regelmatig bijscholing te volgen. Je blijft altijd nieuwe dingen

leren. Denk bijvoorbeeld aan presentatieavonden georganiseerd door touroperators. Zij delen de laatste nieuwigheden op de markt, introduceren nieuwe bestemmingen of hotelketens. Ook technologische aspecten zijn essentieel. Het is belangrijk om up-to-date te blijven met technologieën zoals geavanceerde boekingsystemen en AI. En vergeet niet de nieuwste btw-regels: je moet goed geïnformeerd zijn over dergelijke veranderingen. Regelmatige bijscholing is dus essentieel om op al deze gebieden bij te blijven. Verder is het belangrijk om samen te werken met betrouwbare en kwalitatieve partners. Dit helpt niet alleen om een succesvol reisbureau te runnen, maar ook om een loyale relatie met deze partners te onderhouden, zoals ik al eerder zei in het interview. Per slot van rekening moet je ook marketinggericht zijn. Denk aan het gebruik van Facebook of andere strategieën om je website een hogere ranking te geven. Het is dus een hele boterham om een succesvolle reisagent te worden."

