



## 'Eindbaas' Elske Doets: 'Reputatie is mijn beste marketingtool'

**Elske Doets is sinds 2001 directeur-eigenaar van Jan Doets America Tours, gespecialiseerd in reizen naar de VS, Canada en IJsland. Haar vader richtte het bedrijf in 1981 op. Al 36 jaar heeft het reisbedrijf een ijzersterk imago dankzij een niet aflatende focus op de klant. Doets is dan ook niet voor niets in maart uitgeroepen tot Zakenvrouw van het Jaar 2017.**

**De klant tot jouw belangrijkste ambassadeur maken, zo luidt het motto van Doets. Dat lukt je alleen als je alles in dienst stelt van de klant en altijd een stapje meer doet dan de concurrent. 'Reputatie is mijn grootste marketingtool met een sterke focus op het product en dus de klant. Ons product moet altijd van topniveau zijn. We willen de klant meer laten ervaren, meer laten beleven. Daarbij moet je**

**volgens ons een klant voortdurend ontzorgen en hij moet geen stress ervaren. De klanten houden van ons en dat is vandaag de dag bijzonder.' Om die klantfocus nog eens te onderstrepen vertelt Doets dat ze een paar keer per jaar zelf achter de balie zit in Heerhugowaard. Elke zaterdag maakt ze een ronde langs alle balies alsof ze een restaurant bestiert en schudt handen van klanten om te horen waar ze vandaan komen en**



**Fons Jurgens, voorzitter  
RvB Efteling:**

**'Ik ben een aanvoerder die ook wil scoren'**  
(bron: mt.nl)







wat hun wensen zijn. Ook verblijft ze regelmatig in de VS en Canada om ter plekke te zien of alles nog voldoet aan het hoge serviceniveau.

### Authenticiteit

Volgens Doets is authenticiteit een sterke troef van de reorganisatie. 'We zijn heel sterk digitaal gefocust met drie websites, maar tegelijk houden we het persoonlijke contact. Bij veel online aanbieders blijft het bij een vlucht en een hotel. Wij bieden zeventien verschillende diensten aan per reis. Dat geeft ons ook een groot onderscheidend vermogen. In het digitale geweld zoeken mensen naar persoonlijke herkenning en dat vinden ze bij ons. Dankzij die persoonlijke aanpak creëren we een groot woord of mouth-effect.' Op de online community kunnen reizigers hun reisverslagen delen en op de website Doets-Experience zijn de reisverhalen van medewerkers te lezen. Doets streeft niet alleen als team naar een familiegevoel, maar ook met de klanten.

Volgens Doets is de marketingstrategie van het bedrijf daarmee voor een groot deel verklaard. Door al 36 jaar jezelf te zijn - en veel zelf te doen - blijft het bedrijf succesvol. 'We zijn nadrukkelijk geen prijsvechter. Wat we wel doen is *soft selling*, de mensen op een aangename manier verleiden. Onder meer met ons eigen glossy magazine dat we één keer per jaar toesturen aan klanten en medewerkers. Daarom geloof ik ook steeds meer in influencers als nieuwe marketingaanpak. Mensen zijn steeds minder goed te bereiken, maar via influencers lukt dat beter. Het is een aangename manier om op een persoonlijke manier mensen te overtuigen.'

### Reiskrant

Doets heeft geen reclamebureau en is ook in al die jaren nog nooit met reclame op televisie geweest, hoewel de redactie ervan overtuigd was dat ze ooit een commercial had gezien van Doets. Wel was Doets in vroeger tijden een vaste adverteerder in de beroemde *Reiskrant* van *De Tele-*



# 15-24

**'Ik wil graag een rolmodel zijn. Daarom heb ik de Young Lady Business Academy opgericht om jonge vrouwen in de leeftijd van 15 tot 24 jaar de kans te geven hun ondernemersdroom waar te maken'**

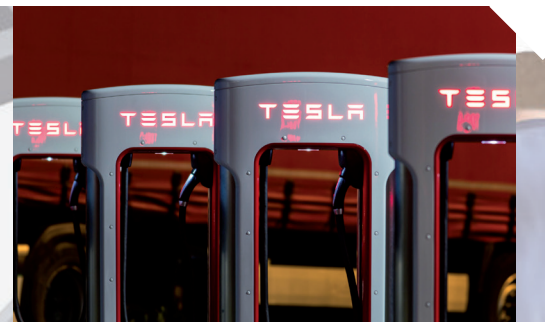
*graaf.* De huidige mediamix richt zich vooral op online advertising, Google SEO, banners, radio-spotjes op Sky Radio en billboards. Op social media probeert Doets via storytelling en nauwkeurige dosering - 'je moet terughoudend zijn met uitingen via social anders raken mensen vermoeid' - het verhaal over te brengen. Ook zijn er publicitaire samenwerkingsverbanden met bijvoorbeeld de Travel Canada/Brand USA.

Doets is weliswaar directeur en eigenaar van het bedrijf, en dus eindverantwoordelijk, maar de term 'eindbaas' kan haar niet echt bekoren. 'Ik vind de term niet zo mooi, maar ik ben desondanks uiteraard verantwoordelijk voor het bedrijf. Ik zorg dat het tempo in het bedrijf blijft en ik schep de voor-

Elon Musk, CEO Tesla:

*'We could definitely make a flying car, that is not the hard part. The hard part is, how do you make a flying car that's super safe and quiet? Because if it's a howler, you're going to make people very unhappy'*

(bron: [quotenet.nl](http://quotenet.nl))







## *Doets heeft geen reclamebureau en is ook in al die jaren nog nooit met reclame op televisie geweest*

Hat zal een belangrijk criterium zijn geweest - naast cijfers over groei, omzet en winst en maatschappelijke betrokkenheid - bij het behalen van de titel Zakenvrouw van het Jaar. Doets wil zich manifesteren als ambassadeur van de jonge vrouwelijke ondernemers. 'Ik wil graag een rolmodel zijn voor hen. Daarom heb ik ook een Young Lady Business Academy opgericht om jonge vrouwen in de leeftijd van 15 tot 24 jaar de kans te geven hun ondernemersdroom waar te maken. Ik ervaar heel veel plezier in mijn werk, dat wil ik graag overdragen.' (SH)

waarden om mensen te laten excelleren en hoe ze kunnen oogsten. Ik vraag veel van mijn mensen en probeer ze altijd boven zichzelf uit te laten stijgen. Dat ze dat doen, vind ik geweldig.'

### **Ambassadeur**

Dat ze ook persoonlijk veel invloed heeft op de marketing vindt Doets belangrijk. 'De positionering van het bedrijf in de markt is een constant aandachtspunt. Hoe kunnen we die verbeteren en welke middelen zetten we in om de waarde voor de klant nog te verhogen. Misschien nog wel het belangrijkste in dat proces is mijn persoonlijke motivatie. Ik word elke dag opnieuw heel blij van dit werk.'



*Kirsten Schuijt, directeur WNF:*

*'WWF kan als geen ander aan die internationale knoppen draaien'*  
(bron: wnf.nl)



*Ikea-oprichter Ingvar Kamprad wordt gezien als één van de rijkste mensen op aarde, maar koopt zijn kleren op de vlooiemarkt: 'Het betekent dat ik het goede voorbeeld wil geven' (bron: ad.nl). Jesper Brodin is de nieuwe CEO van Ikea Group. Hij vervangt sinds 1 september Peter Agnefjall, die na 22 jaar Ikea - sinds 2013 als CEO - meer tijd met zijn familie gaat doorbrengen alvorens zijn nieuwe plannen bekend te maken. Ook Brodin komt uit de Ikea-gelederen en is al meer dan 20 jaar lid van de 'familie' (bron: fortune.com)*