# ****Adviesrapport Navolging – Van interesse naar boeking én binding****

## ****1. Inleiding****

In veel organisaties stopt het commerciële proces zodra een eerste contact is gelegd. Maar juist in de fase ná een informatieaanvraag, belletje of websitebezoek zit vaak het grootste verschil tussen een gemiste kans en een conversie.

Navolging betekent: **gericht, persoonlijk en tijdig reageren op eerdere contacten**, met als doel:

* Twijfelaars over de streep trekken
* Vertrouwen opbouwen bij groepsorganisatoren
* Boeken stimuleren door reminders en voorstellen
* Relaties opbouwen voor herhaalbezoek en mond-tot-mondreclame

## ****2. Probleemstelling****

### Huidige situatie:

* Er is geen structuur voor navolging na contactmomenten.
* Sommige geïnteresseerden worden te laat of helemaal niet teruggebeld of gemaild.
* Herhaalbezoek of relatiebeheer gebeurt ad hoc.
* Er is veel afhankelijkheid van persoonlijke motivatie per medewerker.

### Gevolgen:

* Klanten kiezen voor een andere locatie die wél proactief is.
* Kostbare leads (na SEA/telefoontje) worden niet omgezet.
* Gemiste omzet en zwakke klantrelaties.

## ****3. Strategie: Navolging als vaste fase in de klantreis****

Om navolging effectief te laten zijn, moet het:

1. **Snel** gebeuren (binnen 24–48 uur)
2. **Persoonlijk** zijn (aansluiten op eerdere vraag)
3. **Systematisch** vastgelegd worden
4. **Herinnerend en helpend** zijn – niet opdringerig

**Verschillende vormen van navolging:**

* **E-mailopvolging** na info-aanvraag of telefoongesprek
* **Telefonisch terugkoppelen** op eerder besproken data
* **Voorstel mailen** met beschikbaarheid en prijs
* **Reminder sturen** (“Zullen we dit nog eens plannen?”)
* **Nazorg** na een verblijf (“Hoe is het bevallen?” → feedback & review)

## ****4. Werkwijze – Navolging standaardiseren met AI****

### 4.1 Prompt-ondersteunde opvolging

**Voorbeelden van vaste prompts:**

| **Situatie** | **Prompt** |
| --- | --- |
| Na infoaanvraag | “Schrijf een e-mail aan een vrouwengroep die interesse toonde in een stilteweekend. Toon dank, geef beschikbaarheid en sluit af met een vraag.” |
| Na belgesprek | “Maak een opvolgmail met een samenvatting van het gesprek en suggestie voor vervolgstap (bijv. reservering of kennismakingsbezoek).” |
| Voor herinnering | “Schrijf een vriendelijke reminder aan een klant die vorige week informatie opvroeg maar nog niet reageerde.” |
| Voor nazorg | “Maak een mail voor na het verblijf, waarin we vragen hoe het is bevallen en uitnodigen voor een review of volgend bezoek.” |

Medewerkers kunnen via vaste formats en AI-sjablonen snel en professioneel opvolgen, met consistentie in tone of voice.

## ****5. Structuur en tools****

* Gebruik CRM, Excel of Google Sheet voor opvolgplanning (contactmoment + vervolgdatum)
* Iedere aanvraag krijgt opvolging binnen 2 werkdagen
* Minimaal 2 opvolgmomenten per lead (in week 1 en week 3)
* AI-teksten worden steeds persoonlijk aangepast
* Iedere afgeronde aanvraag wordt geëvalueerd (succesvol/afgehaakt)

## ****6. Kostenanalyse – navolging als vast proces****

### 6.1 Directe kosten (tools en personeel)

| **Post** | **Bedrag** | **Toelichting** |
| --- | --- | --- |
| **ChatGPT Team** | €25/maand | 1 gebruiker voor opvolgmails en scripts |
| **Tijdsbesteding navolging** | 4 uur/week × €25/uur = €400/maand | 1 medewerker, incl. mail, bellen en noteren |
| **CRM of opvolgsheet** | Gratis tot €20 | Kan ook in bestaande tools |
| **Template/promptset aanmaken** | Eenmalig €150 | Opzetten 10–15 standaardprompts |

### ✅ ****Totaalkosten eerste 2 maanden navolging:****

**€995** (€800 personeel + €50 AI + €20 tools + €125 opstart)

## ****7. Opbrengstenanalyse****

### Aannames:

* 60 leads worden in 2 maanden opgevolgd (infoaanvragen, telefoontjes, etc.)
* Conversieratio bij navolging: 10–20%
* Gem. waarde boeking: €700

| **Scenario** | **Conversie** | **Boekingen** | **Opbrengst** |
| --- | --- | --- | --- |
| Laag | 10% | 6 | €4.200 |
| Gemiddeld | 15% | 9 | €6.300 |
| Hoog | 20% | 12 | €8.400 |

## ****8. Kosten-batenvergelijking navolging (2 maanden)****

| **Scenario** | **Kosten** | **Opbrengsten** | **Winst** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Laag (10%)** | €995 | €4.200 | €3.205 |
| **Gemiddeld (15%)** | €995 | €6.300 | €5.305 |
| **Hoog (20%)** | €995 | €8.400 | €7.405 |

💡 **Break-even ligt rond 2 boekingen.** Alles daarboven is pure winst.

## ****9. Kwalitatieve voordelen****

* Professionele indruk: snelle reactie = vertrouwen
* Hogere klanttevredenheid
* Meer mond-tot-mondreclame
* Reviews verzamelen voor online zichtbaarheid
* Herhaalboekingen aanwakkeren
* Inzicht in bezwaren of twijfels → waardevolle feedback

## ****10. Conclusie****

Navolging is vaak het verschil tussen een geïnteresseerde en een daadwerkelijke boeking. Door dit proces te standaardiseren én ondersteunen met AI, bespaar je tijd, verhoog je de klantbeleving én de kans op conversie.

De kosten zijn laag, terwijl de opbrengsten vergelijkbaar zijn met SEA of telefonische outreach. Het is daarmee een logische en noodzakelijke schakel in de commerciële strategie.