

AVILA REIZEN KOMT NAAR BELGIË



Aragu Restaurant & Cru Lounge - Exterior View

EEN VERHAAL VAN *liefde* EN *dromen* OVERTREFFEN

Het Nederlandse Avila Reizen, specialist in maatwerkreizen voor het midden- tot hoger segment, biedt voortaan ook zijn exclusieve diensten aan in België. Met reisopties naar alle zeven continenten, hebben ze verschillende categorieën ontwikkeld om aan diverse behoeften te voldoen. Hun vernieuwde slogan "Beyond Dreams" benadrukt de belofte om de verwachtingen van klanten te overtreffen, door het aanbieden van comfortabele, privé, onbezorgde en deskundig begeleide ontdekkingsreizen. Deze benadering is geworteld in de kernwaarde van liefde, waarmee Avila Reizen is ontstaan en alle reizen worden uitgevoerd, met passie en toewijding om elke ervaring speciaal te maken. Ontdek samen met ons het verhaal achter deze unieke touroperator, die voortaan ook kantoor houdt in Antwerpen.

EEN BERG VOL ROMANTIEK

Avila Reizen werd ruim dertien jaar geleden opgericht door Tim van der Wel en Hilda van der Wel-Gonzalez, een getrouwd koppel met een Zuid-Amerikaanse en Europese achtergrond, die op zoek waren naar een manier om samen gelukkig te zijn. Tim, voormalig reisbegeleider, en Hilda, juriste uit Venezuela, hadden hun eerste date op de Avila-berg, een plek die hen zo inspireerde dat ze hun toekomstige reisorganisatie ernaar vernoemden. Tim vertelt: "Het was een prachtige plek met uitzicht op de Caribische Zee en Caracas. Daar graptten we toen al dat we ooit samen een reisorganisatie zouden beginnen en die droom hebben we nooit meer losgelaten." Terug in Nederland begonnen ze met slechts twee laptops en een telefoon aan hun nieuwe avontuur met Avila Reizen, gericht op maatwerkreizen naar Latijns-Amerika. "We hebben onze stoute schoenen aangetrokken en zijn van start gegaan. Het bierviltje met handtekeningen ligt nog in mijn nachtkastje," lacht Tim. Hun bedrijf groeide van huis uit naar een kantoor in Haarlem en Amsterdam met 30 medewerkers en is nu een gevestigde naam

in de reiswereld. En daar komt dus nu nog een kantoor in Antwerpen bij.

BELEVING VOOR BUDGET

Avila Reizen begon als B2C-specialist in Latijns-Amerika, maar evolueerde snel naar een 50/50 B2B/B2C Touroperator met meer dan 95 bestemmingen wereldwijd. Tijdens het ondernemen ontdekten ze hun identiteit en visie. Klanten in Nederland en Latijns-Amerika waardeerden hun servicegerichte benadering en mooie accommodaties, en vroegen om vergelijkbare reizen naar andere bestemmingen zoals Afrika. "Al in de eerste maanden besloten we een allround touroperator te worden, met een focus op het hogere segment," vertelt Hilda. "En niet per se alleen maar de duurste reizen, maar wel beleving voor budget, waarbij mensen kiezen voor het beste en niet het goedkoopste. Denk daarbij aan wildlife, ongerepte plekken, onbekende pareltjes van bestemmingen, gecombineerd met perfecte hotels, goed eten, top service en alles wat een vakantie speciaal maakt. Want je moet op reis ook kunnen genieten."





AVILA BEYOND DREAMS

"In ons eerste jaar ontwikkelden we de formules 'Authentique', 'Boutique' en 'Unique', waarbij we authentieke instapopties van drie tot vier sterren, boetiekopties van vier en vijf sterren en high-end unieke ervaringen – the Sky is the limit zeg maar – aanboden," gaat Tim verder. Recentelijk besloot Avila Reizen om dit concept te vernieuwen en nog meer eigen identiteit te geven en duidelijker te presenteren. Hilda licht toe: "Met 'Avila Adventure' richten we ons op avontuurlijke reizen weg van de massa. Luxe is daarbij ondergeschikt aan de beleving. Het is daarom niet per se goedkoop, maar het is meer een expeditie-categorie. 'Avila Boutique' staat voor charmante, kleinschalige accommodaties en een aangenaam reistempo. We zoeken hier naar een evenwicht tussen ontdekken en ontspannen. 'Unique' werd 'Avila Beyond Dreams', waarbij alles mogelijk is en maatwerk tot in de allerkleinste details wordt geleverd." Tim vult enthousiast verder aan: "We willen mensen verrassen en hun verwachtingen overtreffen. Het gaat om beleving en comfort,

deskundig advies en ontzorgen, zodat onze klanten de beste ervaring hebben, ongeacht hun wensen."

VIER PIJLERS

"Het gaat bij Avila Reizen niet alleen om het overtreffen van de klantverwachtingen", zegt Tim. "We willen ook dat de dromen van onze medewerkers worden overtroffen. We vinden het belangrijk dat ons personeel gelukkig is, zich thuis voelt en graag lang wil blijven. We willen een gezonde organisatie zijn en we willen door onze manier van reizen een positieve bijdrage leveren aan de bestemmingen die we bezoeken, in de vorm van natuurbescherming en armoedebestrijding. Die vier zaken moeten met elkaar in balans zijn en we mikken erop dromen te overtreffen, hoe moeilijk dat ook is." Hilda knikt instemmend: "We hebben geleerd dat je in het leven hoge doelen moet stellen om het beste te bereiken. Daarom streven we altijd naar het allerhoogste, ook al maakt dat het soms ontzettend uitdagend," gaat ze lachend verder.



AVILA FOUNDATION

Hilda wijst naar de kleine groene blaadjes in het Avila-logo dat op de etalage van hun gloednieuwe kantoor in Antwerpen prijkt. "Bij ons was duurzaamheid vanaf het begin een kernwaarde. We willen iets teruggeven aan de lokale gemeenschappen, de planeet en het wildlife. Onze accommodaties moeten luxe zijn, maar ook bijdragen aan een positieve impact. We zoeken naar plekken waar gasten het gevoel krijgen dat ze de bestemming beter achterlaten dan toen ze aankwamen. Dit betekent niet per se verblijven in een eco-huis of tent, maar het kan ook gaan om het ondersteunen van sociale projecten tijdens hun verblijf, of kiezen voor een luxe eco-lodge in plaats van een betonnen hotel van een multinational." In 2019 werd de Avila Foundation opgericht om de positieve impact verder te vergroten en de inspanningen verder te professionaliseren. "Een deel van onze inkomsten doneren we aan projecten die armoede bestrijden en de natuur beschermen. Ondertussen hebben we ook al een aantal vaste donateurs. Dit stelt ons in staat om verschillende projecten wereldwijd te ondersteunen, evenals ons eigen project in Venezuela, dat door Hilda wordt gecoördineerd.", zegt Tim. Het enthousiasme van Hilda is niet meer te temperen wanneer ze over het project begint te vertellen: "We



kochten en verbouwden een huis voor Funda Flanma in Sucre, Venezuela. Daar werken we samen om bij te dragen aan een duurzame toekomst voor de kinderen. Op elke mogelijke manier en door een veilige, prettige maar vooral menselijke thuisbasis te bieden. Eentje die in de nabije en verre toekomst voor veel kinderen het verschil kan maken en die, naast een gezondere levensstijl, perspectief biedt op persoonlijke groei en levensvreugde. Het project loopt zo goed dat we dit jaar opnieuw een huis gekocht hebben, dat we nog volledig gaan verbouwen!"





DE STAP NAAR BELGIË

Als sinds de start kon Avila Reizen op belangstelling van Belgische consumenten rekenen laat Tim weten. "We beschouwen het ondernemerschap echt als een missie waarin we onze dromen en het reismerk willen zien floreren. Dat maakt ook dat we deze stap naar België uiteindelijk zetten. Sinds ons allereerste jaar hebben we al klanten uit Vlaanderen, variërend tussen de 10 en 25 procent van onze klandizie, zonder enige vorm van marketing of fysieke aanwezigheid hier. Een aantal jaren geleden ontstond dan het idee om een kantoor en marketing in België te starten, om te zien of dat een extra boost en verdere internationalisering van ons reismerk teweeg kan brengen. En uiteindelijk zitten we nu hier in Antwerpen. We kozen voor een Belgische vestiging van onze Nederlandse entiteit. Dit was de snelste en meest efficiënte optie."

TRAVELBOETIEK IN ANTWERPEN

Het nieuwe kantoor wordt volop ingericht in de Leopold de Waelstraat 7, in de Antwerpse wijk Het Zuid, een trendy en cultureel rijke buurt die bekend staat om zijn kunstgalerijen, musea, hippe cafés en restaurants. "Toen we hier terechtkwamen om enkele panden te bezichtigen, hadden we meteen een klik", zegt Tim. "Al moet ik stiekem wel toegeven dat we Antwerpen al heel lang een leuke stad vinden, dus dat hielp wel om de beslissing te nemen," gaat hij lachend verder. "Het idee is om hier te starten met een klein, zelf functionerend team van 4 personen, dat zich vooral met de verkoop



Tim van der Wel en Hilda van der Wel-Gonzalez

zal bezighouden. Voorlopig laten we de administratie in Nederland, maar hoe meer het Belgische stukje groeit, hoe groter de kans dat we het volledig hier gaan organiseren. Maar in de basis hebben we nu een volwaardig verkoopkanaal en servicepunt met een fysieke aanwezigheid in België". "Onze klanten zijn verzekerd via SGR", gaat Hilda verder. "We zijn dus helemaal klaar om de samenwerking met de Belgische reisagenten aan te gaan. Bij deze dan ook een warme uitnodiging om onze service, prijzen en specialisme te leren kennen!"



SAMENWERKING MET DE REISAGENT

Net zoals Avila Reizen in Nederland evolueerde van een B2C naar een gemixte organisatie, wil het ook in België van bij de start de samenwerking met reisagenten aangaan. “Wij denken oprecht dat we een heel mooi product hebben voor het Belgische retail”, geeft Tim aan. “Bovendien hebben wij een sterke eigen identiteit die zich richt op luxe en duurzaamheid. Als reisagenten zich hierdoor aangesproken voelen, dan willen we graag met ze samenwerken. Een van de belangrijkste lessen die we doorheen de jaren geleerd hebben is dat de klant van de B2B heilig is. Voor ons is het belangrijker om een betrouwbare partner te vinden dan om commerciële voordelen na te streven. We nemen de verantwoordelijkheid serieus om ervoor te zorgen dat klanten die via onze partners bij ons komen, tevreden zijn en terug willen komen. We hanteren een transparante formule waarbij B2B-partners een netto prijs krijgen die ongeveer 10% lager is dan de prijs voor rechtstreekse klanten. Dit zorgt voor vaste partnerschappen, omdat je elkaar leert kennen en een dynamiek opbouwt die het mogelijk maakt om gezamenlijk de reisdromen van klanten te realiseren en zelfs te overtreffen. Door respect en ethiek hoog in het vaandel te houden, kunnen we onze reputatie en succes verder uitbouwen. Als een reisagent bij ons een reisvoorstel aanvraagt, ontvangt hij een digitaal voorstel met zijn eigen logo en branding, dat hij 1-op-1 naar zijn klant kan sturen. Reisagenten kunnen zelf bepalen welke reissom ze hanteren. Bij een boeking nemen wij al het werk uit handen en dragen we de volledige verantwoordelijkheid en het risico. Dit maakt het voor onze partners een aantrekkelijke en zorgeloze samenwerking. Als iemand rechtstreeks contact met ons opneemt en we zien in ons systeem dat die persoon eerder via een B2B-partner heeft geboekt, dan hanteren

we een vaste procedure. We bellen de B2B-partner en laten deze bepalen hoe we met de situatie omgaan: of we de boeking weigeren en doorverwijzen naar de B2B-partner, of zelf uitvoeren en een commissie uitbetalen. Dit komt echter zelden voor, misschien 2-3 keer per jaar. Het resultaat van deze aanpak is dat het leidt tot loyale relaties.”



DOELGROEP

"Vanuit de doelgroep gedacht, willen we reizigers aantrekken die waarde hechten aan unieke ervaringen en cultuur," zegt Hilda. "Onze klanten scoren over het algemeen hoog in zowel beschikbaar kapitaal als culturele interesse, en ze zien beleving boven budget. Dit betekent niet dat ze altijd het duurste willen, maar dat ze hun budget – of dat nu 10, 20, of 50 duizend euro is – willen gebruiken om hun reis zo bijzonder mogelijk te maken. Tim legt uit: "Mensen willen vaak maar één keer naar een bestemming zoals bijvoorbeeld Brazilië gaan en daar het maximale uit halen. Ze vertrouwen ons hun tijd toe om iets unieks en onvergetelijks te creëren. Onze doelgroep omvat mensen die zich aangetrokken voelen tot onze drie categorieën: Avila Adventure, Avila Boutique en Avila Beyond Dreams. Deze mensen hebben gemeen dat ze tijdens hun vakantie ervaringen verkiezen boven kostenbesparing. Ze willen dat hun reis, of het nu een familiereis met drie generaties is of een expeditie vol avontuur, perfect aansluit bij hun wensen en doelen. "

STERK NETWERK EN EXPERTISE

Avila Reizen beschikt op een aantal locaties over eigen kantoren en overal hebben ze persoonlijke, goede banden met de

samenwerkingspartners. Vaak zijn ze één appje verwijderd van decision makers die zorgen dat alles in goede banen wordt geleid. "Onze expertise is de afgelopen jaren gegroeid door onze betrokkenheid bij verschillende clubs, bereik op het gebied van accommodaties, projecten en bestemmingen, en contacten met ambassades en ministeries. Een unieke sterkte is dat we vijf kantoren hebben in Latijns-Amerika en onze eigen DMC's, genaamd Avila Experience, die onder de Avila familie vallen. We hebben kantoren in Chili, Peru, Colombia, Panama en Mexico. Hierdoor kunnen we onze reizen ter plaatse organiseren en beheren, wat ons echt onderscheidt als touroperator. We investeren veel in kennis en connecties, zowel vanuit onszelf als ons team. We denken dat dit versterkend kan werken, vooral met onze aanwezigheid in zowel België als Nederland," licht Hilda toe.

GROEPSREIZEN

De hoofdfocus ligt op maatwerk, maar daarnaast biedt Avila Reizen ook nog andere formules. "We organiseren ook expeditiecruses, bijzondere treinreizen en speciale groepsreizen. Deze reizen hebben vaak een speciaal thema, doel of worden begeleid door een expert. Hoewel we dit





momenteel een paar keer per jaar doen, is de vraag aan het groeien en zullen we dit steeds vaker aanbieden. Deze reizen zijn boekbaar voor zowel de Nederlandse als Belgische reisbranche", zegt Tim. Hilda vult verder aan: "Veel van deze speciale groepsreizen worden Nederlandstalig begeleid, afhankelijk van de groep. We hebben ook zeer goede commissies voor onze expeditiecruses, zoals met Lindblad Expeditions of Ponant, met bestemmingen als Antarctica en de Noordpool. Deze commissies delen we graag met onze B2B-partners, wat de samenwerking nog aantrekkelijker maakt."

MEDEWERKERS GEZOCHT

Voor de verdere groei in België is Avila Reizen nog op zoek naar medewerkers om het team te versterken. "We zoeken mensen die dezelfde passie voor reizen hebben als wij, en die ook een sterke toewijding hebben om een positieve impact op de wereld te maken", zegt Hilda. "Iemand die dit werk niet ziet als een baan, maar als een hobby, met de wens om mensen blij te maken. Zoals ik zelf heb ervaren, ik ben advocaat, en toen ik in de reissector ging werken vroeg mijn moeder me ooit: "Hoe voel je je, want dit is toch iets helemaal anders?"

En ik antwoordde: "Ik voel me zo blij omdat ik mensen blij maak. Weet je hoe geweldig het is dat jouw werk bestaat uit het gelukkig maken van anderen?" We zoeken mensen die dit ook hebben gevoeld en ervan genieten om de dromen van anderen te realiseren." Voor Tim bestaat het ideale team uit een mix van talent en ervaring. "Bij ons is de rol van reisspecialist een mooie mix van verkoop en productontwikkeling, omdat het echt maatwerk betreft. Je bent diepgaand bezig met het aanbod op de bestemmingen, maar ook met cultuur, geschiedenis en de achtergronden van een bestemming. Qua ervaring zoeken we een mix van mensen die al enige ervaring hebben opgebouwd en jongere mensen die aan het begin van hun carrière staan. Misschien geen schoolverlater, maar wel mensen die nog in hun eerste carrièrejaren zitten. Onze organisatie is flexibel en horizontaal, waar iedereen zijn mening kan geven en open staat voor creativiteit en proactiviteit. We zoeken mensen die zich kunnen specialiseren binnen ons DNA en onze visie, maar die ook hun eigen creativiteit meenemen," besluit Tim.



Leopold de Waelstraat 7
2000 Antwerpen
www.avilareizen.be

MEER INFORMATIE

