



## Inleiding

Travel the Guianas hanteert een functionele en overzichtelijke organisatiestructuur waarbij taken verdeeld zijn per afdeling. De directeur of manager stuurt de verschillende onderdelen van het bedrijf aan. De afdeling Marketing & Promotie richt zich op het promoten van reizen en bestemmingen binnen de Guiana-regio. Operations & Tour Planning organiseert tours en onderhoudt contact met lokale partners. Customer Service behandelt boekingen en klantvragen. Finance & Administratie beheert betalingen en administratie, terwijl ICT & Social Media verantwoordelijk is voor digitale ondersteuning en online zichtbaarheid. Tijdens het gesprek viel ons op dat het team werkt vanuit korte communicatielijnen, waardoor besluiten snel genomen kunnen worden en medewerkers zich verbonden voelen met het geheel. Deze structuur zorgt voor flexibiliteit en klantgerichtheid, twee eigenschappen die in een dynamische sector als toerisme essentieel zijn.

## Organisatiestructuur en verantwoordelijkheden

Travel the Guianas hanteert een overzichtelijke organisatiestructuur waarin verantwoordelijkheden helder verdeeld zijn over een aantal kernrollen. Tijdens het gesprek werd duidelijk dat het team werkt vanuit korte communicatielijnen, waardoor besluiten snel genomen kunnen worden en medewerkers zich verbonden voelen met het geheel van de organisatie. Travel the Guianas hanteert een functionele en overzichtelijke organisatiestructuur waarbij taken verdeeld zijn per afdeling.

De directeur of manager stuurt de verschillende onderdelen van het bedrijf aan. De afdeling Marketing & Promotie richt zich op het promoten van reizen en bestemmingen binnen de Guiana-regio. Operations & Tour Planning organiseert tours en onderhoudt contact met lokale partners. Customer Service behandelt boekingen en klantvragen. Finance & Administratie beheert betalingen en administratie, terwijl ICT & Social Media verantwoordelijk is voor digitale ondersteuning en online zichtbaarheid. Deze structuur zorgt voor flexibiliteit en klantgerichtheid, twee eigenschappen die in een dynamische sector als toerisme essentieel zijn.



## **ORGANISATIEPROCESSEN**

De operationele processen binnen Travel the Guianas zijn opgezet rond de volledige klantreis: van eerste contact en oriëntatie, via het samenstellen van een passend reisaanbod, tot de uitvoering van de tour en de nazorg. Klanten kunnen het bedrijf bereiken via meerdere kanalen, waaronder de website, e-mail en een 24-uurs WhatsApp-service. Na het eerste contact stelt het team een reisvoorstel op maat samen, waarbij nauw wordt samengewerkt met lokale partners zoals gidsen, lodges en transportaanbieders in Suriname, Guyana en Frans-Guyana. Het bedrijf zet bewust in op standaardisering waar dat efficiëntie oplevert, terwijl er tegelijk ruimte is voor maatwerk per klant. Dit sluit aan bij de theorie van procesmanagement, waarin een balans tussen efficiëntie en klantgerichtheid centraal staat.

## **Organisatiegedrag en bedrijfscultuur**

Wat ons opviel was de open en informele bedrijfscultuur binnen Travel the Guianas. Tijdens ons bezoek werkte het team in dezelfde ruimte aan hun computers, waardoor collega's elkaar direct kunnen aanspreken en kort kunnen overleggen. Medewerkers worden gestimuleerd om mee te denken over verbeteringen en ideeën aan te dragen voor nieuwe tours of marketingacties. Deze directe manier van samenwerken zorgt voor snelle besluitvorming en een sterke teamgeest. In de literatuur over organisatiegedrag wordt benadrukt dat een cultuur van openheid en vertrouwen direct bijdraagt aan motivatie, betrokkenheid en uiteindelijk aan klanttevredenheid, iets wat wij ook tijdens het bezoek duidelijk hebben kunnen herkennen.

## **Innovatie en ICT-toepassingen**

Travel the Guianas maakt gebruik van diverse digitale middelen om processen te ondersteunen en de klant beter van dienst te zijn. Het bedrijf is online vindbaar via de eigen website ([www.travelguianas.com](http://www.travelguianas.com)) en is actief op social media platforms zoals Facebook en Instagram, waar bestemmingen en tours worden gepromoot. Voor klantcontact gebruikt het bedrijf e-mail, een telefonische lijn en een 24-uurs WhatsApp-service, zodat reizigers ook tijdens hun reis snel hulp kunnen krijgen. Voor interne werkzaamheden wordt gewerkt met moderne computers en online tools voor planning en administratie. Het bedrijf ziet technologie niet als doel op zich, maar als middel om de klant centraal te zetten en medewerkers efficiënter te laten werken. Dit sluit goed aan bij de theorie over digitalisering en innovatie in dienstverlenende bedrijven, waarin ICT wordt gezien als een belangrijke factor voor concurrentievoordeel zeker in sectoren waarin klantbeleving doorslaggevend is.



## Klantgerichtheid en marketing

Klantgerichtheid is een belangrijke kernwaarde van Travel the Guianas. Het bedrijf onderzoekt actief wat reizigers zoeken en verwerkt deze inzichten in marketingstrategieën die de Guiana-regio promoten.

De marketing wordt uitgevoerd via internationale toerismebeurzen en social media platforms zoals Facebook en Instagram. Door zich specifiek te richten op de Guiana's positioneert het bedrijf zich in een nichemarkt. Daarnaast gebruikt het bedrijf klantfeedback om diensten te verbeteren en de klanttevredenheid te verhogen.

## Conclusie

Uit deze analyse blijkt dat Travel the Guianas een duidelijk gepositioneerd toerismebedrijf is dat zich richt op het promoten van de Guiana-regio. Het bedrijf onderscheidt zich door sterke marketing, samenwerking met partners en een klantgerichte aanpak. Daarnaast wordt gebruikgemaakt van ICT en data om processen te ondersteunen en beslissingen te verbeteren. De organisatie toont ook aandacht voor duurzaamheid en ontwikkeling binnen de sector. Er zijn echter nog kansen voor verdere optimalisatie van werkprocessen en innovatie. Al met al laat dit onderzoek zien dat het bedrijf goed functioneert en groeipotentieel heeft, waarbij theorie en praktijk succesvol met elkaar worden verbonden.

**Studenten:**  
Anish Ramlal  
Amberien Khudabux  
Javier Sjaw