



EuroResorts wordt toonaangevende campingoperator dankzij een PMS voor vakantieparken

Sinds 2023 partner van Maxxton, heeft EuroResorts een technologisch model opgebouwd dat directe online boekingen, OTA-distributie en automatisering combineert. Het resultaat: een schaalbare, servicegerichte onderneming die zich onderscheidt door kwaliteit en waarde in plaats van door prijs.



Premium campings, zorgvuldig geselecteerd

EuroResorts selecteert uitsluitend hoogwaardige campings in heel Europa en garandeert zo zijn gasten een consistente, premium vakantie-ervaring tegen scherpe tarieven.



Waarde boven prijzenoorlog

In plaats van mee te doen aan een race naar de laagste prijs zet EuroResorts in op servicekwaliteit en een superieure beleving met voorzieningen op hotel-resortniveau tegen villaprijzen, vooral in het laagseizoen.



Hoog percentage trouwe gasten

Een sterke basis van vaste gasten ondersteunt de directe boekingsstrategie, gedragen door gepersonaliseerde technologie die terugkerende gasten herkent en hun volgende boeking eenvoudig maakt.



Een gediversifieerde, evenwichtige klantenkring

Na de pandemie heeft EuroResorts zijn bereik strategisch uitgebreid buiten de Britse en Ierse markt via OTA-partnerschappen zo verminderde de afhankelijkheid van één markt en werden seizoensgaten opgevuld.



Technologie in dienst van de mens

EuroResorts vertrouwt op automatisering, dynamische prijsstelling en slimme allocatietools, en bewaart tegelijk de menselijke dimensie vooral bij het onboarden van nieuwe campings om de kwaliteit van de adoptie nooit uit het oog te verliezen.



Met zorgvuldig geselecteerde bestemmingen door heel Europa is EuroResorts gespecialiseerd in familiecampings die comfort, avontuur en cultuur combineren.

Actief in Spanje, Italië en Frankrijk, kiest de operator accommodaties die ervoor zorgen dat zijn gasten zich overal thuis voelen.

Sites

Spanje, Frankrijk, Italië, Portugal

Size

14 resorts

Type accommodatie

camping, stacaravans

Belangrijkste integraties

Booking.com

Go-live met Maxxton

februari 2023



Van tussenjaar-project tot toonaangevende campinggroep

Een bescheiden begin, een langetermijnvisie

EuroResorts vindt zijn oorsprong in het universitaire tussenjaar van CEO Rod Jones, toen een paar caravans op een camping in Zuid-Frankrijk uitgroeiden tot een klein familiebedrijf. In plaats van snel winst te willen maken, herinvesteerde het team elke cent in het bedrijf en zorgde zo voor organische groei, zonder schulden. Deze geduldige, geaarde aanpak bepaalt vandaag nog steeds hoe EuroResorts werkt.

Kwaliteit en service als overtuiging

Vanaf het begin positioneerde EuroResorts zich rond waarde en kwaliteit, in plaats van zich te meten op prijs. Rod Jones is ervan overtuigd: het is meer dan een race naar de laagste prijs. Service is de echte onderscheidende factor, die gasten jaar na jaar laat terugkomen. Die filosofie strekt zich uit tot de manier waarop het bedrijf zijn campingpartners kiest en die relaties onderhoudt.

Rod beschrijft dit netwerk zelf als “een soort Maxxton-familie”.

Partnerschap als kernwaarde

EuroResorts ziet zijn relaties met campings, technologiepartners en gasten als langetermijnverplichtingen. Het partnerschap van meer dan tien jaar met Maxxton weerspiegelt die overtuiging: systemen en allianties bouwen die mee-evolueren met het bedrijf. Rod beschrijft dit netwerk zelf als “een soort Maxxton-familie”.



De uitdagingen van een snelgroeiend campingnetwerk in heel Europa

Groeien zonder de kwaliteit op te offeren

Naarmate EuroResorts uitgroeide van een handvol caravans tot meer dan tien campings in vier landen, werd het steeds complexer om een consistente kwaliteit van aanbod en service te handhaven. Het beheer van een groot volume stacaravan-accommodaties op verschillende markten, talen en boekingsgewoontes vroeg om robuuste back-officesystemen. Zonder de juiste technologie dreigde de groei juist de kwaliteit te verwateren die de operator onderscheidt.

- Grote accommodatie-inventaris verspreid over meerdere landen
- Diverse klantenkring met verschillende boekingsgewoontes en talen
- Behoefte aan constante servicekwaliteit op schaal

Afhankelijkheid van één markt vermijden

Jarenlang leunde EuroResorts sterk op Britse en Ierse gasten, wat het bedrijf blootstelde aan schommelingen in één enkele markt. De pandemie versnelde de behoefte aan diversificatie en zette aan tot het verkennen van nieuwe segmenten en geografieën. De Franse, Duitse of Scandinavische markten bereiken zonder lokale taalvaardigheden of callcenter-infrastructuur was een grote operationele uitdaging.

- Sterke afhankelijkheid van de markt VK / Ierland
- Beperkte interne resources om nieuwe Europese markten te targeten
- Noodzaak om de directe boekingsstroom op peil te houden en tegelijk de OTA-aanwezigheid uit te breiden

Technologie toekomstbestendig houden

In een snel veranderend digitaal landschap had EuroResorts een systeem nodig dat niet binnen enkele jaren verouderd zou raken. Regelmatig van platform wisselen zou duur en verstorend zijn voor een bedrijf dat is gebouwd op winstgevende, herinvesteerde groei. Een partner vinden die mee-evolueert met de technologie, in plaats van een volledige systeemvervanging te vragen, was essentieel.

- Risico op kostbare systeemmigraties om de paar jaar
- Snel evoluerende boekings- en distributietechnologieën
- Behoefte aan automatisering zonder de menselijke dimensie van de service te verliezen

Het Maxxton beheersysteem voor outdoor hospitality ondersteunt EuroResorts



Eén beheersysteem voor 14 campings

EuroResorts gebruikt het beheersysteem van Maxxton sinds 2013 en heeft daarmee één centraal systeem achter elke boeking. Het platform beheert de complexiteit van 14 campings verdeeld over vier landen van reserveringen en betalingen tot geautomatiseerde gastcommunicatie. Rod waardeert dat “Maxxton mee-evolveert met de technologie”, wat het vervangen van het systeem om de paar jaar overbodig maakt en het bedrijf een stabiele basis biedt voor langetermijngroei.



Web Manager: een gepersonaliseerd boekingsysteem voor camping

De directe boekingswebsite van EuroResorts draait op de Web Manager van Maxxton, ontworpen voor de Britse en Ierse kerndoelgroep. De site levert snelle, gepersonaliseerde informatie gedetailleerde gegevens over standplaatsen, FAQ's afgestemd op Britse en Ierse gasten, en gegarandeerde plaatskeuze die de onzekerheid uit het boekingsproces halen. In Rods woorden is het doel “een geavanceerde website waar je razendsnel de juiste informatie vindt, met een sterke personalisatie”.



Channel manager: OTA-distributie

Om buiten zijn historische markt te diversifiëren zette EuroResorts na de pandemie de distributietools van Maxxton in om aan te sluiten op OTA's. Zo kon het bedrijf Franse, Duitse en Scandinavische gasten bereiken zonder eigen taalvaardigheden of toegewijde callcenters: die klantenservicelaag wordt door de OTA-partners gedragen. Het resultaat: een evenwichtige klantenkring die niet langer voor 90% afhankelijk is van één markt.



Dynamische prijsstelling en slimme allocatie

Op de grotere campings benut EuroResorts de functies voor dynamische prijsstelling en slimme gasttoewijzing van Maxxton om een groot volume aan accommodaties efficiënt te beheren. Deze tools leveren aanzienlijke operationele winst op door de juiste gasten in de juiste units te plaatsen, tegen de juiste prijzen. Op kleinere of nieuwere sites past het team meer handmatig toezicht toe en combineert het machine learning met menselijk inzicht tijdens de onboardingfase.



Notification Manager: geautomatiseerde gastcommunicatie op schaal

De automatisering van Maxxton verzorgt gastcommunicatie gedurende het hele boekingsproces, van saldoherinneringen tot pre-arrival informatie. Rod benadrukt: deze berichten zijn “heel belangrijk voor de gast om op het juiste moment te ontvangen, en net zo belangrijk voor het bedrijf vanuit cashflow-oogpunt”. Deze automatisering stelt EuroResorts in staat hoge servicestandaarden op schaal te handhaven, zonder een evenredig groter klantenserviceteam.



Resultaten: een gediversifieerde, groeiende stacaravan-activiteit

Belangrijkste conclusies

- Een gediversifieerde, evenwichtige klantenkring op meerdere Europese markten
- Een hoog percentage terugkerende boekingen, gedreven door gepersonaliseerde, technologie-ondersteunde loyaliteit
- Schaalbare activiteiten over 14 campings zonder concessies aan de servicekwaliteit

Duurzame, schuldevrije groei

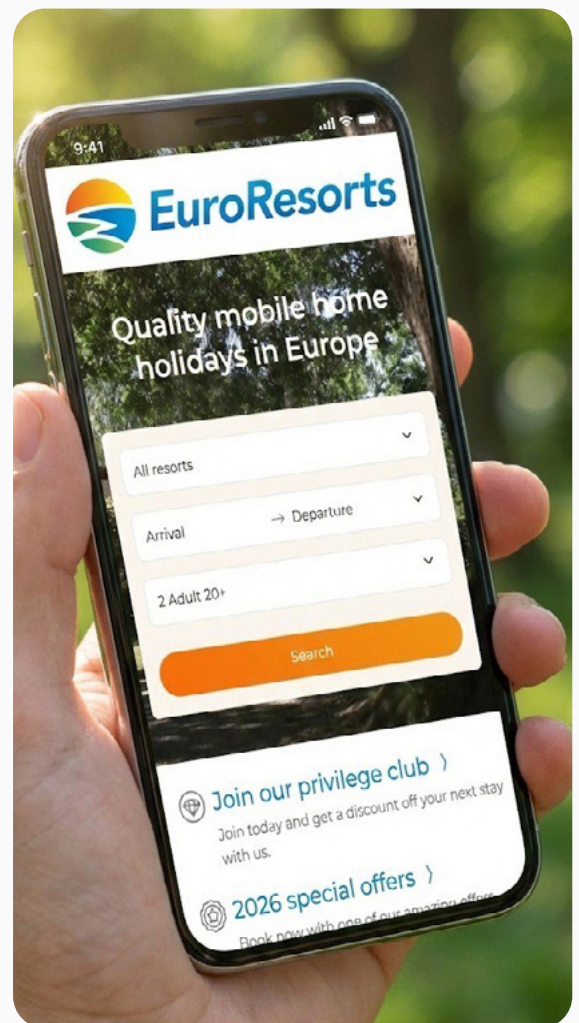
In 27 jaar groeide EuroResorts van een paar caravans tot 14 campings in vier landen volledig gefinancierd door herinvestering. De combinatie van organische groei en de juiste technologiepartner stelde het bedrijf in staat op te schalen zonder financieel risico. Vandaag draait het een lean, veerkrachtig model dat zich op eigen tempo blijft uitbreiden.

Een werkelijk gediversifieerde Europese klantenkring

Na jarenlang sterk te leunen op Britse en Ierse gasten bedient EuroResorts nu een echt internationaal publiek. Door de OTA's strategisch in te zetten om de Franse, Duitse en Scandinavische markten te bereiken verminderde het bedrijf zijn afhankelijkheid van één segment en creëerde het een evenwichtigere, veerkrachtigere inkomstenstroom. Zoals Rod opmerkt: "we leunen niet meer voor 90% op het VK en Ierland".

Sterke directe boekingen

Ondanks de groei van het OTA-kanaal blijft het directe kanaal van EuroResorts sterk en competitief, gedragen door een snelle, gepersonaliseerde website. Terugkerende gasten profiteren van een eenvoudige accountlogin, herkende status en gerichte aanbiedingen, alles automatisch geleverd via het platform. Zo blijven de acquisitiekosten laag en wordt loyaliteit verder verdiept.



Operationele efficiëntie over 14 campings

Met dynamische prijsstelling en slimme allocatie op de grotere campings beheert EuroResorts een groot volume aan accommodaties veel efficiënter dan met handmatige processen mogelijk zou zijn. De geautomatiseerde communicatie houdt gasten in elke fase op de hoogte, vermindert inkomende vragen en verbetert de cashflow dankzij tijdig verzonden saldoherinneringen. De technologie vergroot zo de capaciteit van het team zonder dat er meer mensen bij hoeven.

Een partnerschap gebouwd om te blijven

De relatie met Maxxton gaat verder dan software: ze verbindt EuroResorts met een breder netwerk van exploitanten die best practices delen. Partners zoals De Krim hebben directe operationele inzichten aangereikt en zo aan EuroResorts toegang gegeven tot peer learning die elders niet te vinden is. Voor Rod is dit ecosysteem een echt strategisch voordeel – en een pijler van de toekomstige groei van EuroResorts.



Over Rod Jones, oprichter & CEO



Rod Jones CEO van Euroresorts

Rod Jones is oprichter en CEO van EuroResorts. In 27 jaar tijd liet hij het bedrijf uitgroeien van een familieproject geboren uit een tussenjaar tot een van de toonaangevende stacaravan-touroperators van het Verenigd Koninkrijk. Bekend om zijn reinvestment-first-aanpak zonder schulden leidt hij vanuit een langetermijnvisie, zet hij in op servicekwaliteit boven prijs, en kiest hij partners die mee-evolueren met het bedrijf. Onder zijn leiding is EuroResorts uitgebreid tot 14 campings in vier landen, met behoud van de hechte cultuur van zijn familiale oorsprong.



Groei voor campings en vakantieparken,
eenvoudig gemaakt