

## **EERSTE ONLINE VEILINGHUIS VOOR VRIJETIJDSDACTIVITEITEN IN BELGIË GELANCEERD**

*VakantieVeilingen.be komt met vernieuwend e-commerce-concept*

**Gent, 7 juli 2015 – Vandaag vond de officiële lancering van VakantieVeilingen.be plaats. Het is het eerste online veilinghuis in België waar consumenten kunnen bieden op o.a. hotelovernachtingen, dagjes uit, wellness-arrangementen, diners, concerttickets, sportevenementen en andere vrijetijdsactiviteiten. Het verloop van een veiling is online te volgen, waarbij op ieder moment biedingen kunnen worden uitgebracht. VakantieVeilingen.be is het jongere broertje van VakantieVeilingen.nl, dat in Nederland per maand zo'n zeven miljoen unieke bezoekers en 150.000 veilingen telt.**

### **24/7 ontspanning**

Op VakantieVeilingen.be worden ontspanningsformules, zoals hotelovernachtingen, dagjes uit naar pretparken en andere attracties, tickets voor evenementen en wellness-arrangementen verkocht volgens het veilingprincipe. Na een korte registratieprocedure kan je zeven dagen per week, vierentwintig uur per dag bieden op al deze arrangementen. Deelnemers kunnen te allen tijde het verloop van de veiling volgen, ook via hun smartphone. Wanneer de veiling afloopt, 'wint' de bieder met het hoogste bod het arrangement. Op deze manier kunnen echte koopjes worden gedaan.

### **Online bieden als fun**

Katia Longeval, Marketing & Sales Director België: "Deelnemers van VakantieVeilingen.be zijn vooral vrouwen tussen de 25 en 40 jaar met kinderen. We noemen ze de "candy-crush-mama's" omdat ze vaak voor de fun online actief zijn. Ze ervaren het bieden op de arrangementen als een echte uitdaging want ze willen hun beautybehandeling of dagje uit 'winnen'."

### **Belgische site op vraag van consument**

"Er was duidelijk interesse voor een Belgische versie van VakantieVeilingen. Op de Nederlandse site hadden zich al meer dan 60.000 Belgen geregistreerd." Zegt Katia Longeval. "De interesse werd nogmaals bevestigd in de verschillende focusgroepen die we de voorbije maanden hebben georganiseerd. Naast de fun van het bieden, vinden consumenten het ook relevant om zelf de prijs te kunnen bepalen voor het gekozen pakket. Ook in de toekomst zullen we bevestigingen via social media en marktonderzoeken organiseren om VakantieVeilingen.be inzicht te bieden in de wensen en interesses van de doelgroep. Op deze manier wisselt het aanbod op de site voortdurend en wordt het afgestemd op de noden van de doelgroep."

### **Een nieuwe marketingtool en performant distributiekanaal voor partners**

Partners stappen mee in VakantieVeilingen om verschillende redenen: lokale spelers zien de site vaak als een nieuwe en verfrissende marketing tool om in België én Nederland on- en offline merknaambekendheid op te bouwen. Andere partners zien VakantieVeilingen als een distributiekanaal dat tijdens het laagseizoen op een efficiënte en snelle manier de verkoop kan ondersteunen. Zij ervaren het als zeer positief dat er geen vaste en zichtbare promotieprijs gepubliceerd wordt: de uiteindelijke veilingprijs is telkens verschillend.

"VakantieVeilingen is voor ons een marketingplatform dat onze pretparken op een andere en originele manier in de kijker zet." Aldus Steve Van den Kerkhof, CEO Plopsa. "Het spel- en fun element van dit platform is heel vernieuwend. Dit gaf voor ons de doorslag om met VakantieVeilingen in zee te gaan."

**Lokaal team werkt op uitbreiding van partners in België**

VakantieVeilingen heeft een team van Belgische accountmanagers die de portfolio dagelijks uitbreiden met nieuwe partners. Binnen elke categorie wordt er nu al gewerkt met kwalitatieve partners zoals Plopsa, Bobbejaanland, Bellewaerde, Walibi, Lucy Chang, NH hotels, Different Hotels, Sauna Hezemeer, Van der Valk hotels, AG Memorial Van Damme, ... Geïnteresseerden kunnen VakantieVeilingen contacteren via [partners@vakantieveilingen.be](mailto:partners@vakantieveilingen.be)