



De toegevoegde waarde van het reisbureau

TUI HEEFT 140 EIGEN REISBUREAUS

VERSPREID OVER NEDERLAND EN DAT AANTAL IS NOG STEEDS GROEIENDE. "REISBUREAUS SPELEN NET ZO'N BELANGRIJKE ROL IN ONZE OMNICHANNEL STRATEGIE ALS DE ONLINE DIENSTVERLENING."

Reisbureaus hebben nog steeds bestaansrecht. "We zien dat er een enorme vraag is naar persoonlijke service en advies op maat", zegt Suzanne Goossen, Head Retail van TUI Nederland. "Zo zijn er klanten die in het reisbureau meer zekerheid zoeken. En er is een sterk groeiende klantengroep die volledig ontzorgd wil worden en ons vraagt de vakantie tot in de puntjes te regelen. Dat kan een mooie pakketreis zijn, want die is na twee jaar onzekerheid door corona weer helemaal terug. Maar het reisbureau is ook de plek waar reizen volledig op maat worden samengesteld. Met onze uitgebreide kennis is dit de belangrijkste toegevoegde waarde van het reisbureau. Alles is bij ons te boeken."

Innovatie

TUI is momenteel de grootste retailer in de Nederlandse reisbranche. Het bedrijf heeft de ambitie om verder te groeien en daar speelt innovatie een belangrijke rol bij. "We hebben een nieuwe organisatiestructuur doorgevoerd, zodat onze mensen efficiënter kunnen samenwerken en kennisdeling centraal staat", zegt Goossen. "Ook doen we continu onderzoek naar onze doelgroep. Daaruit is een volledig nieuw winkelconcept voortgekomen dat qua technologie, service en uitstraling nog beter inspeelt op wat de klant van ons verwacht. We gaan dit concept de komende tijd op verschillende locaties uitrollen."

Nieuw elan

"In onze strategie voor 2023 staan mensen op één: zij maken het verschil", zegt Goossen. "Tijdens corona hebben we veel collega's naar andere branches zien vertrekken. Het afgelopen halfjaar hebben we hard gewerkt om nieuwe mensen aan ons te binden, waarbij ondernemersgeest net zo belangrijk is als een passie voor reizen. Als management is het onze taak dat deze collega's zich verder kunnen ontwikkelen."

Verskil maken

Goossen licht toe: "We helpen ze in het ondernemerschap, om hun reisbureaus beter zichtbaar te laten zijn in het straatbeeld en om lokaal het verschil te maken door bijvoorbeeld actief te zijn in ondernemersverenigingen. Als management faciliteren we, maar onze mensen maken het succes. Zo groeien we als organisatie en kunnen we onze klanten steeds beter informeren en inspireren met mooie reizen." ◀

'In onze strategie voor 2023 staan mensen op één: zij maken het verschil'



DEEL ONLINE