



Human Centric in Customer Experience

Linda Luidens
Head of Recruitment, People Development & Culture
Western Europe



Think Travel.
Think **TUI**.



The world's number one tourism group – An overview

Global group – headquartered in Germany		A FTSE 100 company		380 hotels	
Turnover €18.5bn*		Market capitalisation €8bn**		17 cruise ships	
Underlying EBITA €1,2bn*		70,000 employees		Around 1,600 travel shops in Europe	

More than
27 million customers
travelling with us



We pursue a common vision and values to deliver our goals

OUR PROMISE
Discover your smile

ENGAGING CUSTOMERS

OUR VALUES

TRUSTED
reliable, consistent
quality

UNIQUE
exclusive, designed
around you

INSPIRING
fresh and
effortless

ENGAGING EMPLOYEES
AND CUSTOMERS

OUR VISION
Think Travel. Think TUI.

ENGAGING EMPLOYEES
AND CUSTOMERS



TUI Values


TRUSTED

- I take personal responsibility for my own actions so others can rely on me
- I am honest, open and transparent
- I do the right thing for our people, customers and shareholders

UNIQUE

- I value differences and play to people's strengths
- I treat people as individuals and provide a personalised service
- I am authentic and bring my personality to work

INSPIRING

- I go the extra smile 
- I listen, learn and encourage new ideas so we continuously improve
- I am passionate about what we do and take pride in what we achieve



CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

Peter DRUCKER



Surprise our customers: WOW moments!



What is a WOW moment?

A WOW moment is a moment in the journey in which we exceed the expectations of the customer and create a meaningful moment



WOW moment criteria

- **We make it personal:** we show interest in who you are and tell you about ourselves;
- You will feel **appreciated** because we treat you as family.
- You leave **excited**, where you discover your smile!





WOW PROGRAMMA 2018 & 2019



AFDELINGEN



COLLEGA'S GETRAIND
IN WOW WORKSHOPS



VERSCHILLENDE
AFDELINGEN



WOW MOMENTEN
GEDEELD MET CX

- JULI '18: ONTWIKKELING PROGRAMMA
- SEPT '18: EXPERIENCE ROOMS KLANTEN
- OKT '18: ONTWIKKELING WOW-KOMPAS
- JAN '19: WOW WORKSHOPS
- APRIL '19: VASTE WOW MOMENTEN
- JUNI '19: WOW AMBASSADEURS



DEELNEMERS AFKOMSTIG UIT



Two types of WOW moments

- **Spontaneous moments** created by our own staff, mostly customer facing, based on own insights & experience
- **Institutionalized moments** fixed moments in the journey, to structure WOW moments and ensure all of our customers experience a WOW moment



Spontaneous: WOW examples: TUI



Vier studenten gingen met TUI naar een Kaapverdisch eiland.
Waar we lekker studeerden aan het strand.

Biertje hier, biertje daar.
De halve liters stonden in elke kroeg voor ons klaar.

Tussen alle Kaapverdiërs zagen we ineens een paar Nederlandse mannen.
Zij stonden ook heerlijk met een biertje te ontspannen.

'Wij zijn jullie TUI crew voor de terugvlucht' zeiden ze later pas.
We dachten dat het een grapje was...

Ineens stonden 10 shotjes B-52 voor ons op de bar.
Dat is lekker, zei Sahar.

De shots stonden lekker te fikken,
Maar ze gingen niet meer uit, dat was even schrikken!

Toen we bij het vliegtuig aankwamen om naar huis te gaan,
Zagen we daar plots de bekende mannen van de TUI crew staan.

Zelfs de twee studenten die bang waren voor de vlucht,
Zaten nu helemaal ontspannen in de lucht.

De piloten vertelden tijdens de vlucht prachtige verhalen.
Van hoge bergen op Tenerife tot de afstand naar de Sahara waar je in kunt verdwalen.

Tijdens het eten kregen we van de piloten,
Een kwart literje bier in ons bekertje gegoten.

Voor één van de studenten werd een grote droom werkelijkheid.
Ze mocht de stewardessen helpen met het uitdelen van snoepjes, in alle blijheid.

Jeroen, Stefan, Dexter, Fleur, Jayde en Rogier, bedankt voor de fijne terugreis.
Van ons winnen jullie echt de eerste prijs!

Ciao Ciao,
Elise, Iris, Britt & Sahar

P.S. Het enige wat nog miste was een lekker stukje kaas,
Maar je kunt niet alles hebben, helaas...



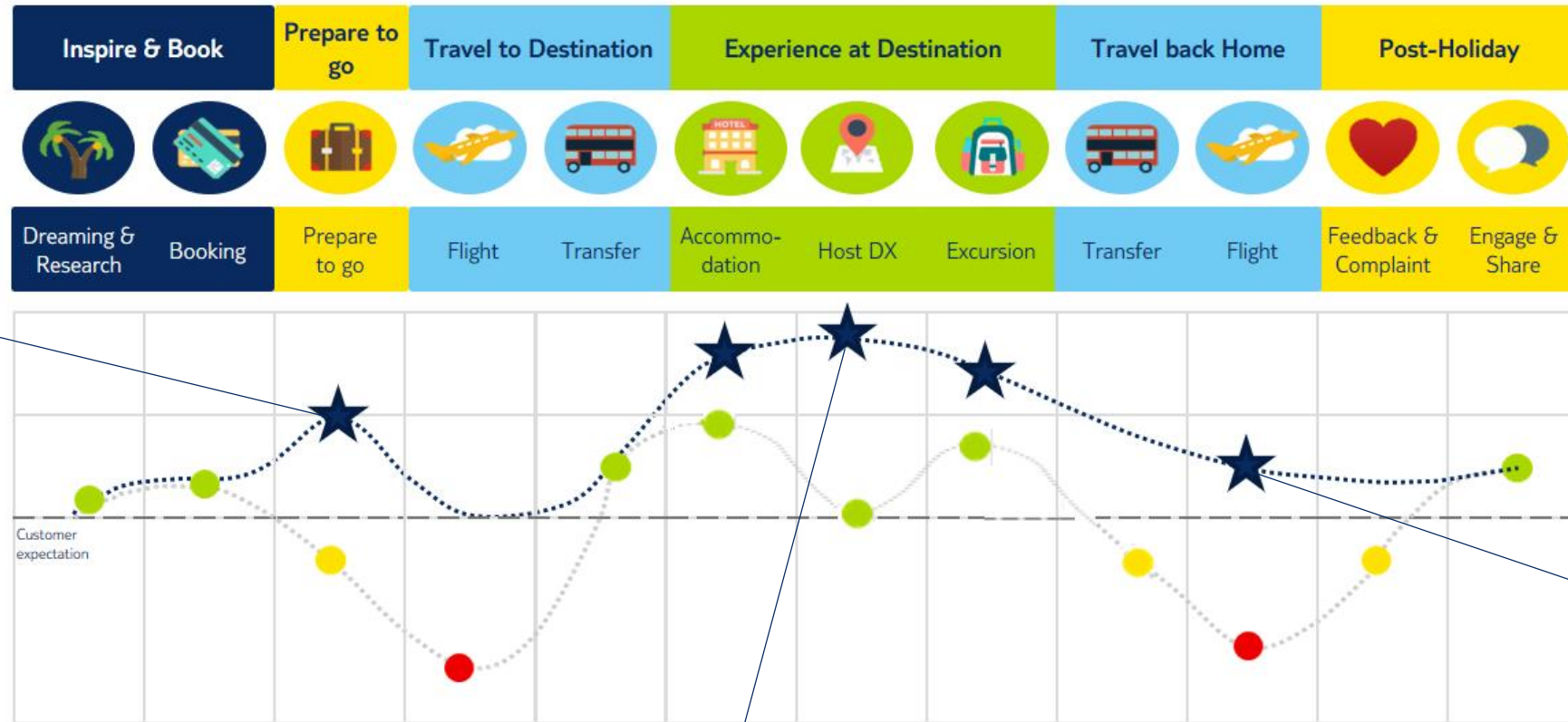
SID - AMS, OR 424
10 april 2019



3 pilot projects: structured WOW moments



Post card sent to customers; wishing them a nice holiday and let them know we are there to help prepare



..... Desired TUI CX
 Current TUI CX
 ★ WOWs
 ● Highs
 ● Work to be done
 ● Lows

Send a personalized welcome video, made by the local host to tell you about hidden gems and their personal tips.

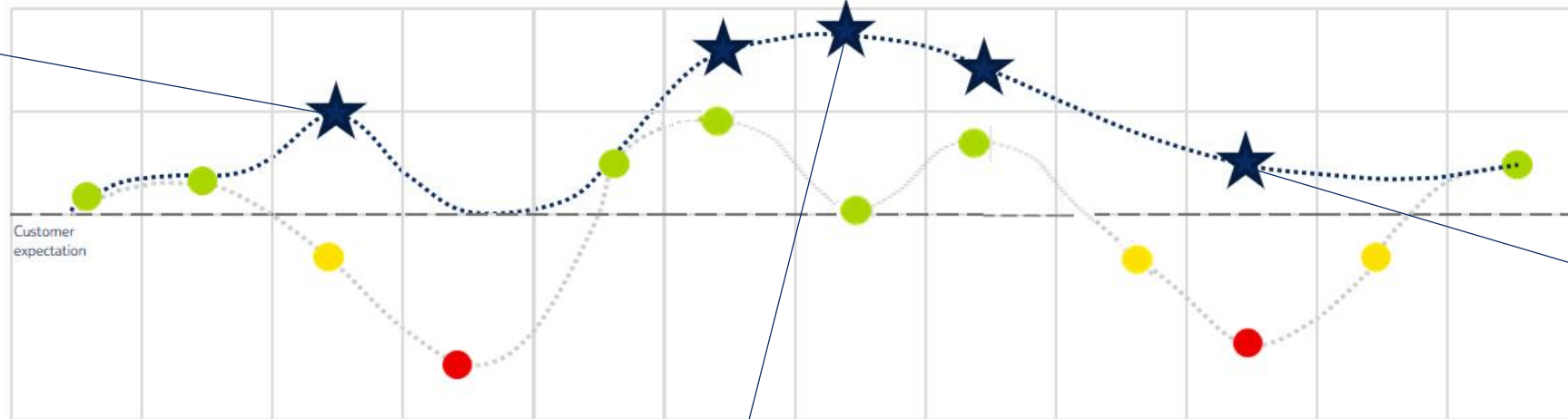
Ask the pilot: Send in your question during the flight and let the pilot answer it.



Results: pilots structured WOW moments

FAIL

- **Privacy issues:** postcard was too personal ('Everybody knows I'm on holiday now')
- **Little traffic** to shops, online customers are not interested in visiting the shop



.... Desired TUI CX ★ WOWs
 Current TUI CX ● Highs ● Work to be done ● Lows

- Local hosts did a very good job, especially when you gave them freedom in a framework
- High opening rates & likes: customers want to see more!



FAIL

- Major cultural problems
- Pilots resisted to cooperate: they don't want to be an entertainer
 - A lot of (extra) handling for Cabin Crew.



Conclusion: always pilot an idea first!

Our succesproject for both customer & employee!

Result: Roll out to top 15 BeNe destinations!

