



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το υλικό του έργου αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις του συγγραφέα. Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή ή η Ελληνική Εθνική Υπηρεσία (ΙΚΥ) δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Αριθμός Έργου: 2023-2-ΕΛ01-ΚΑ210-ΑΔΥ-000180567

ΟΜΙΛΟΣ TUI – ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΜΕΣΩ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΧΡΗΣΤΗ

Παρέχεται από: REZOS BRANDS

Επισκόπηση

Όνομα: Όμιλος TUI – Βελτιστοποίηση ψηφιακής εμπειρίας
 Τοποθεσία: Γερμανία (Κεντρικά γραφεία στο Ανόβερο, λειτουργία παγκοσμίως)
 Τύπος Μελέτης Περίπτωσης: Επανασχεδιασμός UX και διαχείριση ιστότοπου για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των κρατήσεων και της ικανοποίησης των πελατών στον τουρισμό

Εισαγωγή: *Γιατί ήταν απαραίτητη η αλλαγή*

Ο Όμιλος TUI, μία από τις κορυφαίες εταιρείες ταξιδιών και τουρισμού στον κόσμο, δραστηριοποιείται παγκοσμίως σε ταξίδια, ξενοδοχεία, κρουαζιέρες και πακέτα διακοπών. Με έναν αυξανόμενο αριθμό πελατών που κάνουν κρατήσεις ταξιδιών online, η TUI αναγνώρισε ότι η διαδικασία ψηφιακών κρατήσεων ήταν ξεπερασμένη, υπερβολικά περίπλοκη και ασυνεπής σε όλες τις συσκευές και τις περιοχές. Αυτό οδήγησε σε έναν πλήρη επανασχεδιασμό της εμπειρίας χρήστη και του ιστότοπου με στόχο την απλοποίηση της διαδικασίας, την αύξηση των μετατροπών και τη διασφάλιση μιας απρόσκοπτης, επώνυμης εμπειρίας σε όλες τις διεθνείς αγορές.

Υλοποίηση: *Πώς πραγματοποιήθηκε η αναθεώρηση της εμπειρίας χρήστη*

Η ψηφιακή ομάδα της TUI πραγματοποίησε έναν επανασχεδιασμό με επίκεντρο τον χρήστη, βασισμένο σε δεδομένα, δοκιμές και ανάλυση συμπεριφοράς. Οι βασικές ενέργειες περιελάμβαναν:

- Σχεδιασμός με προτεραιότητα στα κινητά: Προτεραιότητα στην απόδοση των κινητών και στις διατάξεις με δυνατότητα προσαρμογής για χρήστες που κάνουν κρατήσεις μέσω smartphone και tablet.
- Απλοποιημένη πλοήγηση: Μειωμένα βήματα στη διοχέτευση κρατήσεων, εξάλειψη σημείων τριβής και διευκρίνιση των ροών χρηστών.



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
 ERASMUS+ KA2 – SMALL SCALE PARTNERSHIPS
 PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
 the European Union

REZOS
 BRANDS
 Delivering Value



test
 Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis

ΟΜΙΛΟΣ TUI – ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΜΕΣΩ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΧΡΗΣΤΗ

Παρέχεται από: REZOS BRANDS

- Δοκιμές βάσει δεδομένων: Χρησιμοποίησαν δοκιμές A/B και θερμικούς χάρτες για τον εντοπισμό σημείων συμφόρησης μετατροπών και παραλλαγών σχεδιασμού δοκιμών.
- Κεντρικό σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS): Υλοποιήθηκε ένα παγκόσμιο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου για τη βελτιστοποίηση των ενημερώσεων σε όλες τις γλώσσες και τις περιοχές, διασφαλίζοντας τη συνέπεια της επωνυμίας.

Βασικές πληροφορίες: *Τι οδήγησε στην επιτυχία*

- Διαδικασία σχεδιασμού με επίκεντρο τον χρήστη: Εκτεταμένες δοκιμές και συνεντεύξεις με πελάτες οδήγησαν στην ανάπτυξη μιας πιο καθαρής, πιο εύχρηστης διαδικασίας κράτησης που ευθυγραμμίστηκε με τις προσδοκίες των χρηστών.
- Βελτιστοποίηση για κινητά: Με μια στρατηγική σχεδιασμού με προτεραιότητα στα κινητά, η TUI βελτίωσε την απόδοση για τους χρήστες που έκαναν κρατήσεις από smartphone και tablet, κάτι κρίσιμο σε μια αγορά όπου περισσότερο από το 50% των χρηστών είχαν πρόσβαση στον ιστότοπο μέσω κινητού.
- Συνεπής εμπειρία επωνυμίας: Μέσω της κεντρικής εφαρμογής CMS, η TUI ενοποίησε την εμφάνιση και την αίσθηση των ιστοσελίδων της σε περισσότερες από 20 αγορές, βελτιώνοντας την εμπιστοσύνη των πελατών και την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας.

Αποτελέσματα: *Μετρήσιμος αντίκτυπος*

- 20% αύξηση στα ποσοστά μετατροπών σε επανασχεδιασμένες σελίδες κρατήσεων
- Μείωση 31% στο ποσοστό εγκατάλειψης από κινητά
- Αισθητή βελτίωση στην ικανοποίηση των πελατών και στις επαναλαμβανόμενες κρατήσεις.



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
ERASMUS+ KA2 - SMALL SCALE PARTNERSHIPS
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
the European Union

REZOS
BRANDS
Delivering Value



test
Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis

ΟΜΙΛΟΣ TUI – ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΜΕΣΩ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΧΡΗΣΤΗ

Παρέχεται από: REZOS BRANDS

Συστάσεις:

Για τουριστικές επιχειρήσεις που επιθυμούν να βελτιώσουν την ψηφιακή τους εμπειρία:

1. Ξεκινήστε με τον χρήστη: Διεξάγετε δοκιμές χρηστών και ανάλυση συμπεριφοράς για να αποκαλύψετε σημεία τριβής.
2. Προτεραιότητα στα κινητά: Σχεδιάστε με γνώμονα την κινητή τηλεφωνία ως την κύρια πλατφόρμα, ειδικά για κρατήσεις.
3. Συγκεντρώστε περιεχόμενο: Χρησιμοποιήστε ένα CMS για να διαχειριστείτε αποτελεσματικά πολύγλωσσους ιστότοπους πολλαπλών περιοχών.
4. Επαναλάβετε συνεχώς: Αξιοποιήστε τις δοκιμές A/B και τους χάρτες θερμότητας για να κάνετε βελτιώσεις βασισμένες σε τεκμήρια.

Συμπέρασμα: *Ένα σχέδιο για την ψηφιακή αριστεία στα ταξίδια*

Ο μετασχηματισμός της εμπειρίας χρήστη (UX) της TUI δείχνει πώς η ευθυγράμμιση της ψηφιακής στρατηγικής με τις πραγματικές ανάγκες των χρηστών – σε συνδυασμό με μια ισχυρή τεχνική βάση – μπορεί να οδηγήσει σε μετρήσιμα επιχειρηματικά κέρδη. Αυτή η περίπτωση αποτελεί σημείο αναφοράς για τις τουριστικές μάρκες που επιδιώκουν να ενισχύσουν την εμπλοκή των πελατών και την ψηφιακή απόδοση σε έναν κόσμο που βασίζεται στα κινητά.

Πηγή:

TUI. TUI Increases In-App Bookings and Purchases With Better Customer Journeys. Ανακτήθηκε από <https://www.braze.com/customers/tui-case-study>



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
ERASMUS+ KA2 – SMALL SCALE PARTNERSHIPS
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
the European Union

REZOS
BRANDS
Delivering Value

