

17.06.2015 - 14:48 Uhr

TUI Suisse macht die Buchung zum Ferienerlebnis

Zürich (ots) -

Mit der Eröffnung des ersten Concept Stores im Glattzentrum in Zürich-Wallisellen beschreitet TUI Suisse neue Wege im Reiseverkauf. Es ist ein Meilenstein auf dem Weg zur Verzahnung der klassischen Reisebürowelt mit dem Internet. Eine attraktive Mischung aus virtueller Inspiration und individueller Beratung bringt die Ferienträume der Kunden in greifbare Nähe.

Eintreten und Einchecken: Ferienerlebnisse im Glattzentrum in Zürich-Wallisellen beginnen neu schon beim Eintreten in das völlig umgestaltete Reisebüro. Die innovative, grosszügige Gestaltung und die sichtbaren digitalen Medien wirken einladend. Im ersten Schweizer Concept Store von TUI erwarten die Kunden ab der ersten Sekunde Inspiration, Interaktion und greifbares Ferien-Feeling.

Das rote TUI-Logo mit dem typischen Smile sowie das grosse Bild eines Malediven-Traumstrandes sorgen bereits im Eingangsbereich für eine wohltuende Prise Ferienstimmung. An einem Hochtisch, der an die Ambiance in einer Bar erinnert, können Kunden bei einer Tasse Kaffee in aller Ruhe via iPad durch das vielfältige Ferienangebot von TUI Suisse surfen. Auf Wunsch kommt ein TUI-Reiseexperte hinzu, erklärt Details oder begleitet die Kundschaft auf der gemütlichen Couch bei einem virtuellen Rundgang durch eines der vielen Traumhotels der TUI Gruppe.

Mischung aus Inspiration und nützlichen Fakten durch persönliche Beratung

Mit ähnlichen Shop-Konzepten erreicht TUI in andern Ländern eine markant höhere Kundenzufriedenheit. Grund genug für TUI Suisse, diese "neue Form des Buchens" mit all ihren Marken und Produkten in einer inspirierenden Wohlfühlatmosphäre ebenfalls zu lancieren. Martin Wittwer, CEO TUI Suisse, ist vom neuartigen Raumkonzept Glattzentrum überzeugt.

"Diese perfekte Verbindung von Informationsvermittlung und Entertainment, von virtueller Ferieninspiration und professioneller Reiseberatung erachte ich als sehr starken Mehrwert für die Kunden." Das neue Büro im Glattzentrum ist kein Flagship-Store. Pro Jahr sollen bis fünf Filialen im Rahmen der üblichen Renovierungen nach dem neuen Konzept umgestaltet werden. Welche Module jeweils übernommen werden, hängt immer von der Grösse und dem Standort der Filiale ab.

Zukunftsweisende Verknüpfung der Online- mit der Offline-Welt

Der Concept Store ist ein weiterer Mosaikstein im internationalen Bestreben von TUI, die Online- mit der Offline-Welt zu verknüpfen und den Kunden eine umfassende und ganzheitliche Betreuung zu bieten. Zukünftig soll es keine Rolle mehr spielen, ob der Kunde im Reisebüro bucht oder im Internet. Die beiden Vertriebskanäle ergänzen sich. TUI zeigt, welche Vorteile die Verzahnung der heutigen On- und Offline-Welt im Reisebüro haben kann und wie man dem Kunden so ein rundum individuelles TUI Markenerlebnis bietet. Moderne, internetaffine Zielgruppen werden auf diese Weise angesprochen und für das reale Einkaufserlebnis begeistert. Heute schon reisen die Kunden ticketlos und erhalten alle wichtigen Informationen zur gebuchten Reise elektronisch über das Serviceportal meine-tui.ch. An der Destination ist auch die Betreuung multimedial für alle Wünsche oder im Notfall erreichbar. "TUI möchte die Kunden auf allen Stationen ihrer Reisen überzeugen - von der Beratung, die bereits ein Erlebnis sein soll, bis zur Rückreise aus dem Ferienland", sagt Martin Wittwer.

Text und weitere Bilder unter www.tui-suisse.com/presse

Kontakt:

Roland Schmid, Director Corporate Communications,
Tel. 044 455 42 32,
Fax 044 455 40 80,
E-Mail: roland.schmid@tui.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002504/100774348> abgerufen werden.