

# Zmieniające się oczekiwania klientów i ich wpływ na zmiany w procesach sprzedaży w TUI

*Paweł Bieńkowski,  
Dyrektor Sprzedaży online i IT*



# Wizja

**“ We provide inspiring, differentiated and exclusive holiday experiences using the power of online to deliver this throughout the customer, supplier and employee experience.”**

# Klient i technologia



Mobilnie

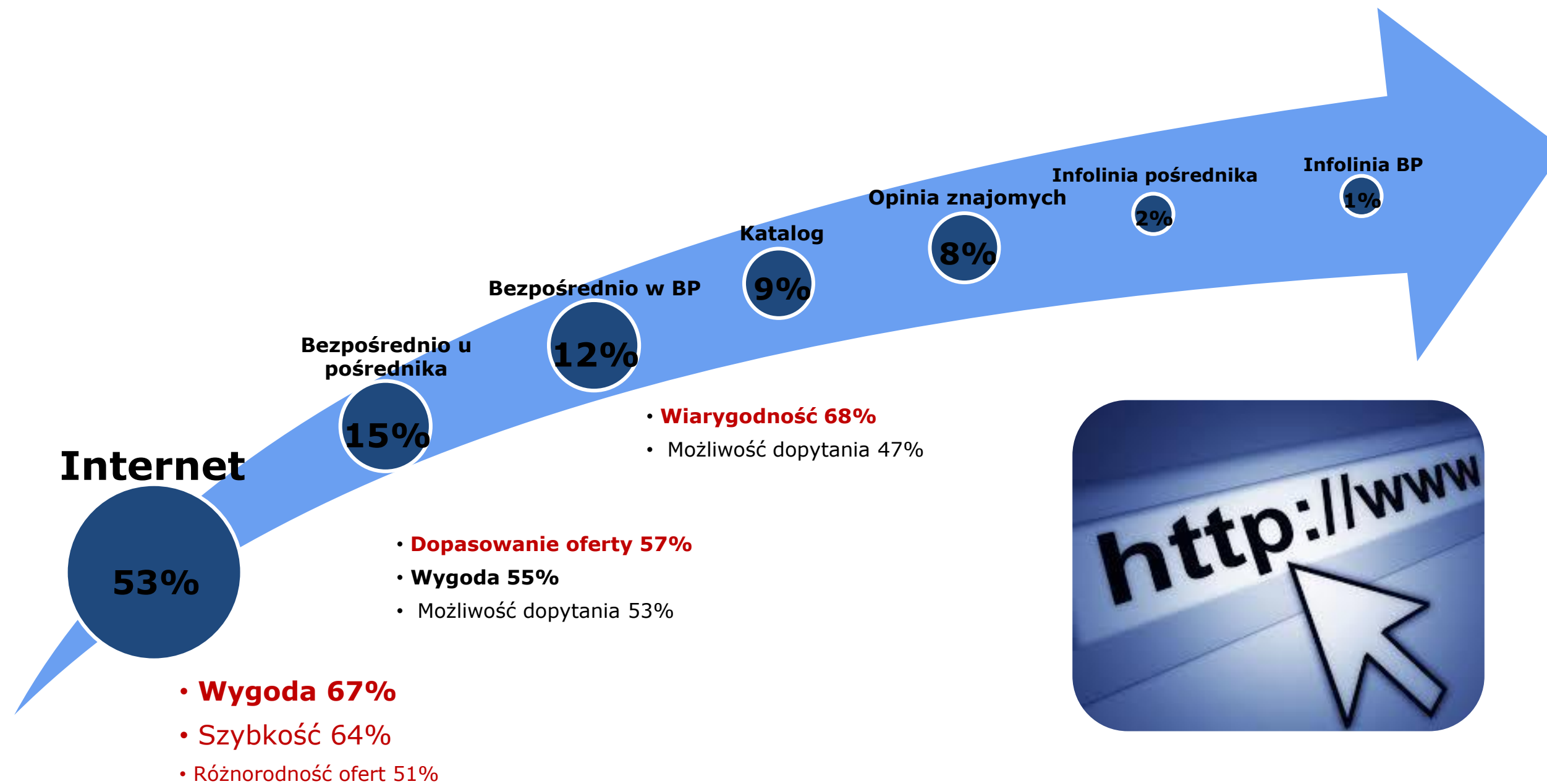


W każdym domu

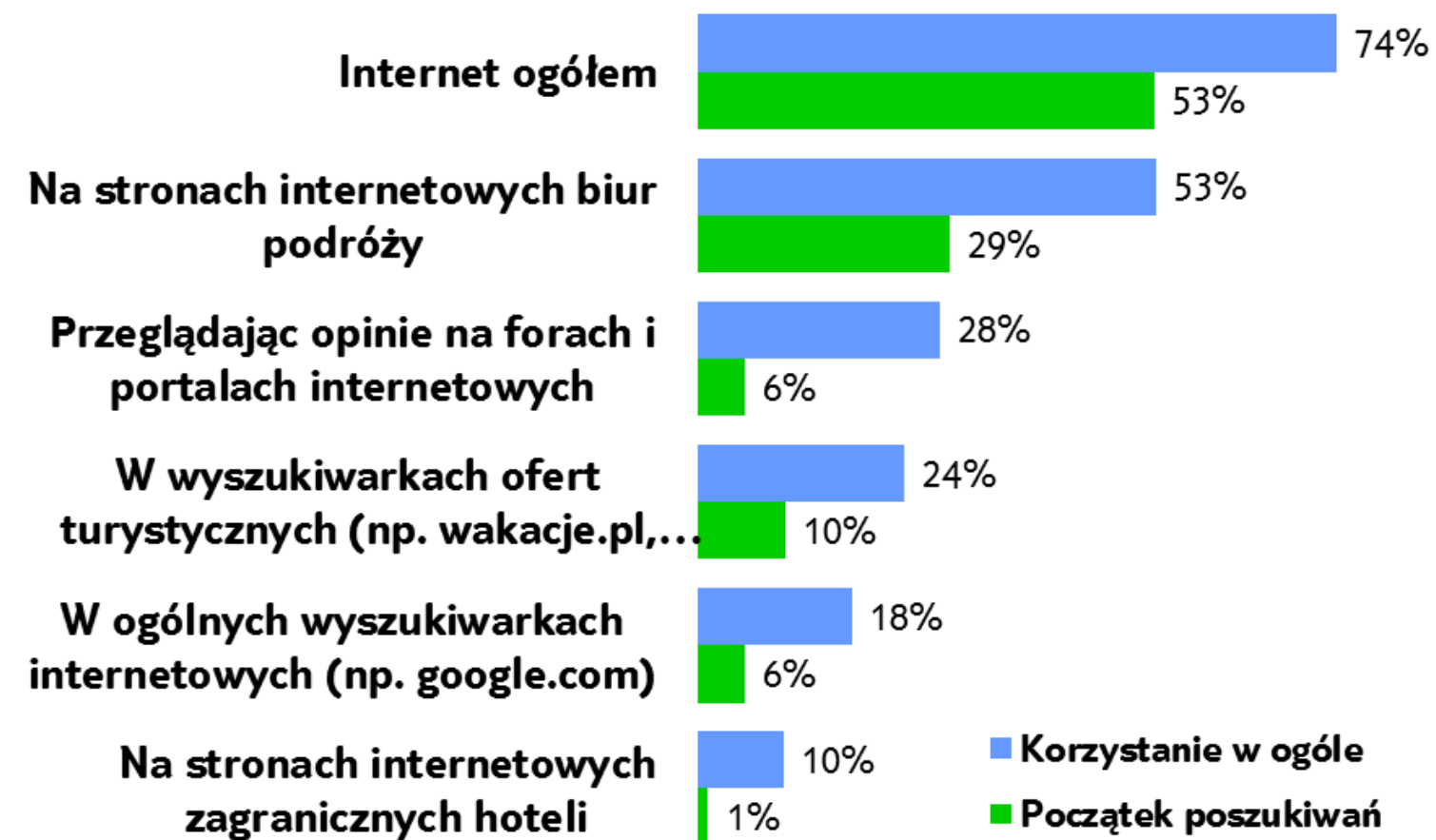


Zawsze online

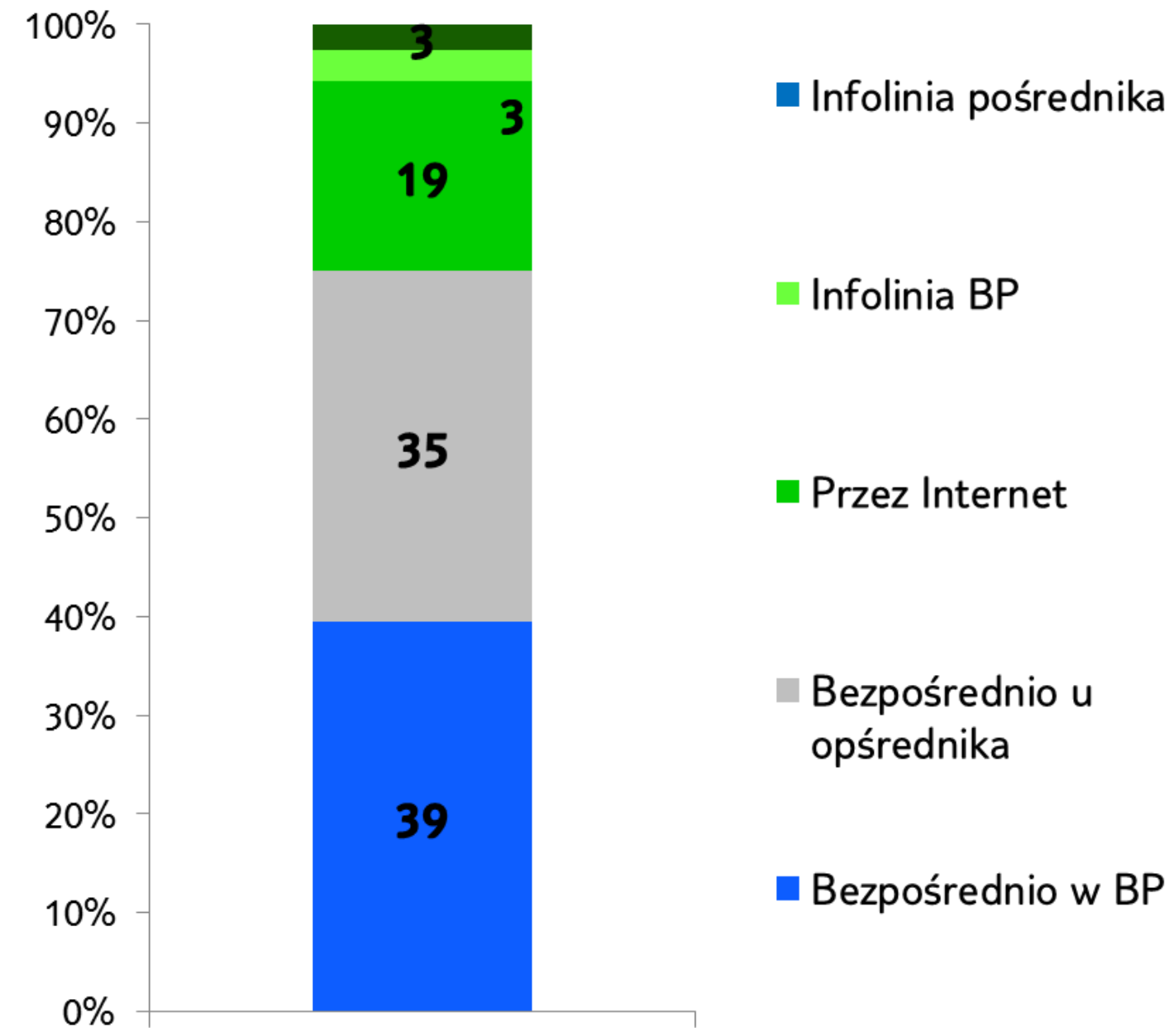
# Jak podejmują decyzję - POSZUKIWANIE



# Gdzie szukają informacji?



# Gdzie rezerwują?



# Co się zmienia?

## Trend

Ruch mobilny wyprzedzi stacjonarny w 2015.

Globalna wielkość zakupu mobile przekroczy 1 bilion dolarów w 2017 roku

## Wpływ na UI

Mobile first!

# Kto decyduje?

## Insight

Mężczyźni uczestniczą w poszukiwaniach, ale kobiety dokonują wyboru.

Kobieta decyduje: 42%

Kobieta i mężczyzna decydują: 38%

Mężczyzna decyduje: 20%

## Wpływ na UI

Projektuj z uwzględnieniem potrzeb



# Jak użyć informacji?

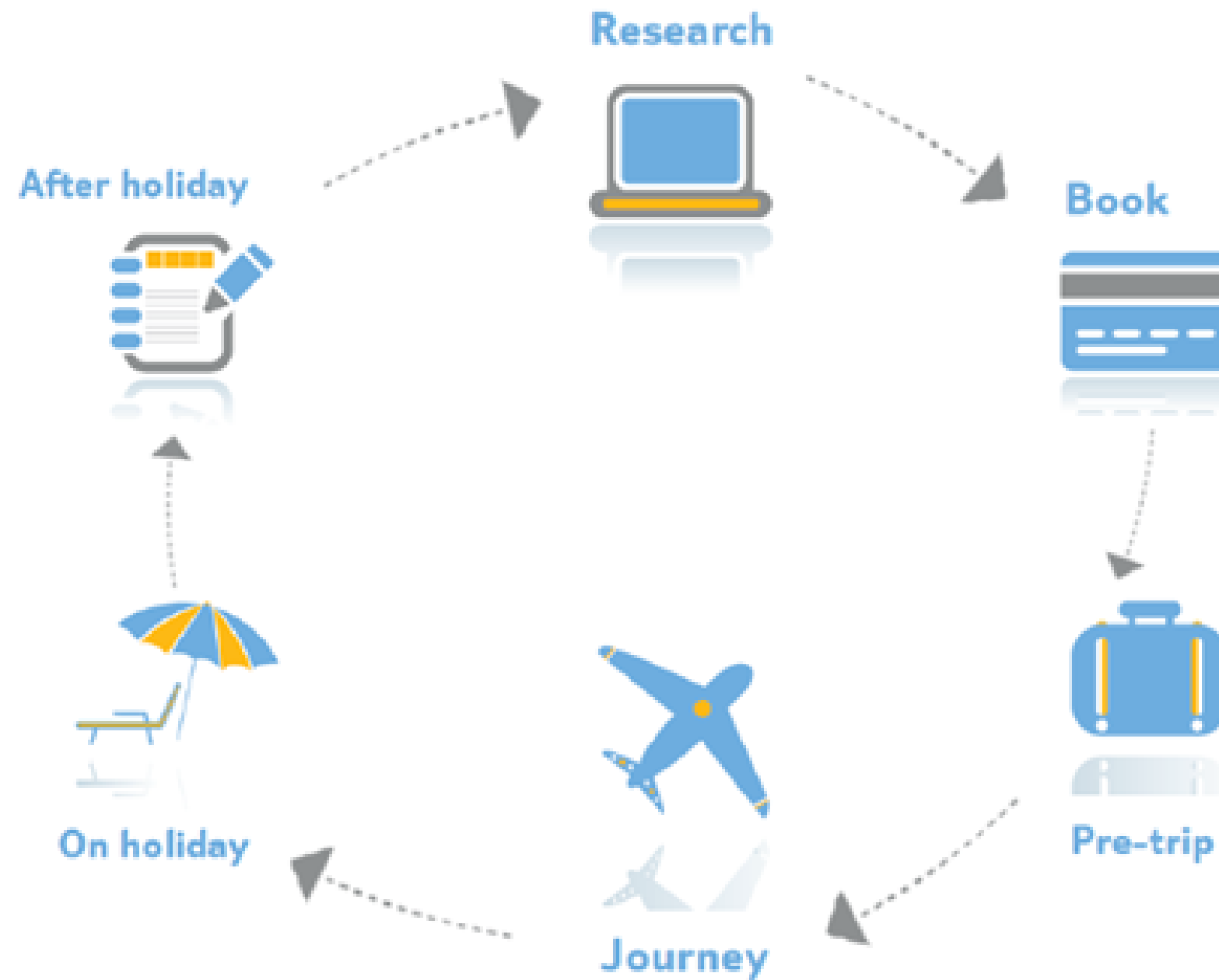
## Trend

Zbiory danych  
wypełnione  
informacjami o  
preferencjach i  
zachowaniach

## Wpływ na UI

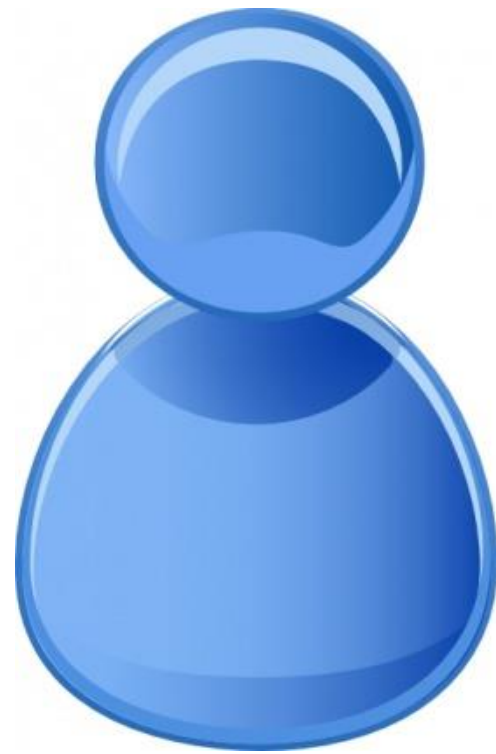
Analityka  
Segmentacja  
Personalizacja

# Gdzie powinniśmy być obecni?



## Zmiana kierunku interakcji





## Adam Nowak

- Poszukuje wakacji
- Zależy mu na indywidualnych oczekiwaniach
- Data wyjazdu nie sprecyzowana
- Potrzebuje porady i sugestii
- Sprecyzowany budżet

## Priorytety i obszary potencjalny usprawnień

- Dynamic search engine
- Spersonalizowany i generowany przez użytkowników kontent
- Rekomendacje
- Responsive designe & Adaptive website
- Gamifikacja
- In store integration & Omnichannel

Dziękuję

Zapraszam do kontaktu:

[pawel.bienkowski@tui.pl](mailto:pawel.bienkowski@tui.pl)