

TUI setzt bei Kundenbetreuung auf Unterstützung durch Künstliche Intelligenz

- **Modernste Technologie verbessert Gästeservice**
- **Anfragen zu Transferzeiten und Besuchen von Reiseleitern werden automatisiert in Sekundenschnelle beantwortet**
- **Eigenentwicklung des TUI Innovation Labs in Palma**

Palma, 26. August 2019. TUI Destination Experiences, unter dessen Dach die TUI Group ihre Angebote im Bereich Aktivitäten, Ausflüge, Rundreisen und Gästeservice bündelt, setzt in ihrem Call Center in Palma de Mallorca auf die Unterstützung durch Künstliche Intelligenz, um den Service für TUI-Gäste weiter zu verbessern. Der weltweit führende Anbieter von Destinationserlebnissen hat eine digitale Plattform entwickelt, mit der sich telefonische und schriftliche Anfragen von Urlaubern unter anderem zu Abholzeiten vom Hotel oder den Besuchszeiten der Reiseleiter automatisiert in Sekundenschnelle beantworten lassen. Solche Standardanfragen machen über 30 Prozent des Gesamtvolumens in der laufenden Sommersaison aus. Die Agenten im Call Center in Palma werden so deutlich entlastet und können sich schneller und intensiver um Anliegen kümmern, die eine persönliche Betreuung der Gäste erfordern.

Die Plattform mit dem Namen AIR (Artificial Intelligence Response) wurde im Innovation Lab von TUI Destination Experiences in Palma in Zusammenarbeit mit dem Madrider Unternehmen Strategy Big Data entwickelt. In der ersten Phase übernahm AIR die Beantwortung von telefonischen Anfragen. Wenn der Urlauber im Call Center der TUI anruft und Informationen zu Transfer- und Besuchszeiten wünscht, wird er entweder zur Eingabe seiner Buchungsnummer aufgefordert oder durch seine Mobiltelefonnummer identifiziert. Anschließend wird er dann zur AIR-Plattform weitergeleitet, wo er die gewünschten Daten automatisiert erhält. Sollte der Gast noch weitergehende Fragen haben oder Unterstützung benötigen, wird er zu einem Mitarbeiter des Call Centers durchgestellt. Ansonsten wurde das Anliegen des Kunden in Sekundenschnelle gelöst.

In der zweiten Phase, die vor wenigen Wochen gestartet wurde, übernimmt AIR nun auch die Bearbeitung von schriftlichen Anfragen, die Gäste über die TUI App (TUI Digital Assistant) stellen. „Im ersten Schritt lassen wir das System Antwortvorschläge erarbeiten, die jedoch vor dem Absenden noch einmal von einem Call-Center-Agenten überprüft werden“, erklärt Chris Carmichael, Chef des Innovation Labs von TUI Destination Experiences. „Nach und nach soll AIR aber lernen, so dass wir viele Fragen unserer Gäste vollautomatisiert klären können.“

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Den lernenden Effekt sieht Chris Carmichael als entscheidenden Vorteil von Künstlicher Intelligenz. „Wir haben uns bewusst gegen den Einsatz eines Chatbots entschieden, weil diese nicht lernen und die Kommunikation dadurch beschränkt bleibt. Dies kann für den Kunden enorm frustrierend sein. Unser Anspruch ist es hingegen, unsere Kunden nicht nur schnell, sondern in jedem einzelnen Fall auch mit einer befriedigenden Antwort zu versorgen.“ Zurzeit wird AIR zur Beantwortung englischer Anfragen eingesetzt. Die Erweiterung auf deutsche und schwedische Anfragen folgt noch diesen Sommer.

Die zeitliche Entlastung, die AIR bei den Standardanfragen schafft, können die Call Center Mitarbeiter nutzen, um sich komplexeren Anfragen intensiver zu widmen oder die Urlauber in Bezug auf Aktivitäten und Exkursionen zu beraten. Über AIR wurden seit der Einführung bereits über 5.800 Anfragen beantwortet, wodurch die Wartezeiten bei Anrufen auf der Hotline oder bei Anfragen per E-Mail, SMS oder über die TUI App insgesamt deutlich abgenommen haben. „Unsere Service-Qualität hat durch AIR noch einmal zugenommen. Dies bestätigen auch unsere Gäste. Sie bewerten unsere Services in diesem Sommer noch einmal deutlich besser als im Vorjahr“, sagt Fernando Nogueras, Leiter der Call Center von TUI Destination Experiences.

TUI Destination Experiences investiert jedoch nicht nur in neue Technologien, um den Gästeservice zu verbessern, sondern hat auch die Anzahl seiner Call Center Betreuer im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht. Neben den Reiseleitern vor Ort kümmern sich diesen Sommer rund 370 Call Center Mitarbeiter um die Betreuung der Urlauber aus den europäischen Märkten der TUI. Der Großteil der Agenten, rund 280 von ihnen, arbeitet dabei in Palma de Mallorca. Allein dort wurden 80 neue Stellen geschaffen, dies ist ein Anstieg im Vergleich zum Vorjahr von 40 Prozent.

Über TUI Destination Experiences

TUI Destination Experiences ist der weltweit führende Anbieter von Destinationserlebnissen. Mit 9.000 Mitarbeitern in 49 Ländern erwirtschaftet das Unternehmen einen Umsatz von 700 Millionen Euro. TUI Destination Experiences mit Sitz in Palma de Mallorca bietet Kunden ein breites Produktportfolio an hochwertigen Reiseerlebnissen wie Ausflügen, Aktivitäten, Touren, Transfers und Gästeservice. Das Unternehmen hat im vergangenen Jahr mehr als sechs Millionen Aktivitäten und Ausflüge verkauft. Über ihre Tochtergesellschaft Intercruises ist TUI Destination Experiences der weltweit führende Anbieter für Kreuzfahrt-Handling. Zum Unternehmen gehört zudem Musement, eine der führenden Online-Plattformen im Bereich Touren & Aktivitäten. Wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur ist die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in allen Destinationen, in denen TUI Destination Experiences tätig ist. TUI Destination Experiences ist Teil des TUI-Konzerns, dem weltweit führenden Tourismuskonzern.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

**TUI Group
Group Corporate & External Affairs**

Michael Röhl

Director Communications & Sustainability

TUI Destination Experiences

Tel. +49 172 2000026

michael.roell@tui.com

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com