

Thomas Cook blik weer vooruit

07-03-2014 00:00

Thomas Cook ondervond de gevolgen van de consument die zijn reis online boekt en gooide het roer om. "We waren groot, dachten precies te weten wat klanten wilden, maar vergaten te luisteren wat die klanten echt wilden", zegt Jörg Esser, ceo van Thomas Cook Nederland in het Algemeen Dagblad.

De reisorganisatie die in Nederland vooral bekend is door touroperator Neckermann en Vrij Uit was een beetje arrogant geworden, aldus Esser. Het verlies van 8,9 miljoen euro in 2011 schudde de reisorganisatie wakker. "We realiseerden ons dat het roer om moest." Thomas Cook, Neckermann en Vrij Uit beschikken niet meer over fysieke vestigingen en zijn volledig online actief.

Alle personen binnen de organisatie moesten van houding veranderen. "Het besef van service moet overal doordringen. Bij het bestuderen van klantgegevens op onze site merkten we dat klanten afhaakten omdat ze drie keer moesten klikken. Bij Amazon kan het in een klik. Waarom bij ons niet?"

Daarom onderging de onderneming een transformatie. Voortaan wordt gedacht vanuit de klant, stelt Esser. "Je kunt brainstormen en dan tien manieren verzinnen hoe je klanten beter kunt helpen, maar dat is maar papier."

Esser ziet nog steeds toekomst voor touroperators. "We moeten veel meer kijken naar wat mensen willen en dat zit vaak in heel andere dingen dan wij denken." Als voorbeeld noemt Esser een klant die al twaalf jaar via Thomas Cook reizen naar Egypte boekt. De vrouw krijgt het mobiele nummer van de reisleiding op haar gsm, zodat ze die in geval van nood kan bellen. "Hoe vaak ze het heeft gebruikt? Nooit. Maar dat ze het nummer heeft, vindt ze een prettig idee."

Eerder:

[Grote winststijging Thomas Cook](#)