



2017-05-31 11:08 CEST

TUI låter barnen utveckla Bamseklubbens nya app

TUI har länge legat i framkant inom digital utveckling i resebranschen. Nu lanseras Bamseklubbens nya app, som utvecklats tillsammans med de allra minsta resenärerna.

Bamseklubben har varit ett älskat inslag i barns semesterupplevelse i över 30 år. För att förbereda barn inför resan och även förhöja och förlänga semesterkänslan, lanserar TUI nu Bamseklubbens egen app. Där kan barn leka och lära sig tillsammans med Bamse – året om.

”Eftersom det är en app för de minsta semesterfirarna, en kräsen användarskara, så ser vi det som självklart att barnen själva är en central del i utvecklingen”, säger Anna Laestadius, marknadsdirektör på TUI Nordic.

Användartester och Bamseklubbens app-testare på resa

Utvecklingsarbetet inleddes med att involvera familjer med barn som besökt Bamseklubben. Nästa steg var att ta hjälp av barnen för att anpassa appen till att bli så bra som möjligt. TUI utförde användartester tillsammans med experter på att utvärdera just barns användarupplevelser.

Två familjer per land i Sverige, Norge, Danmark och Finland har dessutom genom en tävling fått uppdraget att testa appen under en semesterresa med TUI i juni.

”Vi har redan fått värdefulla inspel från miniexperterna och intresset för att delta som app-testare har varit enormt. Semestertestet kommer att tillföra nya insikter som vi kan använda för att förbättra appen till nästa version”, säger Karin Malmberg, projektledare på TUI.

Med glädje som KPI

Appen utvecklas kontinuerligt och användare uppmanas ge feedback och förslag på innehåll via TUI:s webbplats. Alla förslag utvärderas för att ge underlag till förbättringar. Appen finns tillgänglig för alla, inte bara de som bokat en resa med TUI.

”Vi har länge utvecklat komplexa digitala tjänster och produkter där vi mäts på affärsnytta – nu får vi möjlighet att mätas på en annan typ av KPI, nämligen glädje”, säger Andreas Björk, VD på BBH Stockholm, som står bakom utvecklingsarbetet.

Första versionen av appen lanseras för iOS i slutet av maj, med en Android-version att följa i slutet av juni.

Appens innehåll

- Lär dig dansa Bamsedansen och sjunga Bamselåten
- Följ med Bamse på flygresan och se hur det går till
- Se Bamses filmer från TUI Family Life, flera producerade specifikt för appen
- Ta selfies med semestertema och roliga stickers

- Spela spel som ”Hitta Bamses borttappade saker”, ”Bygga sandslott” och ”Provsmaka med Bamse”
- Egmonts licenserade tecknare har specialritat alla appens illustrationer.

Projektmedlemmar TUI

Karin Malmberg, Project Manager

Elin Sjöberg, Digital Product Owner

Jakob Reimerson, Copywriter Digital Content

Lisa Rönnerberg, Head of Digital Content

Anna Laestadius, Director of Marketing

Pressbilder:

<http://fritidsresor.citat.se/marketstore/press.jsp?PRESSID=0006710>

För mer information, kontakta:

Mathias Bergendahl, nordisk informationschef, TUI: 08-720 74 96

TUI Nordic är med en marknadsandel på 20 procent den största aktören på den nordiska resemarknaden. Koncernen etablerades 1961 och erbjuder paketresor, flyg och kryssningar. Några av de populäraste resmålen är Kanarieöarna, Grekland och Thailand. TUI Nordic består av TUI i Sverige, Danmark, Norge och Finland samt Nazar, WonderCruises och flygbolaget TUIfly. Koncernen ingår sedan 2000 i den världsledande resekoncernen TUI Group, världens ledande turistkoncern med verksamhet i omkring 180 destinationer världen över. Koncernen är baserad i Tyskland och TUI Groups aktie är med i både FTSE 100 index, som är ledande på Londonbörsen och Tyska MDax. TUI Group har 76 000 anställda i 130 länder och erbjuder sina cirka 20 miljoner kunder heltäckande service från bokning till hemkomst. TUI täcker med sin verksamhet hela den turistiska värdekedjan, vilket innefattar ledande researrangörer 1,800 resebyråer i Europa, sex flygbolag med mer än 130 medium- och långdistansflygmaskiner, mer än 300 gruppägda hotell däribland RIU och Robinson. Med kryssningsfartyg som MS Europa och lyxkryssningsfartyget MS Europa 2, TUI Cruises "Mein Schiff" flottan och fartyg under varumärket Thomson Cruises i Storbritannien så är TUI väl positionerat på den starkt växande kryssningsmarknaden. Globalt ansvar för hållbar ekonomi, ekologi och social verksamhet är grundläggande i vår

företagskultur. Som den enda turistgruppen i världen är TUI är medlemmar av FNs Global Compact. Samtidigt är koncernen listad på välrenommerade Dow Jones Sustainability Indices (DJSI).

Kontaktpersoner



Adam Györki

Presskontakt

Kommunikationsansvarig

Kommunikation TUI Sverige

adam.gyorki@tui.se

+46 8-720 72 79