



Subject: services provided to TUI Russia

To: OOO GMCS Verex

**To the President of GMCS  
Ekaterina Voropaeva**

**Dear Ekaterina,**

TUI Russia, one of the leading travel companies in Russia and the CIS, expresses its gratitude to OOO GMCS Verex (hereinafter GMCS) for the professionalism and high quality of work on creating a corporate customer relationship management system (a CRM system) based on Microsoft Dynamics 365 online.

The cloud-based CRM system provides support for sales and service processes of TUI Russia's sales offices, contact center, website and TUI24 support service.

The active phase of the project implementation fell on the period of self-isolation due to COVID-19, which did not affect the plan implementation. In compliance with the deadlines, the following business processes were automated in the system:

- Processing of incoming calls (contact center)
- Customer service (TUI24 service)
- Processing of abandoned carts
- Processing of requests through WhatsApp
- Processing of booking made on the website
- Tour sale
- Sale of additional services
- Notifications for the clients about the upcoming tour
- Control of sales and service processes

**The results of using the new CRM system are:**

**1. Sales and service.**

The implementation of a new CRM system made it possible to consolidate the lead sources, to define and set up SLA for various stages of sales. Thanks to this, we managed to reduce the response time to a lead/request, and as a result, to increase conversion and customer loyalty.

Thanks to a single solution, the number of interfaces that managers need to work with has been reduced. The user-friendly interface of Microsoft Dynamics 365 allows receiving the necessary data centrally without switching between systems.

The labor costs for additional information sharing (trigger mailings), as well as collecting data on customer satisfaction and saving/reflecting results in the CRM system have been reduced.

**2. Service personalization and loyalty.**

*The end of 1<sup>st</sup> page*

End-to-end integration in terms of marketing campaigns has been provided. Upon receipt of information about the client's actions from any source, an action task is automatically created through another source according to a preconfigured scenario.

Today, work is in progress to automate personalized offers based on the characteristics collected about the client and determining their identity.

In general, according to the measurements, customer loyalty and satisfaction have been improved (NPS and CSI indices) due to personalization of customer experience, shortening of service times, data transparency.

### **3. Analytics and reporting.**

The system provides flexible tools for customizing reports and dashboards – an employee, in addition to preconfigured tools, can independently configure the reflection of any information from the CRM system or systems integrated with it, in a form convenient for him. The new transparency allows speaking "the same language" using a single data source.

The labor costs for collecting and analyzing information, including data that previously could not be obtained (for example, conversion in terms of directions, managers, sources; quality of service offered by partners, etc.) have been reduced. Today, many reports are made by employees on their own in a few minutes.

The architecture of the implemented solution is the integrated multi-level system, consisting of several systems, applications and services of different purposes. During the system development, Microsoft Power Platform Power Automate tools were used, which made it possible to reduce the integration time, and Common Data Service helped to analyze user work and service errors. GMCS specialists promptly solved functional and technological tasks arising in the process of project implementation.

Today, the CRM system has been developing for scaling it to the TUI Russia franchise network and other markets within the company's sphere of interests.

Based on the successful experience of interaction, TUI Russia recommends GMCS as a reliable digital partner for automating business processes of customer relationship management, sales and service (CRM) in the tourism industry.

**Yours faithfully,**

**Andrey Leushin**  
**Head of IT Department**  
**TUI Russia**

*/ signature /*

*/ Official seal: / "TT Travel" LLC / LIMITED  
LIABILITY COMPANY \* PRIMARY STATE  
REGISTRATION NUMBER 1097746076273 \*  
MOSCOW /*

*The end of 2<sup>nd</sup> page*

Тема: о проведении работ для TUI Россия  
Куда: ООО «Джи-Эм-Си-Эс Верэкс»

**Президенту GMCS  
Воропаевой Екатерине Николаевне**

Уважаемая Екатерина Николаевна,

TUI Россия, одна из ведущих туристических компаний в России и СНГ, выражает благодарность ООО «Джи-Эм-Си-Эс Верэкс» (далее GMCS) за профессионализм и высокое качество работ по созданию корпоративной системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) на базе Microsoft Dynamics 365 online.

Облачная CRM-система обеспечивает поддержку процессов продаж и обслуживания в собственных офисах продаж, контакт-центре, на сайте TUI Россия и круглосуточной службе поддержки TUI24.

Активная фаза реализации проекта выпала на период самоизоляции в связи с COVID-19, что не повлияло на реализацию поставленных планов. С соблюдением сроков в системе автоматизированы следующие бизнес-процессы:

- Обработка входящих звонков (контакт-центр)
- Обслуживание клиентов (служба TUI24)
- Обработка брошенных корзин
- Обработка обращений через WhatsApp
- Обработка бронирования на сайте
- Продажа тура
- Продажа дополнительных услуг
- Оповещения клиента о предстоящем туре
- Контроль процессов продажи и обслуживания.

Результатами использования новой CRM-системы являются:

1. **Продажи и обслуживание.** Внедрение новой CRM-системы позволило консолидировать источники «лидов», определить и настроить SLA на различные этапы продаж. Благодаря этому удалось сократить сроки отклика на лид/обращение, и как следствие, повысить конверсию и лояльность клиентов.

Благодаря единому решению сократилось количество интерфейсов, необходимых менеджерам для работы. Удобный интерфейс Microsoft Dynamics 365 позволяет получать необходимые данные централизованного, без переключения между системами.

Сократились трудозатраты на дополнительное информирование (триггерные рассылки), а также сбор данных об удовлетворённости и сохранении/отражении результатов в CRM-системе.

## 2. Персонализация обслуживания и лояльность

Обеспечена настройка «сквозных» интеграций в части маркетинговых акций. При получении информации о действиях клиента из какого-либо источника автоматически создается задание на действие через другой источник по заранее запланированному сценарию.

На сегодняшний день ведется работа по автоматизации персонализированных предложений на основе признаков, собранных о клиенте и определении их идентичности.

В целом, по проведенным замерам за счет персонализации клиентского опыта, сокращению сроков обслуживания, прозрачности данных улучшилась лояльность и удовлетворенность клиентов (индексы NPS и CSI).

3. **Аналитика и отчетность.** В системе реализованы гибкие инструменты настройки отчетов и дашбордов – сотрудник, помимо преднастроенных инструментов, может самостоятельно настроить отражение любой информации из CRM-системы или же интегрированных с ней систем, в удобном для себя виде. Новая прозрачность позволяет говорить на «одном языке», используя один источник данных.

Обеспечено снижение трудозатрат на сбор и анализ информации, включая данные, которые ранее не удавалось получить (например, конверсия в разрезе направлений, менеджеров, источников; качество сервиса, предлагаемого партнерами, и др.). Сегодня множество отчетов делается сотрудниками самостоятельно за несколько минут.

Архитектура реализованного решения представляет собой сложную многоуровневую систему, состоящую из нескольких разных по назначению систем, приложений и сервисов. В процессе разработки системы использовались инструменты Microsoft Power Platform – Power Automate, что позволило сократить сроки интеграции, и Common Data Service для анализа работы пользователей и ошибок сервисов. Специалисты GMCS оперативно решали возникающие в процессе реализации проекта функциональные и технологические задачи.

На сегодняшний день идут работы по развитию CRM-системы с целью ее доработки для масштабирования на франчайзинговую сеть TUI Россия и использования на других рынках, входящих в сферу интересов компании.

На основе успешного опыта взаимодействия TUI Россия рекомендует GMCS в качестве надежного цифрового партнера по автоматизации бизнес-процессов управления взаимоотношениями с клиентами, продаж и обслуживания (CRM) в туристической отрасли.

С уважением,  
Руководитель направления ИТ  
Леушин Андрей  
TUI Россия

