

AI als Nieuwe Reisassistent

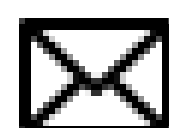
*Funneldisruptie, van
bewust keuzegedrag tot
impactvolle loyaliteit*





Katrien Watteyne

Partner Hospitality & Retail

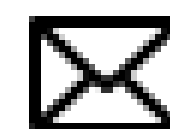


Katrien.watteyne@sia-partners.com



Maarten Jumelet

Sr. Manager Retail



Maarten.jumelet@sia-partners.com

Agenda

- 01 Introductie tot de expertgroep & het blueprint
- 02 Trends, ontwikkelingen en uitdagingen
- 03 AI demo voor de reisbranche
- 04 Paneldiscussie met onze experts
- 05 Aanbevelingen & afsluiting



De hosts & voorzitters



**Suzanne
Goossen**
TUI



**Martin
de Boer**
Corendon



**Frank
Radstake**
ANVR



**Katrien
Watteyne**
Sia



**Brit
Haarmans**
TUI



**Jean-Paul
de Beer**
Corendon



**Simone
Treur**
ANVR



**Maarten
Jumelet**
Sia



**Melle
Moorman**
Sunweb



**Hans
Langenhuizen**
In3



**Monica
Harmsen**
Sia

De expertgroep



**Alexandra
Alberts**
All about Singles



**Marc
Francken**
BeCause.eco /
BetterWay



**Mark
Wisbrun**
Booking.com



**Romy
Ho
Sia**



**Roel
Willems**
Ahold Delhaize



**Rob
Simons**
Breda
University



**Lysanne
Mekers**
Prijsvrij.nl



**Jorieke
Graven**
Sawadee



**Anton
Buning**
Vakantie
Discounter



**Corné
Den Braber**
Voordeeluitjes

Introductie tot het Blueprint

TravelTomorrow



Hoe kan **AI** reizigers
helpen bij het maken
van **bewuste**
reiskeuzes en hoe kan
dit **loyaliteit** verhogen
richting
reisaanbieders



Wie boekt er zijn reis
bij een reisaanbieder?



Wie boekt er zijn reis met behulp van AI?

In 2025 gebruikt al **40% van de reizigers** wereldwijd AI-tools om hun reis te plannen en **78% vindt GenAI nuttig** voor zowel inspiratie als ondersteuning onderweg*

*Travala & Phocuswright, 2025



Wat is voor jou belangrijker bij het boeken van een reis: Prijs vs. Duurzaamheid?

**13% vindt duurzaamheid
doorslaggevend bij het boeken, 83%
geeft aan duurzaamheid belangrijk te
vinden***

Er zijn 6 sleutelonderwerpen binnen ons blueprint

GEO

Er ontstaat er een **fundamentele disruptie** in de funnel, waarbij reisaanbieders niet alleen zichtbaar en de **voorkeursoptie van AI-agenten** moeten zijn

AI Assistentie

De AI-assistent fungeert als digitale copiloot die **inspiratie, planning, boeking en begeleiding** naadloos integreert in de klantreis

Zekerheid

Transparantie, garantie, kwaliteit en persoonlijke service worden steeds belangrijker in een wereld gedreven door AI

1

2

3

4

5

6

Loyaliteit

Loyaliteit krijgt nog meer belang door AI en wordt daarnaast cruciaal om merkhechting te realiseren

Bewust Kiezen

AI gebruiken om **‘bewustere’ keuzes zichtbaar en frictieloos** te maken. Door prijs–tijd–CO₂ transparant en persoonlijk af te wegen

Interne Data

Kwalitatieve, gestructureerde **first-party data is de sleutel** om **AI relevant, betrouwbaar** en **merkgericht** te laten aanbevelen

De reisbranche staat voor een disruptieve verandering met de expansie van AI



Aanbevelingen

1. Investeer in een hybride model: Directe kanalen & LLM zichtbaarheid
2. Investeer in content & interne data utilisatie
3. Test eigen adviserende LLMs en schaal met partners

‘Bewuster’ reizen blijft een grote uitdaging binnen de reissector, maar AI kan worden ingezet als hefboom



Bewust reizen

Reizen waarbij aanbieders en reizigers **aantoonbare keuzes maken** die milieubelasting beperken, sociale **verantwoordelijkheid bevorderen** en **hulpbronnen efficiënt gebruiken**.

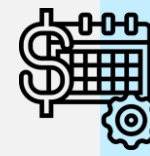
De kloof tussen intentie versus gedrag



Hoge intentie voor bewuster reizen

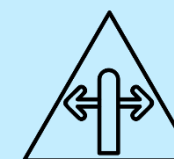


Prijs & gemak geven vaak de doorslag



AI als hefboom tot verduurzaming

- Transparantie: prijs-tijd-CO₂ (deur-tot-deur)
- Gepersonaliseerde aanbevelingen



Paradox

AI als hefboom voor verduurzaming



AI verbruikt veel energie

AI gestuurde verduurzaming als strategie



Klantbehoud & merkonderscheiding



Efficiëntie & omzetmix



Data als strategisch bezit

Aanbevelingen

1

Datadiscipline

Welke data mag AI verwerken?

2

Transparantie

Publiceer methodiek/assumptie

3

Standaardisatie

voor emissiemethode

4

Selectiecriteria

voor boekingsregels bv/ trein indien < x uur



.org

inkel

Zonder loyaliteit bepaalt AI met wie de reiziger op reis gaat

Loyaliteit biedt een groot potentieel voor reisaanbieders, echter wie niets doet, zal veel terrein verliezen door AI

 **DECATHLON**



 **zalando**

MARRIOTT
BONVOY[™]

Merkbinding

Community | Partners

Zekerheid

Service | Statuslevels

Gebruiksgemak

*Registratie | Personalisatie |
Beloning 'bewuste keuzes'*







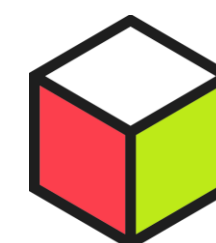




**Romy
Ho
Sia**

Live Demo

TravelTomorrow



**thuiswinkel
.org**

 TRAVEL TOMORROW REIZEN

Ontdek de wereld

Vergelijk reispakketten.

[Begin je travel tomorrow reis](#)

[Leer meer over travel tomorrow reizen](#)

AI chat
reisadviseur

Slimme
reisplanner

AI reis
informatie



Panel Discussie

TravelTomorrow



Onze experts aan het woord

Hoe zien zij de ontwikkeling in AI, Bewust keuzegedrag & Loyaliteit in de reisbranche

Introductie tot het Expertpanel



**Frank
Radstake**
ANVR



**Jean-Paul
de Beer**
Corendon



**Mark
Wisbrun**
Booking.com



**Katrien
Watteyne**
Sia



Vraag 1

*Hoe blijven
reisaanbieders
zichtbaar en relevant
in een door AI-
gedreven funnel?*



Vraag 2

*Hoe kan AI reizigers
verleiden 'bewuste'
keuzes te maken
boven gemak en prijs?*



Vraag 3

*Hoe ziet loyaliteit eruit
in een AI-tijdperk
waar algoritmes de
keuzes bepalen?*

Vraag 4

*Hoe kan AI helpen
transparant te
communiceren over
duurzaamheid zonder
greenwashing?*



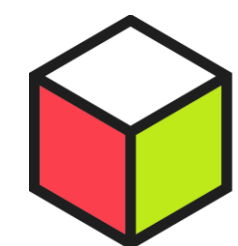


Vraag 5

*Waar ligt de balans
tussen AI-
personalisatie en
menselijke service in
klantloyaliteit?*

Afsluiting

TravelTomorrow



thuiswinkel
.org

Aanbevelingen

1

Maak deur-tot-deur standaard

Toon totale reistijd, prijs en CO₂ in één overzicht.
Zo wordt de trein of bus een echt alternatief.

2

Introduceer Travel Co-pilot

Een AI-assistent die inspiratie, planning en boeking begeleidt,
met transparante uitleg waarom suggesties worden gedaan.

3

Verleid tot bewuste keuzes

Werk met nudges (“Morgen 10% goedkoper en 35% minder drukte”).

4

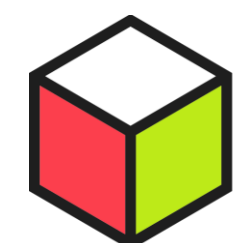
Investeer in loyaliteit

Bouw een loyaliteitsstrategie die verder gaat dan korting: combineer service, zekerheid en beloning.
Loyaliteit is straks het wapen tegen de filter van AI.

5

Borg vertrouwen

Transparantie, opt-outs en duidelijke taal zijn voorwaarden om reizigers én AI-platforms jouw
merk als betrouwbaar te laten herkennen.



A man and a woman are in a workshop, looking at a tablet together. The woman is holding the tablet and pointing at the screen, while the man is pointing at the screen with his finger. They are both smiling. The workshop has a wooden table with various tools and materials on it. There are some white mugs on a shelf in the background.

Opvolging

- Download het blueprint
- AI demo op locatie
- Advies over AI, 'bewuste' klantreizen & loyaliteit binnen jouw bedrijf

**Scan de QR &
download de
bluepaper**

