

Individuelle Angebote für glückliche Kunden

Die Reise- und Tourismusindustrie nutzt digitale Daten für die Vermarktung von Pauschalangeboten oder Flugeinzelpätzen. Mit pmOne identifizieren Reiseunternehmen auf Basis modernster Artificial Intelligence (AI) - und Data-Science-Verfahren charakteristische Kundengruppen. Diese Erkenntnisse ermöglichen eine zielgerichtete Customer Journey mit individualisierter Kundenansprache.

HERAUSFORDERUNG: KUNDENDATEN NUTZBAR MACHEN

Meer oder Berge, Kurztrip oder Fernreise – Reisen ist individuell. Doch nur wer Vorlieben, Verhalten und Ansprüche seiner Kunden kennt, kann diese zielgerichtet ansprechen. Um ein besseres Kundenverständnis zu erreichen, stehen Reiseanbieter vor folgenden Herausforderungen: Zum einen benötigen die Unternehmen eine zuverlässige Datenbasis, zum anderen das Know-how, um daraus die richtigen Schlüsse zu ziehen. Trotz der großen Kundenvielfalt sollen charakteristische Kundentypen identifiziert werden, um Angebote künftig individualisiert zu verteilen.

LÖSUNG: KUNDENSEGMENTIERUNG MIT DATA-SCIENCE-VERFAHREN

In einem ersten Schritt werden alle relevanten Daten eines Reiseanbieters aus unterschiedlichen Quellen in einer zentralen Kundendatenbank gebündelt – Stichwort: Customer Analytics Hub. Auf Basis dieses digitalen Kundenschatzes nutzt pmOne Data-Science-Verfahren und maschinelles Lernen, um jeden Kunden aufgrund ähnlicher Merkmale systematisch und automatisch einer passenden Gruppe zuzuordnen – Stichwort: Kundensegmentierung. So teilt sich die heterogene Kundenmasse in homogene Kundensegmente mit Reisenden, die ähnliche Ziele und Ansprüche haben. In einem nächsten Schritt nutzt ein von pmOne konzipierter „Recommender“ selbstlernende Algorithmen für individualisierte Kundenvorschläge und Kampagnen.

Data Science
Artificial Intelligence
Customer Analytics
Machine Learning

Recommender
Customer Analytics Hub

- ⊕ Identifizierung von charakteristischen Kundengruppen
- ⊕ Präzise, wertschöpfende Kundenkommunikation
- ⊕ Zufriedene Kunden erhalten passende Angebote. Buchungen sind wahrscheinlicher

ERGEBNIS: INDIVIDUALISIERTE ANGEBOTE UND KAMPAGNEN

Die Einteilung in charakteristische Kundengruppen ermöglicht eine präzise und wertschöpfende Kundenkommunikation entlang der gesamten Customer Journey. Reiseanbieter verwenden diese Erkenntnisse beispielsweise für personalisierte und individuelle E-Mail-Angebote. Mit der Auswertung des Buchungs- und Kundenverhalten erkennen Unternehmen aber auch zukünftige Kundenbedürfnisse. Daher kann es Kunden Reiseziele oder Reisezeiten schmackhaft machen, von denen diese bis dato vielleicht noch nichts wussten. Einem Kunden, der häufig nach Strandurlaube in Spanien sucht, können beispielsweise mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz weitere interessante Angebote für Strandurlaube in anderen europäischen Ländern gesendet werden. So buchen die Nutzer mehr und kaufen häufiger Zusatzleistungen. Klare Umsatzsteigerungen sowie eine signifikante Verbesserung der Conversion Rate sind die Folge.



DR. STEFAN BALKE
Teamlead Data Science
pmOne Schweiz GmbH

+41 44 51531-00
stefan.balke@pmone.com

„Wir wollen mit unserer Data-Science-Expertise das Beste aus Kundendaten herausholen. So lernen Unternehmen die Vorlieben ihrer Kunden kennen und können diese gezielt für ihre Customer Journey nutzen, was eine intensivere Kundenbindung zur Folge hat.“

RAPHAEL FOCKEL, Business Development Manager Artificial Intelligence | pmOne AG