

DAS RICHTIGE ANGEBOT ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT

Die Interessen und Bedürfnisse des Gastes werden auf Basis seines Verhaltens erkannt und die Inhalte abgestimmt.
In Verbindung mit einem Single Sign on Konzept werden Kundendaten zentral analysiert, ausgewertet und in Kommunikationsstrecken umgewandelt. Daraus ergibt sich eine feinere Segmentierung.

Lisa plant ihren Sommerurlaub.

«Hier gibts die besten Apartments.»

Sie sucht gerade nach Aktivitäten.

«Hier gibts die besten Familienstrände.»

«Wir zeigen dir, wo es die verstecktesten Seeufer gibt.»

Lisa informiert sich über neue Angebote.

«Nicht nur im Sommer eine Reise wert.»

VOR

Vor der Reise benötigt Lisa ganz andere Informationen. Hier werden ihr entsprechend ihres Surfverhaltens passende Unterkünfte vorgeschlagen.

WÄHREND

Die Kommunikation ist auf persönliche Interessen, dem Umfeld, dem geografischen Standort und bevorzugtem Medienkanal abgestimmt. In Echtzeit. 100% relevant.

NACH

Auch nach der Reise hört die Kommunikation zu Lisa nicht auf. Die erlebte Servicequalität wird durch neue Angebote weitergetragen.