

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.

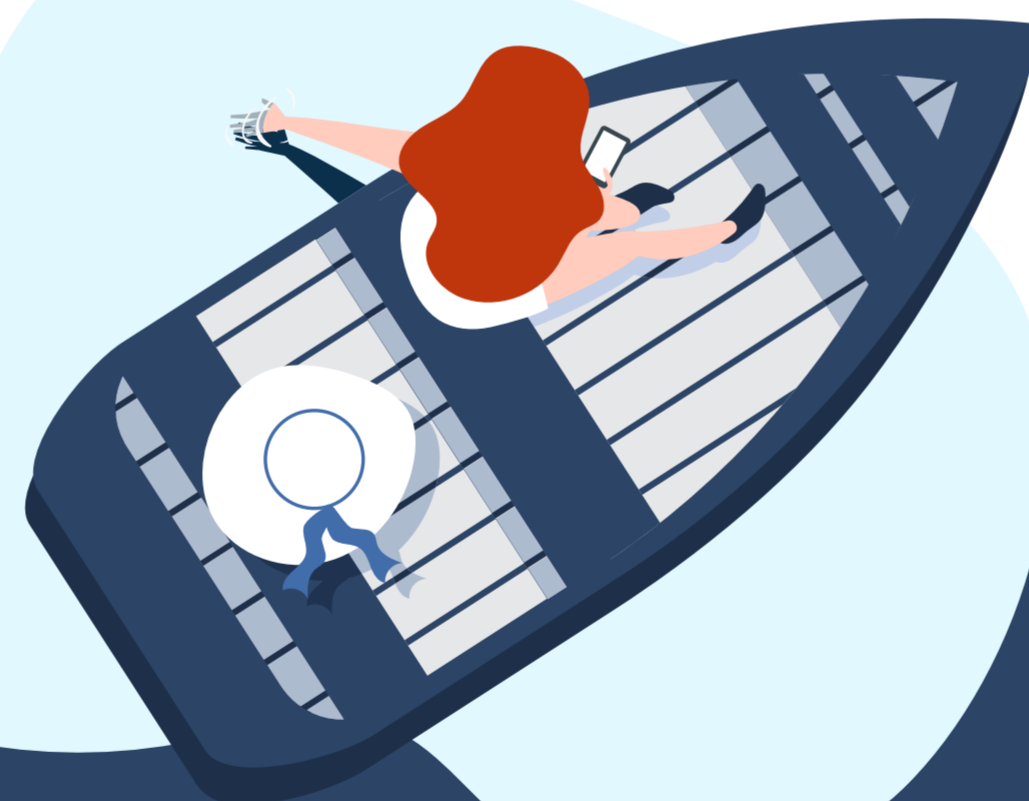
«Hier gibts die besten
Apartments.»



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

WÄHREND

NACH

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

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

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