

Foto-basierte Profilerstellung von Touristen



Das EC3 - E-Commerce Competence Center hat eine Profiling Technik entwickelt (Tourism-Profiler), die auf der Selektion von Fotos basiert und die Erstellung von User-Profilen erheblich erleichtert

Credit: EC3 - E-Commerce Competence Center
Fotograf: EC3 - E-Commerce Competence Center

Utl.: Wünsche und Interessen von Touristen mittels foto-basierter Profilerstellung rasch und unkompliziert ermittelt =

Wien (OTS) - Empfehlungssysteme - insbesondere im Tourismusbereich - benötigen genaue Informationen über die Urlaubsvorstellungen und Wünsche der Kunden, um maßgeschneiderte Angebote erstellen zu können. Diese persönlichen Informationen über Online-Kunden zu bekommen, ist jedoch schwierig und auch zeitaufwändig. Das EC3 - E-Commerce Competence Center hat eine Profiling Technik entwickelt, die auf der Selektion von Fotos basiert und den Zeitaufwand für Touristen sowie Anbieter erheblich reduziert.

Menschen haben unterschiedlichste Erwartungen an ihren Urlaub. Das Spektrum reicht von faul in der Sonne liegen über Städtetrips bis hin zu Action pur beim Helikopter-Skiing in den Rocky Mountains. Die Vielfalt an Interessen und Bedürfnissen von Urlaubern/Touristen stellt Empfehlungssysteme vor eine große Herausforderung: Jedem Kunden die Angebote zu unterbreiten, die auf seine Bedürfnisse und Interessen am besten zugeschnitten sind.

Um auf die Bedürfnisse der Kunden individuell eingehen zu können, ist es auch im Online-Geschäft notwendig, das User-Profil der einzelnen Kunden zu kennen. Im persönlichen Gespräch kann man nachfragen und erhält auch aus den Reaktionen der Kunden viele Informationen. Informiert sich ein potentieller Urlauber über Angebote online, kommt man zu diesen Informationen nur, wenn der Kunde bewusst Fragen beantwortet. Dies ist aber nicht der Wunsch des Kunden - er möchte Informationen bekommen, nicht geben.

Das EC3 - E-Commerce Competence Center hat eine Profiling Technik entwickelt (Tourism-Profiler), die auf der Selektion von Fotos basiert und die Erstellung von User-Profilen erheblich erleichtert. Der Technik liegt die Hypothese zugrunde, dass von Präferenzen für Fotos von Urlaubsszenen auf Tourismustypen geschlossen werden kann.

Anstelle Fragen zur gewünschten Urlaubsart zu beantworten, wählt der Benutzer aus vorgegebenen Bildern jene aus, die er mit seinen bisherigen Urlauben bzw. Urlaubswünschen in Verbindung bringt (<http://ispaces.ec3.at/TourismProfiler/index.html>). Ist ein Kunde an einem entspannten Badeurlaub mit Sonne, Sand und Meer interessiert, wird er Bilder von sonnigen und sandigen Orten wählen. Ist sein primäres Urlaubsziel aktiv zu sein, wird er Bilder wählen die seine bevorzugten Aktivitäten zeigen.

Die Bilder von Urlaubsszenen können Tourismustypen zugeordnet werden. Wir arbeiten derzeit mit 17 Tourismustypen (Sonnenliebhaber, Aktivsportler etc.) die auf einer Typologie von Yiannakis & Gibson (1992) beruhen.

Aus den Präferenzen für bestimmte Bilder kann somit der Tourismustyp des jeweiligen Kunden ermittelt werden. Jedem Tourismustyp entspricht wiederum ein bestimmtes User-Profil. Empfehlungssysteme können aufgrund dieser derart generierten User-Profile den Kunden Angebote darlegen, die ihren jeweiligen Interessen entsprechen.

Die foto-basierte Profilerstellung reduziert einerseits den Aufwand für die Kunden ihre Bedürfnisse zu formulieren und erhöht somit die User-Akzeptanz. Andererseits erleichtert und verbessert sie die Empfehlungen auf Anbieterseite.

Bild(er) zu dieser Meldung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im APA-OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Dr. Helmut Berger:

E-Mail: helmut.berger@ec3.at

Dr. Michael Dittenbach:

E-Mail: michael.dittenbach@ec3.at

Tel.: 01 522 71 71-0

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER

INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0006 2007-04-04/14:45

041445 Apr 07

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20070404_TPT0006