

Erste Website einer Tourismusregion mit AI-unterstützter Web-Personalisierung



v.l.: Markus Ganeider (Project Manager bei elements) , Blair Stevenson (Online Marketing/Web Manager bei Kleinwalsertal Tourismus eGen), Anne Riedler (Vorstand Kleinwalsertal Tourismus eGen) und Patrick Edelmayer (CEO von elements).

Credit: elements
Fotograf: elements

Utl.: elements entwickelt neuen Web-Auftritt der Kleinwalsertal Tourismus eGen, der sich dynamisch den Gästen anpasst. =

Salzburg (OTS) - Eine Website, die sich den Gästebedürfnissen anpasst. Eine Region, die Website und Webshop komplett verschmilzt: Seit dem 18. April 2018 ist mit dem neuen Auftritt des Kleinwalsertals die erste Website einer österreichischen Tourismusregionsorganisation auf dem Markt, die sich dynamisch an den Gästebedürfnissen und dem Gästeverhalten ausrichtet. Durch so genannte „Web-Personalisierung“ gibt die Seite personalisierten Inhalt für die Nutzer aus. Basis dafür bilden deren Klickverhalten, Buchungen sowie persönliche über ein Profil angelegte Daten. Zusätzlich können verschiedenste Angebote der Region durch die Verschmelzung von Website und Webshop direkt aus dem Inhalt gebucht werden. Entwickelt wurde hierfür ein Marktplatz, der es erlaubt, Leistungen von Anbietern aus der Destination in nur einem Einkaufsprozess zu beziehen.

„Die richtigen Inhalte, zur richtigen Zeit, den richtigen Personen, am passenden Device buchbar zur Verfügung zu stellen, war unsere Zielvorstellung und ein nur logischer Schritt zur Verbesserung der User Experience bei unserem Webauftritt“, erläutert Anne Riedler, Vorstand der Kleinwalsertal Tourismus eGen. „Ich bin überzeugt, mit dem neuen Online-Auftritt werden wir diesen wachsenden Bedürfnissen und Wünschen unserer Gäste gerecht und halten Schritt mit großen Buchungsportalen.“

Schon seit drei Jahren verfolgt das Kleinwalsertal die Strategie, Online-Buchungen möglichst über die Destinationsorganisation abzuwickeln. Mit Erfolg: Die Buchungszahlen steigen kontinuierlich, allein in der vergangenen Wintersaison um 50 Prozent. Und das zahlt sich für die Gastgeberbetriebe und Anbieter der Region aus, denn die auf anderen Portalen anfallende Provision bleibt als Wertschöpfung bei den Betrieben.

Durch den aktuellen Relaunch der Website, den die Vorarlberger Region gemeinsam mit der Agentur elements umsetzte, soll die Buchungs- und Umsatzsteigerung der Region weiter positiv entwickelt werden. „Mit elements hatten und haben wir hierfür den richtigen Partner an unserer Seite, der uns bereits seit mehreren Jahren erfolgreich bei unserer digitalen Transformationsstrategie begleitet“, ist Anne Riedler überzeugt. Und auch Patrick Edelmayr, CEO von elements, ist sicher, dass sich die neu umgesetzten Online-Maßnahmen für die Region auszahlen: „Das Kleinwalsertal ist mit seinem Online-Auftritt im Vergleich zu den Websites zahlreicher Mitbewerberdestinationen aus dem Alpenraum ganz vorne dabei. Es freut uns nicht nur, mit so einem dynamischen Partner immer wieder neue, technische Entwicklungen auf Destinationsebene testen und umzusetzen zu können, sondern auch die klar messbaren Erfolge dieser Arbeit miterleben zu dürfen.“

Die zwei wesentlichen Entwicklungen der neuen [www.kleinwalsertal.com] (<https://www.kleinwalsertal.com/de>) im Überblick:

Web-Personalisierung unterstützt durch Artificial Intelligence (AI)

Bislang stark hierarchisch aufgebaute Inhalte sind nun automatisch nach Gesichtspunkten des Nutzerverhaltens steuerbar gemacht. Personalisierter sowie kontextbezogener Content wird gezielt für den Gast ausgegeben. Die Signifikanz beziehungsweise der Zielgruppenfokus spielt dabei eine entscheidende Rolle: der richtige Inhalt, zur richtigen Zeit, an den richtigen User, am richtigen Device.

Gästedaten werden aufgrund des Klickverhaltens und diverser so genannter Conversions (Newsletteranmeldung, Buchung, Kontaktanfrage, etc.) in einem Gäste-Profil gespeichert. Bei einem Besuch eines „bekannten“ Users passt sich der Inhalt automatisch an die Bedürfnisse des Gastes an.

Zwtl.:

Content Commerce Integration

Die Website ist der Shop und der Shop ist die Website: Die angebotenen Produkte sind harmonisch in den Content integriert und somit dezentral, kontextbezogen zum Kauf angeboten. Nach absolvierter Buchung werden Gäste über Marketingautomatisation vor der Anreise, währenddessen und nach der Ankunft über für sie interessante Events, Erlebnisse oder Infrastrukturen informiert.

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

~

Rückfragehinweis:

elements.at New Media Solutions GmbH

BA Marion Gebhart
Gusswerk Halle 6, Söllheimerstraße 16, 5020 Salzburg / Austria

t +43 662 876 606
e marion.gebhart@elements.at
w www.elements.at
fb www.facebook.com/elements.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3049/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0001 2018-06-08/07:35

080735 Jun 18

Link zur Aussendung:

https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20180608_TPT0001