

CUSTOMER CASE

Dyne Advanced Analytics

Schweiz Tourismus holt mit dem Online-Tourismus Monitor mehr aus seinen Marktforschungsdaten heraus

Cleverer Business-Analytics-Lösung in der DyneCloud: Eine Fülle von Marktforschungsdaten wird einfach und schnell individuell aufbereitet. Für Schweiz Tourismus bedeutet die neue Lösung eine enorme Zeitersparnis gegenüber manuellen Auswertungen.



Schweiz Tourismus ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft des Bundes und betreibt in dessen Auftrag die Förderung der Schweiz als Ferien-, Reise- und Kongressland. Dazu organisiert die Organisation weltweites Marketing für die Destination Schweiz.

Ein reicher Datenschatz von Feedbacks zur Schweiz

Der Tourismus Monitor Schweiz (TMS) ist die grösste nationale Touristenbefragung durchgeführt von Schweiz Tourismus. 2010 wurden 9'168 Übernachtungstouristen aus dem Freizeitbereich aus 110 Herkunftsmärkten in 100 Schweizer Destinationen zur Befragung rekrutiert. Online-Interviews von je 20 Minuten Dauer bildeten die primäre Datenerhebungsmethode. Den Mitgliedern und Partnern von Schweiz Tourismus steht die Datenbank mit 2.5 Millionen Einzelurteilen im Rahmen eines Online-Analysetools sowie in Form von zahlreichen Berichten auf

der Partnerwebsite von Schweiz Tourismus zur Verfügung. Der TMS ermittelt Präferenzen und Verhalten von Touristen sowie ihr Wissen über den Markt und liefert damit Entscheidungsgrundlagen für das strategische und operative Marketing von Schweiz Tourismus, unter anderem zur:

- Positionierung und Differenzierung des Tourismuslandes Schweiz anhand des Destinationsimages,
- der Gästebedürfnisse, der touristischen Stärken sowie der Wettbewerbsvorteile.
- Optimierung des Angebots anhand der Gästezufriedenheit.
- Wirkungsvollen Vermarktung anhand der genutzten Informationsquellen und des Buchungszeitpunktes.

Individuell zusammengestellte Online-Reports aus den Marktforschungsdaten

Um diese Fülle von wichtigen Kundenfeedbacks effektiv nutzen zu können, beauftragte Schweiz Tourismus seinen langjährigen Statistik-Partner Dynelytics mit der Implementierung einer interaktiven Online-Auswertungsplattform. Die Tourismusorganisation definierte für das neue Analysetool 200 Filter-,

Segmentierungs- und Benchmarkingvariablen, die sich mehrfach kombinieren lassen. Entsprechend lassen sich zahlreiche individualisierte Auswertungen vornehmen, zum Beispiel: Welche Informationsquellen nutzt der chinesische Erstbesucher? Wie viele Tage im Voraus werden Wellnessferien im Alpenraum gebucht? Aus welchen Gründen werden Schweizer Städte besucht? In welcher Tourismusregion ist die Schweiz am authentischsten und wo am gastfreundlichsten? In einem mehrstufigen Prozess können nun die Benutzer die sie interessierenden Daten online abrufen - individuell zusammengestellt aus unterschiedlichen Segmenten, Filtern und Benchmarks. Das Resultat der Abfragen sind rund 30-seitige Reports, bestehend aus Kombinationen von Grafiken und Tabellen, die als PDF-File ausgedruckt und abgespeichert werden können. Die gewünschten Reports erscheinen sortiert nach der Nennungshäufigkeit der Antworten, mit automatischen Kennzeichnungen von Über- und Untervertretungen und mit der Integration von fixen Elementen wie Titelblatt und Karten.

Flexible Online-Datenbank mit einfachem Handling

Weitere Vorteile der Online-Lösung sind neben der jederzeitigen

Christian Huser, Fachleiter Marktforschung Schweiz Tourismus

Daten-Verfügbarkeit auch die Möglichkeit weltweiter Zugriffe. Zugang haben nicht nur Schweiz Tourismus mit ihren Niederlassungen in 27 Ländern, sondern auch über 700 Mitglieder und Partner (aus der Branche, von Universitäten / Fachhochschulen und aus der Wirtschaft). Am TMS partizipierende Partner verfügen über eigene, speziell für ihre Bedürfnisse kreierte Logins. So können die Nutzer passwortgesteuert je nach ihren individuellen Berechtigungen die sie betreffenden Informationen abrufen.

Das Arbeiten mit der Online-Datenbank ist denkbar einfach: Es gibt keinerlei Bedingungen hinsichtlich der Systemvoraussetzungen, man kann einfach mit einem der üblichen Browser auf das Portal zugreifen. Und wie Christian Huser, Fachleiter Marktforschung bei Schweiz Tourismus festhält, sind sowohl die Bedienung des Online-Tools wie auch die Reports selbsterklärend.

Herkömmliche Tabellenbände waren wenig lesefreundlich und unflexibel in der Anwendung

Für die betriebliche Marktforschung von Schweiz Tourismus stellen die herkömmlichen Tabellenbände der Instituts-Marktforschung keine Option dar. Deren Gebrauch erweist sich für den Nutzer als unpraktisch und unattraktiv, zum Beispiel aufgrund fehlender grafischer Hervorhebungen für Über- und Untervertretungen oder fehlender Grafik/Tabellen-Kombinationen.

„Diese Art der Ergebnisaufbereitung ist wenig bedürfnisgerecht und nicht zielführend“, fasst Christian Huser zusammen. „Das neue, interaktive Portal ist flexibel in der

„Herzlichen Dank an dieser Stelle nochmals für die produktive und angenehme Zusammenarbeit und das tolle Endprodukt.“

Anwendung, liefert auf Knopfdruck übersichtliche Ergebnisse und ist kosteneffizient.“ Die Lösung von Dynelytics bietet Schweiz Tourismus ein attraktives Kostenmodell. Es fielen - abgesehen vom Hosting - nur einmalige Programmierkosten an.

Häufiger Einsatz und echter Mehrwert für Schweiz Tourismus

Die TMS-Online-Datenbank führte zu einer starken Verbreitung der Resultate und einer Stärkung des Mitglieder- und Partnerangebots von Schweiz Tourismus; die erzeugten Ergebnisberichte wurden bereits drei Monate nach dem Aufschalten mit über 1'000 Downloads rege benutzt. Das Tracking Tool zeigt überdies an, dass zwei von drei heruntergeladenen Ergebnisreports von externen Nutzern angefordert wurden und dass das Thema „Gästedürfnisse“ am meisten interessiert.

Christian Huser lobt die hohe Fachkompetenz von Dynelytics bei der Implementierung der Lösung: „Herzlichen Dank an dieser Stelle nochmals für die produktive und angenehme Zusammenarbeit und das tolle Endprodukt.“

Obwohl gewisse Wünsche - z.B. nach flexibler Wahl der Benchmarks - noch offenbleiben, handelt es sich beim Tourismus Monitor um ein langjähriges Projekt, das regelmässig mit neuen Befragungsdaten

aktualisiert wird. Denn die einmal erstellte Struktur der Datenbank ist jederzeit einfach mit neuen Fällen und neuen Variablen erweiterbar. ●

Diese Online-Auswertungslösung ist ideal...

- . Bei Datensätzen mit zahlreichen Filter- und Segmentierungsoptionen
- . Bei Datensätzen mit grossen Fallzahlen (damit trotz vielen Segmenten noch genügend Fälle zur Verfügung stehen)
- . Bei einem grossen und heterogenen Nutzerkreis (d.h. einem grossen Bedarf nach unterschiedlichen, individualisierten Analysen)
- . Bei wiederkehrenden Untersuchungen (einmalige Entwicklungskosten stehen einem steigenden Informationswert gegenüber)
- . Eine entsprechende Lösung ist sowohl für die betriebliche als auch für die Instituts-Marktforschung geeignet.