

---

## Pressemitteilung

# Über die Rolle von qualitativ hochwertigen Daten für eine gute Kundenbetreuung im Tourismus

**Bochum, 11. Februar 2019:** Um erfolgreich am Markt zu bestehen, bedarf es vor allem qualitativ hochwertigen und aktuellen Produktcontent. Denn nur mit dem richtigen Content erreichen Anbieter ihre Kunden. Im Falle eines Tourismusunternehmens besteht der Produktcontent aus Informationen zu Reisen, Hotels, Destinationen, Freizeitangeboten usw. Im Wettbewerb um Kunden gewinnt heutzutage der Anbieter, der neben guten Produkten und attraktiven Preisen einen hochwertigen Produktcontent hat. Getreu der E-Commerce-Weisheit „Content is king“ sollten die Reisen und Angebote möglichst ausführlich, richtig und gut beschrieben werden.

## Zentrale Datenbank

Wichtig ist, dass die Produktdaten bzw. die Reiseinformationen unabhängig von den Vertriebskanälen zentral verwaltet und veredelt werden. Anschließend lassen sich diese maßgeschneidert und bedarfsgerecht an die unterschiedlichen Vertriebskanäle wie Kataloge, Onlineshops oder Reiseportale übermitteln. Hierfür eignen sich moderne PIM- (Produkt Informations Management) Systeme wie die eggheads Suite als zentrale Datendrehscheibe. Davor steht aber noch die Frage, wie die Daten überhaupt zum Reiseveranstalter kommen.

## Die kleine Reise der Daten von der Entstehung bis hin zum Kunden

Die Kernaufgabe ist klar: Produktdaten beschaffen, anreichern und zentral verwalten, um anschließend die Vertriebskanäle – und damit den Kunden – in kurzer Zeit mit den richtigen Produktinformationen zu versorgen. Der Prozess hierbei ist bei vielen Touristikern unterschiedlich.

## **Station 1: Datenbeschaffung und woher guter Produktcontent kommt**

Früher hatten Tourismus-Unternehmen wie große Reiseveranstalter in den Zielgebieten eigenes Personal, das von Hotel zu Hotel fuhr, um Fakten über die Anlagen zu sammeln und Fotos zu erstellen. Diese Daten wurden in die interne Contentabteilung übermittelt und in Katalogseiten sowie in Ausleitungen für Web-Shops und Reiseportale manuell umgewandelt. In den letzten Jahren hat sich dieser Prozess stark verändert, da der Reiseveranstalter andere beteiligte Handlungsakteure wie Bed Banks, Hotels, Fluggesellschaften etc. aktiv in den Informationsprozess einbindet.

### **Direktanbindung von Datenlieferanten**

Um den Content für Long Tail-Produkte zu integrieren sollten Bed Banks direkt angebunden werden. Aber auch Fat Tail-Anbieter wie Hotels können über ein Web-Portal ihr Angebot selbst beschreiben. Erreicht der so gewonnene Produktcontent eine definierte Mindestqualität, so wird er direkt in die eggheads Suite übernommen. Hierdurch lässt sich nicht nur der Aufwand und damit die Kosten, sondern vor allem auch die Time-to-Market erheblich verkürzen.

## **Station 2: Effiziente Datenpflege**

Produktdaten sollten immer medienneutral an zentraler Stelle in einem System gespeichert und veredelt werden. Nur so lassen sie sich möglichst oft wiederverwenden. Das spart nicht nur Kosten und Aufwand, sondern garantiert auch einen einheitlichen Auftritt den Kunden gegenüber. Dies gilt nicht nur für den Produktcontent, sondern auch für alle Medienformate wie Bilder, Videos etc. Das Speichern und Verfeinern der Daten kann sowohl manuell, als auch automatisiert erfolgen.

### **Automatisierter Datenqualitätscheck**

Wichtig ist, dass vor der Ausspielung in die Vertriebskanäle ebenfalls eine Qualitätsprüfung stattfindet. Fehlen notwendige Attribute wie der Preis, sind Texte zu lang oder zu kurz oder ist die Qualität des Bildmaterials nicht ausreichend, darf eine Distribution nicht stattfinden. Dabei können sich die Qualitätskriterien zwischen den Kanälen durchaus unterscheiden: während ein VK-Preis vermutlich in jedem Kanal notwendig ist, werden Attribute zur After-Search-Navigation nur im Online-Shop gebraucht, während eine 300 DPI-Auflösung nur bei Bildern für den Katalog erforderlich ist.

## **Station 3: Datenverteilung auf alle Kanäle**

Abnehmer wie beispielsweise Hoteldatenbanken müssen automatisch beliefert werden, damit das Angebot sobald es online ist effizient die Kunden erreicht. Aber auch Print-Kataloge haben nach wie vor ihre Daseinsberechtigung, sollten nur möglichst automatisiert und damit kostenreduziert erstellt werden. Die eggheads Suite hat daher ein integriertes Publishing-Modul. Dies ermöglicht, Kataloge auf Knopfdruck zu generieren und Produktdaten nach dem Finishing in Adobe InDesign, vor der Druckfreigabe noch einmal zu aktualisieren. Damit können tausende

von Katalogseiten in wenigen Wochen produziert werden. Features wie automatische Textkürzung erhöhen zusätzlich den Automatisierungsgrad. Und das ganze in über 30 Sprachen durch integrierte Übersetzungstools.

Mit dem integrierten Medienportal wird darüber hinaus auch Drittanwendern die Möglichkeit gegeben, per Medienupload Bilder mit entsprechenden Metamerkmale hochzuladen und somit allen Anwendern zur Verfügung zu stellen.

## **Station 4: Durch Personalisierung gegenüber dem Wettbewerb punkten**

Oft muss das gleiche Angebot bei sehr unterschiedlichen Zielgruppen wie z.B. Aktivurlauber, Familien etc. platziert werden. Verbindet der Anbieter nun den Produktcontent direkt mit den Kundendaten, können per Knopfdruck personalisierte Angebote oder Reiseunterlagen erstellt werden. Werden diese Unterlagen mit Zusatzinformationen ergänzt, bieten sich zusätzliche Möglichkeiten zur Kundenbindung und Cross-Selling-Potentiale. Denn Kunden, die personalisierte und auf ihre Wünsche zugeschnittene Angebote bekommen, bleiben treu und empfehlen den Anbieter gerne weiter.

## **Über eggheads**

### **Content. Web. Print. CRM. Kampagnen. Datenqualität... Alles in einem System vom Experten für Tourismus**

Von der Erfassung einzelner Hotelinformationen über Contentpflege, Textgenerierung und -segmentierung bis hin zur Ausleitung in die verschiedensten Vertriebskanäle wie Onlineportale, Kataloge oder Flyer, unterstützt die eggheads Suite die Automatisierung ihrer Produktdatenprozesse. Durch ein vollintegriertes Publishing Modul ist es ebenfalls möglich Kataloge per Knopfdruck zu generieren. Auch im Bereich Personalisierung und zielgerichteter und individueller Kundenansprachen hat die eggheads Suite mit dem für die Tourismusbranche entwickeltem CRM-System eggheadsDIALOG eine passende Lösung parat. Wir verfügen über jahrelange Erfahrung in der Umsetzung von Digitalisierungs-Projekten in der Tourismus-Branche. Dabei haben alle Unternehmen ob groß oder klein gemeinsam, dass effizientes Produktmarketing nur mit zentraler Datenhaltung und einem auf Automatisierung ausgelegten Produktdatenfluss möglich ist. 2018 wurde eggheads mit dem TOP100-Siegel ausgezeichnet und zählt damit zu den innovativsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands.

---

#### **Pressekontakt:**

Anja Schöllhorn  
eggheads GmbH  
Alte Wittener Straße 50  
44803 Bochum

+49 (0) 234 89 39 70  
www.eggheads.net  
a.schoelhorn@eggheads.de