

13.09.2018 – 06:21 Uhr

Reiseanbieter müssen Personalisierungslücke schließen, um den Bedürfnissen von Kunden nachzukommen: Neue Mindtree-Studie

Indien (ots/PRNewswire) -

Verlass auf veraltete Systeme und isolierte Daten hat zu lückenhaften Anstrengungen im Bereich Personalisierung und einer Kluft bei den Erwartungen von Kunden geführt

Aufkommende Technologien haben Reiseanbietern beispiellose Möglichkeiten an die Hand gegeben, ihren Kunden reibungslose, kontextrelevante und personalisierte Inhalte anzubieten. Eine neue Studie von Mindtree mit dem Titel "Expectations vs. Reality: (https://www.mindtree.com/connected-traveler-trends-survey-digital-2018/) How to Better Serve the Connected Traveler (https://www.mindtree.com/connected-traveler-trends-survey-digital-2018/)" (Erwartungen und Realität: Bessere Betreuung vernetzter Reisender) hat Antworten von über 2.000 US-Kunden analysiert und herausgefunden, dass viele Reisemarken trotz der Fortschritte bei digitalen Erfahrungen die ganzheitliche Betrachtung des Kunden außer Acht lassen und damit kämpfen, ihre Angebote richtig zu personalisieren.

(Logo: https://mma.prnewswire.com/media/633364/Mindtree_Logo.jpg)

"Egal, ob es sich um Geschäfts- oder Vergnügungsreisen handelt, haben Reisende sehr hohe Erwartungen an die Marken, auf die sie sich für eine unvergessliche Reise verlassen", sagte Nalin Vij, leitender Vizepräsident und globaler Leiter der Abteilung Reisen, Transport und Bewirtung. "Die Technologie für Personalisierung ist verfügbar, aber unsere Studie hat gezeigt, dass die meisten Reisenden enttäuscht davon sind, wie ihr Reiseanbieter tatsächlich ein maßgeschneidertes Angebot zusammenstellt. Dieser Herausforderung muss sich die Reisebranche stellen, denn viele sind immer noch mit ihren Investitionen in veraltete Systeme belastet."

Die Studie hat gezeigt, dass Reisende zugesendete Angebote meist nicht wahrnehmen, da sie nicht zur richtigen Zeit kommen; ablaufen, bevor sie genutzt werden können; nicht genügend Preisvorteile bieten oder nicht auf ihre Interessengebiete abgestimmt sind. Die meisten Teilnehmer (88 Prozent) gaben an, dass sie einer Marke treu sind, wenn diese relevante Deals anbietet. Nahezu die Hälfte (47 Prozent) der Teilnehmer gaben an, dass sie bereit wären, einen Aufschlag von mindestens 17 Prozent für interessantere und relevantere Angebote zu zahlen. Nur 22 Prozent gaben jedoch an, dass Reiseanbieter sie als frühere Kunden erkennen würden.

Die Studie hat außerdem gezeigt, dass Freizeitaktivitäten für 92 Prozent der befragten Geschäftsreisenden ein wichtiger Reisebestandteil sind. Dies eröffnet neue Möglichkeiten für Anbieter, relevante Freizeitangebote für umfassendere Unternehmungen mit anzubieten, da Geschäftsreisen eine zunehmende Gelegenheit für Freizeitaktivitäten darstellen.

Mindtree empfiehlt Reiseanbietern die folgenden Schritte für persönlichere Angebote:

- Integrieren von Datensilos, um bessere Informationen über den Kunden von mehreren digitalen Vertriebskanälen zu sammeln.
- Aufbau umfassender Kundendaten mithilfe einer guten 360°-Kundenbasis, um Kunden an jedem Touchpoint zu erkennen.
- Erstellen von maßgeschneiderten Kundenangeboten bestehend aus Inhalten, Angeboten und Empfehlungen mithilfe von Personalisierungsalgorithmen mit Kontextgewichtung.
- Einsatz von kanalübergreifenden Strategien einschließlich Sprache, Mobiltelefon und Internet, um gezielt personalisierte Informationen und Dienste anzubieten.

"Reiseanbieter sind gerüstet, die modernste Digitaltechnologie im Zeitalter der Personalisierung zu nutzen, indem sie ihren Kunden reibungslose, kontextrelevante und ganzheitliche Erlebnisse bieten. Durch unsere Führungsposition im Digitalbereich gepaart mit unseren außergewöhnlich umfassenden Erfahrungen in der Reisebranche haben wir bei Mindtree eine breite Palette an Personalisierungsmöglichkeiten, um die Lücke bei den heutigen Erwartungen vieler Reisenden an den Markt zu schließen", kommentierte Vij.

Methode

Die Studie "Expectations vs. Reality: (https://www.mindtree.com/connected-traveler-trends-survey-digital-2018/) How to Better Serve the Connected Traveler (https://www.mindtree.com/connected-traveler-trends-survey-digital-2018/)" wurde von Mindtree in Auftrag gegeben und von der unabhängigen Marktforschungsfirma Vanson Bourne Anfang 2018 durchgeführt. Befragt wurden US-amerikanische erwachsene Verbraucher, die geschäftlich und/oder privat durchschnittlich mindestens einmal im Jahr global reisen (per Flugzeug, Zug, Leihwagen und/oder Hotel-/Ferienhausaufenthalte). Geschlecht, Alter und geografischer Standort wurden bei den Antworten ausgewogen berücksichtigt.

Weitere Details zur Studie:

Besuchen Sie die Mikrosite (<https://www.mindtree.com/connected-traveler-trends-survey-digital-2018/>), um den vollständigen Bericht herunterzuladen

Sehen Sie sich das Video (<https://www.youtube.com/watch?v=9QTBRftIMNs>) an

Informationen zu Mindtree:

Mindtree [NSE: MINDTREE] ist ein globales Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen im Technologiesektor, das Global-2000-Unternehmen dabei unterstützt, durch Zusammenführung von Skalierung und Agilität ihre Wettbewerbsposition zu stärken. Das Unternehmen wurde 1999 unter dem Motto "Born digital" gegründet. Mehr als 340 Geschäftskunden verlassen sich auf unsere fundierte Fachkenntnis, um Silos aufzubrechen, die Komplexität der digitalen Welt zu verstehen und neue Initiativen schneller zu vermarkten. Wir sorgen dafür, dass die IT mit dem Geschäftsbetrieb Schritt hält. Mit aufkommenden Technologien und den Effizienzen, die sich durch Continuous-Delivery ergeben, regen wir geschäftliche Innovation an. Mit einer Präsenz in 17 Ländern werden wir immer wieder als einer der besten Arbeitgeber bewertet. Wir leben Tag für Tag unsere besondere Unternehmenskultur, die von mehr als 19.000 teamorientierten, engagierten "Mindtree Minds" mit Unternehmergeist getragen wird. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.mindtree.com> oder folgen Sie uns @Mindtree_Ltd (https://twitter.com/Mindtree_Ltd).

Alle hier genannten Produkte und Firmennamen sind ggf. Marken ihrer registrierten Inhaber.

Wenden Sie sich für weitere Informationen bitte an:

INDIEN

Divya Jain

Value 360

+91-9999704100

divya@value360india.com

EUROPA

Susie Wyeth

Hotwire

+44-20-7608-4657

susie.wyeth@hotwireglobal.com

VEREINIGTE STAATEN

Erik Arvidson

Matter

+978-518-4542

earvidson@matternow.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058327/100819761> abgerufen werden.