

TUI Travel Star: Besseres Steuern zentraler Mailings

Mit einem neuen Kampagnen-Tool kann die Zentrale der Kooperation TUI Travel Star Mailings seit Kurzem besser steuern. Die Technik wählt die Kundendaten verschlüsselt aus und sendet sie an den Letter-Shop. Zugriff auf diese Daten haben ausschließlich jene Mitgliedsbüros, von denen die Daten kommen. Mit Hilfe des neuen Tools erstellt das System automatisch Kundenattribute wie etwa „Kreuzfahrer“ oder „Cluburlauber“. Auch nach der typischen Anreiseart kann selektiert werden. Dadurch können zentral organisierte Werbekampagnen „ideal der passenden Zielgruppe zugeordnet werden“, so Geschäftsführer Oliver Grimsehl. Reisebüros haben auch immer die Möglichkeit, die automatische Kundenliste einer Aktion manuell zu bearbeiten. (sw)

TVG-Reisebüros: Per Digital Signage, Alexa und Whatsapp ran an den Endverbraucher



Sonnenklar-Reisebüro in der Berliner Kulturbrauerei

Die Münchner Reisebüro-Kette TVG hat die so genannten User Experience auf den Websites der Franchise-Büros optimiert und nun die Buchungstrecken auf die IBE von Traveltainment umgestellt. Im Newsletter-Tool wurden die Layouts flexibilisiert. Somit kann über eine Art Baukastenstruktur jeder Newsletter individuell gestaltet werden. Beim Digital Signage (Schaufenster-TV) wurden durch neue Templates die Bildanteile bei der Darstellung der Angebote erhöht. Dadurch sollen bei potenziellen Kunden mehr Emotionen geweckt

werden. Zudem wurden die Social-Media-Aktivitäten auf Instagram in das Schaufenster-TV integriert. Neue Projekte sind das Internet-Seiten-Tool Urlaubsradar sowie Amazon Echo. Mit Letzterem testet die Zentrale, ob und wie die Büros der Marken Sonnenklar und Flugbörse vom virtuellen Sprachassistenten Alexa profitieren können. Idee ist, Online-Surfer mit Hilfe von Alexa auf TVG-Büros in ihrer Nähe aufmerksam zu machen. Ebenfalls zielt der Urlaubsradar auf Urlaubssuchende im Internet ab: Er bietet Kunden auf den Websites von

Sonnenklar- und Flugbörse-Büros die Option, Vorschläge für passende Reiseangebote zu abonnieren und später auf der Reisebüro-Website oder stationär im Reisebüro zu buchen. Im nächsten Jahr geht es unter anderem um das weitere Optimieren der Websites, das Weiterentwickeln der Live-Beratung per Internet sowie um ein neues Format im Digital Signage: Getestet werden nun so genannte E-Plakate. Die B2B- und B2C-Kommunikation soll unter anderem um eine WhatsApp-Anwendung erweitert werden. (mg)

Deutscher Reising: Ein Euro pro Mailing-Adresse



Reisinger-Vorstand und Reisebüro-Inhaber Michael Walther

Der Deutsche Reisinger hält daran fest, das eigene Newsletter-System mit Hilfe von finanziellen Goodies auszuweiten: Für jede neue E-Mail-Adresse, die Reisebüros dem System hinzufügen, gibt es einen Euro. Um das Thema voranzutreiben, sind 2019 zudem Online-Schulungen geplant. Neben Seminaren zum Newsletter-Tool geht es darin auch um die Live-Beratung von Kunden via Internet.

Die zentral bezogenen Websites der Reisebüros wurden 2018 mit einem neuen Design versehen. Sie verfügen nun auch über die neueste Traveltainment-IBE und sind responsiv. Dies alles seien zum Teil nicht unerhebliche, aber nötige Investitionen, betont Reisinger-Vorstand Michael Walther. In Zeiten der Digitalisierung sei es unausweichlich, die Technik voranzutreiben und dies auch dem Kunden zu zeigen, so der Inhaber des Berliner Reisebüros Albatros.

Walther zufolge habe der Reisinger gute Erfahrungen damit gemacht, die technische Entwicklung selbst mit anzutreiben. So habe die Kooperation bei der Entwicklung von Bistro mitgewirkt und von Anfang an die Idee einer eigenen Vertriebsplattform verfolgt. Beides habe sich als richtig erwiesen. (mg)



Cockpit

MEHR FÜR SIE DRIN!

Weltweiter Content: Mit nur einer Flugabfrage bekommen Sie Tarife aus über 40 Ländern, allen GDS, Direktanbindungen & Low Cost!















