

AIDA: Advanced Analytics zur Messung der Kampagnenwirksamkeit

Projektziele

- Analyse des Einflusses durchgeführter Marketing-Kampagnen auf Reisebuchungen
- Identifikation und Analyse möglicher Auswirkungen von Marketingkampagnen auf weitere Kenngrößen des Revenue Managements
- Entwicklung einer statistischen Messgröße für die Wirksamkeit von Marketingkampagnen
- Erstellung einer Programmbibliothek mit der Software R für die Berechnung der statistischen Messgröße
- Analyse von Einflussgrößen auf die Erfolgswahrscheinlichkeit einer Kampagne
- Identifikation notwendiger Maßnahmen für die Umsetzung eines KI-gestützten Kampagnenmanagements

Kundennutzen

- Umfassendes Verständnis für durchgeführte Kampagnen und statistische Untersuchung bestehender Hypothesen zu Buchungsverläufen
- Messbarkeit der konkreten Wirkung einzelner Marketingkampagnen
- Gezieltere, effizienter und somit erfolgreichere Kampagnen durch die Identifikation der wichtigsten Einflussfaktoren
- Wissen um Kampagnen-Datenqualität und Schwächen des aktuellen Kampagnen-Monitoring
- Basis für weitere Analysen der statistische Messgröße für Kampagnengüte und erste Schritte für einen KI-Ansatz mit Machine Learning



Tobias Waack, Director Yield Management:

„Das Projektergebnis ermöglicht uns endlich einen fairen Vergleich zwischen den unterschiedlichen Vermarktungsformen. Dies wird unsere Abverkaufsplanung nachhaltig verändern und mit hoher Sicherheit die Effektivität steigern.“

Projektdetails

Projektdauer:	2 Monate
Anwender/ Projektbeteiligte:	Yield Management AIDA Cruises
Eingesetzte Methodik:	CRISP-DM, Statistik, Data Analytics