

# DIGITALE MARKTFORSCHUNG ALS BASIS FÜR DIE ANALYSE DER DIGITALEN CUSTOMER JOURNEY



Die digitale Marktforschung liefert Informationen entlang der (digitalen) Customer Journey. Hierzu bieten wir drei Bausteine an, die ein tieferes Verständnis der Website-Nutzer und der Gäste in Ihrer Destination ermöglichen. Insbesondere werden Informationen zu den Sinus-Milieus® bereitgestellt, die eine zukünftige Marktbearbeitung mit Hilfe dieses Zielgruppenmodells gestattet. Die Verbindung der Erkenntnisse aus den drei Bausteinen liefert zudem durch die Kooperation mit dem Sinus-Institut bisher nicht mögliche Insights über die Customer Journey der einzelnen Zielgruppen im Vergleich zu einem „Normalverlauf“ in den jeweiligen Milieus.

0

## GRUNDLAGEN: INTERNETNUTZER UND DIGITALE SINUS-MILIEUS®

Online sein ist heutzutage ein fester Bestandteil des Alltags der Menschen. Mithilfe der Digitalen Sinus-Milieus® werden die Menschen in ihrem Online-Verhalten beschrieben und die regelmäßigen Internetnutzer in der Bevölkerung werden den bekannten Sinus-Milieus® zugeordnet. Die Digitalen Sinus-Milieus® helfen, Online-Zielgruppen zu identifizieren, zu verstehen und anzusprechen.

1

## STRUKTURANALYSE DER WEBSITE-BESUCHER

Welche Zielgruppen besuchen Ihre Website? Dieser Baustein analysiert über einen ausgewählten Zeitraum die Nutzer Ihrer Website und liefert umfassendes Wissen zu Ihrer Besucherstruktur. Neben soziodemographischen Daten (Alter, Geschlecht, Einkommen etc.) erhalten Sie Erkenntnisse zu ausgewählten Produktinteressen und Einkaufspräferenzen der Besucher sowie das Wissen, zu welchen Sinus-Milieus® Ihre Website-Besucher zählen. Auf Basis dieser Informationen gestalten Sie Ihre Website entsprechend der Bedürfnisse Ihrer Besucher.

## Analyse der digitalen Customer Journey

### 0 Internetnutzer

Anteil der Internetnutzer und Verteilung der Digitalen Sinus-Milieus® (Index =100)



Wie viele der Internetnutzer besuchen Ihre Website?

Wie verändern sich die Milieu-Anteile zwischen den Internetnutzern und den Besuchern Ihrer Website?

### 1 Website-Besucher

Anteil der Internetnutzer, die Ihre Website besucht haben und Verteilung der Digitalen Sinus-Milieus® Ihrer Website-Besucher im Vergleich zu den Internetnutzern im Allgemeinen

## 2

## NACHQUALIFIZIERUNG VON ADRESSDATEN

Aus welchen Quellgebieten kommen Ihre Gäste? Und wie ist die Struktur Ihrer Gäste nach Sinus-Milieus®? Anhand der Nachqualifizierung von Anfrager- und Buchungsdaten auf Basis der jeweiligen Wohnortadressen lässt sich die Herkunft der Anfrager sowie der Buchenden ermitteln. Darüber hinaus analysiert dieser Baustein die Verteilung der Sinus-Milieus® der Anfragenden und der Buchenden auf Ihrer Website. Auch ein Vergleich der Sinus-Milieus®-Verteilung zur Gesamtbevölkerung wird vorgenommen. Die Ergebnisse ermöglichen Ihnen eine genaue Kenntnis Ihrer Gästestruktur sowie die Basis für die Weiterentwicklung der Gästeansprache im Marketing.



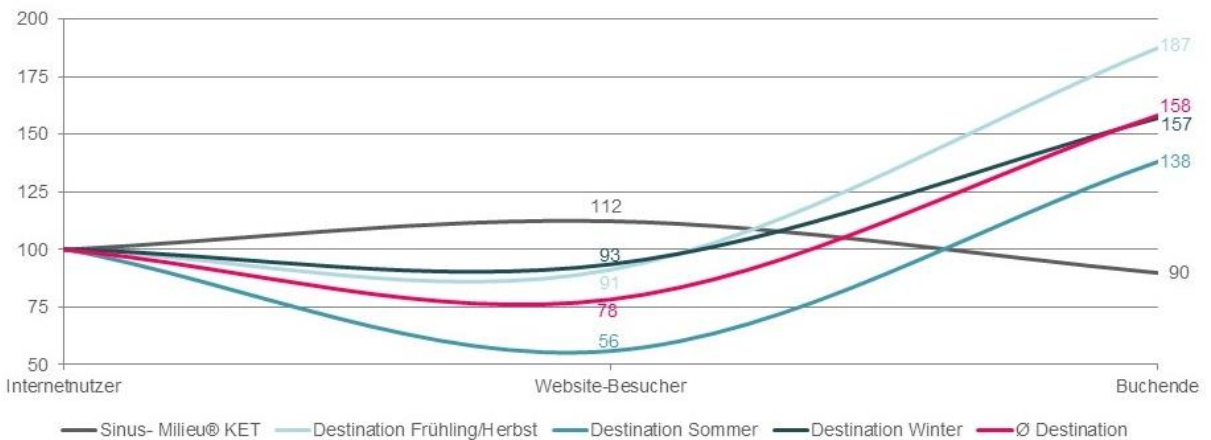
Wie viele Ihrer Website-Besucher werden zu Buchenden?

Wie verändern sich die Milieu-Anteile zwischen den Website-Besuchern und den Buchenden?

### 2 Buchende

Anteil der Website-Besucher, die einen Urlaub in Ihrer Destination gebucht haben und Anteile der Sinus-Milieus® unter den Buchenden

Beispiel für die Analyse der digitalen Customer Journey – Sinus-Milieu® der Konservativ-Etablierten (KET) für Destination X



Milieu-Anteile KET	Anteil Internetnutzer	Anteil Websitebesucher	Anteil Buchende
Frühling/Herbst	8%	7%	15%
Sommer	11%	6%	
Winter	9%	9%	
Mittelwert	9%	7%	

### Was die Grafik zeigt ...

- die Konservativ-Etablierten besuchen zu allen Jahreszeiten unterdurchschnittlich oft die Website der Destination X
- wenn sie jedoch auf die Website der Destination gelangen, haben sie eine überdurchschnittlich hohe Buchungsaffinität
- **Schlussfolgerung** für die Destination X: Um eine noch höhere Buchungsquote der Konservativ-Etablierten zu erreichen, sollte die Destination die gezielte Ansprache des Milieus ausbauen, sodass die Konservativ-Etablierten die Website der Destination finden. Sind die auf die Website gekommen, haben sie eine hohe Buchungsaffinität.

Wie wird Ihre Website von (potenziellen) Gästen wahrgenommen? Welche Inhalte fehlen oder können aus Sicht Ihrer Zielgruppen verbessert werden? Mit einer Onsite-Befragung, d.h. einer Befragung direkt auf Ihrer Website, werden die tatsächlichen Besucher Ihrer Website erreicht und deren Beurteilung der Website im Hinblick auf die Informationsbereitstellung erhoben. Die Ergebnisse dienen der Weiterentwicklung Ihrer Online-Inhalte, um Ihre (potenziellen) Gäste zielgruppengerecht ansprechen zu können. Darüber hinaus kann mithilfe einer Onsite-Befragung das Reiseverhalten der Website-Besucher, deren Planungen hinsichtlich eines Besuches Ihrer Destination sowie zugehörigen Sinus-Milieus® der Besucher ermittelt werden.

### Mit den Bausteinen der Digitalen Marktforschung finden Sie heraus ...

- ... wie die Struktur Ihrer Website-Besucher sowie Ihrer Gäste ist, auch im Hinblick auf die Verteilung der (Digitalen) Sinus-Milieus®.*
- ... an welchen Stellschrauben Sie drehen können, um mehr Gäste auf Ihre Website zu ziehen und höhere Buchungsquoten zu erzielen.*
- ... welche Informationen Sie wie auf Ihrer Website darstellen können, um Ihre Zielgruppen zu erreichen.*
- ... und vieles mehr.*



## METHODIK DER BAUSTEINE IM ÜBERBLICK

### Strukturanalyse der Website-Besucher

- Messung der Webseitennutzung mittels Zählpixel über einen ausgewählten Zeitraum
- Nutzerbeschreibung durch statistische Modelle und Benchmarking dieser profilierten Nutzerstruktur mit einer zufällig ausgewählten Kontrollgruppe
- Bereitstellung eines Reports mit den Ergebnissen der Messung und Interpretation der Daten

### Nachqualifizierung von Adressdaten

- Adressaufbereitung und ggf. Stichprobenziehung
- Erstellung einer Kundendichtekarte auf Kreisebene anhand der vorliegenden Adressdaten
- Auszählung der dominanten Sinus-Milieus® für alle Kundenbuchungen deutschlandweit und Profilierung der Kunden über die dominanten Sinus-Milieus® im Vgl. zur Gesamtbevölkerung

### Onsite-Befragung der Besucher

- Bereitstellung eines Layers zur Weiterleitung auf die Befragung, der auf der Webseite eingebunden wird
- Bereitstellung eines Standardfragebogens inkl. Sinus-Abfrage
- Auswertung von bis zu 1.000 Interviews inkl. Überwachung des Rücklaufs

Gerne stellen wir Ihnen die Bausteine unserer Digitalen Marktforschung in einem persönlichen Gespräch im Detail vor und fertigen Ihnen ein individuelles Angebot an. Sprechen Sie uns gerne an!

#### Kontakt

Jurriën Dikken  
Europäisches Tourismus Institut  
Tel.: +49 40 419 23 96 26  
E-Mail: [dikken@eti-institut.de](mailto:dikken@eti-institut.de)