



# ERFOLGSGESCHICHTE

## NESSELWANG

### Wie sich eine kleine Destination im Allgäu der digitalen Transformation nähert

#### Ausgangslage

Nesselwang ist ein kleiner Ort mitten im Allgäu, umgeben von steilen Bergen, grünen Wiesen und blauen Seen. Ein idealer Urlaubsort also für Groß und Klein. Aufgrund der Größe der Destination steht die Marketingabteilung von Nesselwang jedoch vor typischen Herausforderungen. Neben einer dünnen Personaldecke und traditionellen Strukturen haben sie auch mit größeren Destinationen zu kämpfen, die im direkten Wettbewerb zu ihnen stehen. Alt bewährte Marketingstrategien sind bei Nesselwang an der Tagesordnung, diese sehen aber kaum bis keine Kommunikation zu bereits dagewesenen beziehungsweise potenziellen Gästen vor. Der engagierte Tourismusdirektor hat das Problem erkannt und es beim Schopf gepackt. Mit Hilfe von Wilken hat Nesselwang es geschafft, dass auch eine kleine Destination die Herausforderungen der Digitalisierung meistern kann.

#### Projektziele

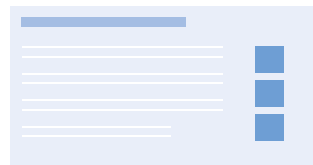
Nesselwang setzte sich als Ziel, ihre **Gästeansprache zu verbessern** und zu individualisieren. Angepasst an die Bedürfnisse und Interessen der Gäste, wollten sie **passende Marketingkampagnen verschicken** können und dadurch sowohl ihre **Servicequalität** als auch ihre **Auslastungen steigern**.

1



Gästeansprache verbessern

2



passende Marketingkampagnen verschicken

3



Servicequalität und Auslastung steigern

## Umsetzung

Um ihre Gästeansprache zu verbessern, muss Nesselwang die Ressourcen, die sie haben, besser nutzen. Dazu gehören zum Beispiel die brachliegenden Daten aus ihrem Informations- und Reservationssystem, die vor Projektbeginn noch kein einziges Mal genutzt wurden. Diese wurden bereinigt, angereichert und in die Wilken E-Marketing Suite eingespielt, sodass Nesselwang nun eine zentrale Datenbank mit über 50.000 Adressen (dazu gehören Daten von Gästen, Partnern, Lieferanten, Medien, etc.) hat.

Dank der Reporting-Funktion in der E-Marketing Suite können sie auf Knopfdruck Berichte erstellen lassen, um zum Beispiel zu sehen, wie viele Personen ein Prospekt über ihre Website bestellt haben. Durch das Reporting entsteht der wesentliche Vorteil, dass Marketingentscheidungen auf nachweisliche Fakten gestützt werden können.

Zusätzlich zur Zentralisierung der Daten wurden möglichst automatisierte Kampagnen eingerichtet, da die wenigen Mitarbeiter nicht die Zeit haben, Kampagnen selbst zu erstellen. Entschieden hat man sich für Transaktionskampagnen, die vorher innerhalb eines Customer Journey Workshop zusammen mit der Marketingabteilung designt wurden. So wird beispielsweise eine Kampagne ausgelöst, sobald jemand eine Prospektbestellung vorgenommen hat.



Die Wilken E-Marketing Suite ist im Kern eine Profilierungs-Engine, die als server- und webbasiertes BackEnd-System Verhaltensdaten aus digitalen Kampagnen (Newsletter, Apps) sowie anderen Datenquellen sammelt und personenbezogenen Datensätzen zuweist. So entstehen - automatisiert - profilierte Kontaktdaten, die von der E-Marketing Suite ähnlich einem CRM geführt und genutzt werden. Ziel ist es, auf Basis der jeweiligen Interessen, personenbezogenen und individualisierten Content automatisch und vor allem zeitlich und inhaltlich passend bereitzustellen.

»Die E-Marketing Suite ist ein ganz wichtiges Hilfsmittel für unseren Marketing-Mix. Mit ihr setzen wir unser Budget gezielter und wirkungsvoller ein als zuvor. Die persönliche und interessenbezogene Ansprache wird von unseren Kunden außerdem sehr geschätzt.«

Joas Pirmin | Leiter Tourist-Information, Nesselwang Marketing GmbH

