

Effiziente Kundenbindung und Umsatzsteigerung bei alltours

Die Schober Information Group unterstützt mit der udo Plattform bei der Automatisierung von Marketingprozessen

Stuttgart, 27.02.2025 – Der Reiseveranstalter alltours hat die Schober Information Group Deutschland GmbH beauftragt, ihre **datenbasierte Marketingplattform udo** weiterzuentwickeln, um bestehende Kundendaten zu strukturieren und zu konsolidieren sowie gezielte Marketingkampagnen automatisiert zu ermöglichen. Das Ziel: Bestandskundenbeziehungen zu stärken und Cross-Selling Umsätze zu erhöhen.

Die Data-Governance- und Customer-Data-Plattform von Schober namens udo wurde somit an die spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen von alltours angepasst. Bereits nach kurzer Zeit erhielt alltours eine **maßgeschneiderte Lösung**, um E-Mails mit diversen Marketing- und Vertriebszielen automatisiert zu versenden. Eine **KI-basierte Zielgruppenselektion** sorgt für **präzise Kampagnen**, die auf das jeweilige Kundenverhalten abgestimmt sind.

Kundenziele und die Lösung: Effiziente Datennutzung und gezielte Ansprache

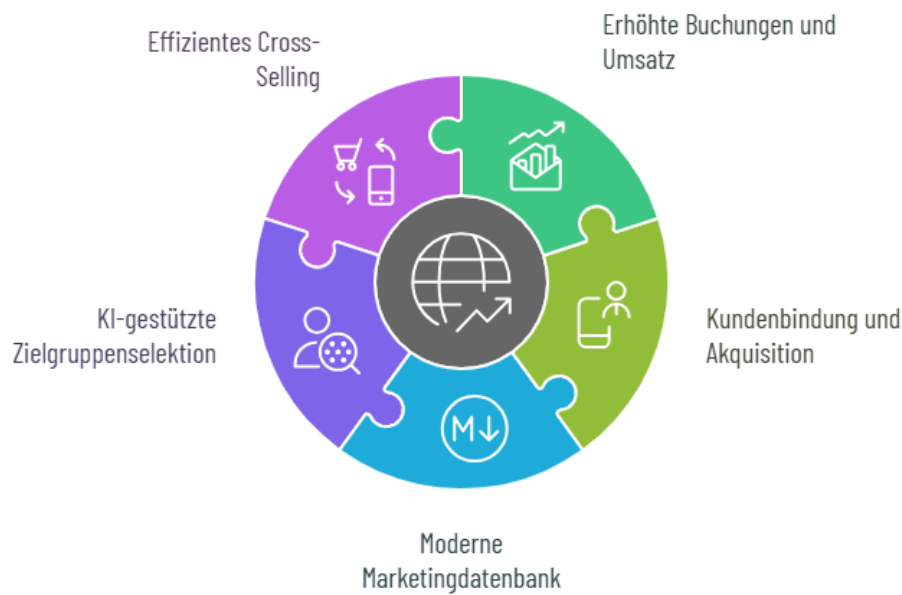
alltours wollte unter anderem bessere Einblicke in das generelle Buchungsverhalten bezüglich Reisehäufigkeit und Reiseart erhalten, um seinen Kunden bessere Angebote maßschneidern zu können. Zusätzlich sollten inaktive Kunden reaktiviert und die Nutzung der alltours-App gesteigert werden.

Die Lösung bestand aus der individuellen Anpassung von udo in den Bereichen Datenkonsolidierung mit dahinterliegender Datenbank, Datenbereinigung und -veredelung sowie genereller Datenpflege. Mit dem in udo integrierten Datenuniversum, das 58 Millionen Konsumentendaten mit zahlreichen Merkmalen umfasst, können die alltours-Daten gezielt mit wertvollen Zusatzinformationen angereichert werden. Dies ermöglicht nicht nur sofortige und umfassende Einblicke in die eigenen Kunden und Interessenten, sondern auch eine präzise Kundensegmentierung. Darüber hinaus liefert die Plattform wertvolle Erkenntnisse zu Themen wie Reisedauer, Buchungszeitpunkten und den durch die Corona-Pandemie veränderten Buchungsgewohnheiten.

Der Mehrwert für alltours: Nachhaltiger Geschäftserfolg durch moderne Marketingdaten



Die Einführung von udo bringt alltours zahlreiche Vorteile:



- **Mehr Buchungen und Umsatz:** Dank gezielter E-Mail-Kampagnen, die auf Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind, wurden bereits Buchungszahlen und Umsatz gesteigert.
- **Kundenbindung und Neukundengewinnung:** Personalisierte Ansprachen helfen, Bestandskunden zu stärken und inaktive Kunden erfolgreich zurückzugewinnen.
- **Moderne Marketingdatenbank:** Als datenbasierte Plattform ermöglicht udo eine vollautomatisierte Kampagnensteuerung und schnelle Anpassungen in Echtzeit.
- **KI-gestützte Zielgruppenselektion:** Die in udo verankerten Machine Learning Algorithmen können dank des integrierten Schober Datenuniversums auf eine relevantere Datenbasis zurückgreifen. Durch die präzisere Segmentierung können Kampagnen noch wirkungsvoller gestaltet werden.
- **Effizientes Cross-Selling:** In udo automatisierte Kampagnen ermöglichen Cross-Selling-Angebote wie Reiseversicherungen, die als zusätzlicher Umsatztreiber wirken.

„Durch die Zusammenarbeit mit der Schober Information Group konnte alltours das Kundenmanagement spürbar optimieren und eine flexible, automatisierte Lösung aufbauen, die Umsatz und Kundenzufriedenheit nachhaltig steigert“, so Dr. Georg Welbers, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei alltours. Martin Brahm, Geschäftsführer der Schober Information Group, ergänzt: „Wir freuen uns sehr über die erfolgreiche Zusammenarbeit mit alltours und sehen noch viel Potenzial für die Weiterentwicklung und Optimierung der Marketingprozesse.“

Mit dieser Partnerschaft zeigen Schober und alltours, wie datenbasierte Lösungen die Effizienz und Effektivität moderner Marketingstrategien nachhaltig steigern können. Mehr Informationen unter www.schober.de

