



Onlineweg nutzt Machine Learning, um Reisetrends zu erkennen, Übersichtseite mit den Flex-Tarifen der Reiseveranstalter

Die onlineweg.de Touristik GmbH startet mit Machine Learning und erkennt Reisetrends bereits vor Buchung, Freischaltung einer Übersicht der Veranstalter Flex-Tarife auf allen Partnerseiten

München 24.03.2021 – onlineweg startet zur Erkennung von Reisetrends mit Machine Learning und setzt damit neue Maßstäbe: Machine-Learning, kurz ML genannt ist ein Oberbegriff für die „künstliche“ Generierung von Wissen aus Erfahrung. Ein künstliches System lernt aus Beispielen und kann diese nach Beendigung der Lernphase verallgemeinern. Dazu bauen Algorithmen beim maschinellen Lernen ein statistisches Modell auf, das auf Trainingsdaten beruht.

Onlineweg nutzt diese Technologie, um Urlaubswünsche der Kunden und damit entstehende Reisetrends bereits frühzeitig während der Suche in den Buchungsstrecken zu erkennen und darauf zu reagieren. Viele touristische Anbieter werten die Daten erst nach der Buchung aus - durch die Zusammenarbeit mit Amadeus Leisure IT und Nutzung von deren Webservices ist es onlineweg unter anderem möglich, die Daten aus den Suchparametern bereits bei Eingabe durch den Kunden datenschutzkonform zu speichern und so auszuwerten.

Ab sofort stehen diese Daten auch jedem onlineweg-Partner im Agenturbereich zur individuellen Auswertung zur Verfügung. Das Reisebüro hat so einen direkten Rückkanal aus seiner Partnerseite und erkennt bereits ohne dass dafür erst Buchungen eingehen müssen, was seine Kunden suchen und kann so zum Beispiel Angebote zu oft nachgefragten Hotels direkt auf die Startseite seiner Website platzieren.

Die Informationen werden mit kurzer Zeitverzögerung jeweils für die letzten 24 Stunden und die letzten 7 Tage aufbereitet. Zusätzlich profitiert der einzelne onlineweg-Partner auch vom Gesamtnetzwerk und hat Zugriff auf die Gesamtdaten von onlineweg und kann diese auswerten.

In einem nächsten Schritt werden diese Auswertungen genutzt, um dem Kunden automatisiert bereits während der Suche in den Buchungsstrecken Angebotsempfehlungen zu geben und ihn bei der Auswahl seines Traumurlaubs zu unterstützen.

„Mittelständische Firmen sehen Machine Learning vor allem als Werkzeug, um die Kundenorientierung und den Kundenservice zu optimieren und setzen auf verhaltensbasierte Prognosen und die Identifizierung von Zielgruppen, genau hier sehen wir auch das Werkzeug für unsere Partner-Reisebüros,“ betont René Hanika, CIO und Chef-Programmierer bei onlineweg.

Darüber hinaus stellt onlineweg auf den Seiten der Reisebüropartner eine Landingpage mit der Übersicht aller verschiedenen Flex-Tarife der jeweiligen Reiseveranstalter zur Verfügung und verlinkt diese Informationen auch innerhalb der Buchungsstrecken.

„Aufgrund der teils unübersichtlichen Regeln der Veranstalter erhält der Kunde so die Möglichkeit, bei der Auswahl des gewünschten Reiseangebots direkt aus der Buchungsstrecke gezielt eine Nachricht an das Partnerbüro zu senden, um vor Buchung die Flex-Tarif Bedingungen im Detail zu klären. In der E-Mail an das Reisebüro ist auch der Deeplink zum genauen Angebot hinterlegt, so dass unser Partnerbüro mit nur einem Klick sehen kann, auf welches Angebot sich der Kunde bezieht,“ freut sich Geschäftsführerin Melanie Willer und betont: „Beide innovative Neuerungen stehen unseren Partnerbüros kostenfrei zur Verfügung!“



Informationen zu onlineweg:

Hinter onlineweg steht die 2002 gegründete onlineweg.de Touristik GmbH aus München. Seit dem vernetzt onlineweg die Offline- und Onlinewelten von Reisebüros und sind mit über 1.325 Kunden in Deutschland und Europa Marktführer für professionelle Internet-Komplettlösungen für Reisebüros.

Über das Netzwerk der onlineweg.de Touristik GmbH findet der Urlauber eine Vielzahl an individuell auf das Reisebüro zugeschnittene Webseiten mit der einzigartigen Kombination einer hoch entwickelten professionellen Onlineplattform und der flächendeckenden Beraterkompetenz von Tausenden Reisebüro-Experten vor Ort.