

Wettbewerbsvorteile durch Online Content Mining

Gut informierte Reisende berücksichtigen Kundenbewertungen aus dem Internet bei der Planung ihrer Reise. Dem Urlauber stehen Millionen von Reiseberichten zur Verfügung, in denen sowohl zufriedene als auch unzufriedene Urlauber ihre Erfahrungen beschreiben. Diese Informationen sind jedoch nicht nur für Reisende interessant, sondern auch für die Touristikkonzerne, Fluggesellschaften oder Serviceanbieter aus dem Tourismussektor. Dieser Beitrag fokussiert auf den Kreuzfahrtsektor und zeigt, wie Unternehmen moderne Online-Content-Mining-Technologien einsetzen können, um Kreuzfahrtberichte gezielt zu erfassen und auszuwerten. Außerdem wird verdeutlicht, welche Wettbewerbsvorteile (z.B. verbesserte Kundensegmentierung, zielgerichtetes Marketing, kundenorientierte Produktentwicklung) durch die Nutzung der gewonnenen Informationen generiert werden können. Zum besseren Verständnis der vorgestellten Technologie wird der grundlegende Ablauf der Erfassung, der Analyse und der Darstellung von Reiseberichten erläutert. Anhand einer Studie, in der 57 Internetseiten mit Kreuzfahrtberichten systematisch untersucht wurden, wird sichtbar, dass die im Internet verfügbaren Kreuzfahrtberichte für eine automatische Erfassung und Auswertung grundsätzlich geeignet sind. Im zweiten Teil des Beitrags werden die verschiedenen Einsatzbereiche des Online Content Mining zielgruppenspezifisch für Werften und Schiffsbauer, Kreuzfahrtsanbieter, Reseller sowie Schiffsfinanzierer und Fonds zur Schiffsbeteiligung dargestellt. Neben einer Diskussion verschiedener Stärken und Schwächen der Technologie werden außerdem konkrete Handlungsempfehlungen für ihren Einsatz gegeben. Der Beitrag schließt mit einem Ausblick auf die Trends der Online-Content-Mining-Technologie für die nächsten Jahre.

Inhaltsübersicht

- 1 Kreuzfahrtbewertungen im Web 2.0 – eine Einführung
- 2 Technik im Überblick
- 3 Wettbewerbsvorteile realisieren durch Online Content Mining
- 4 Handlungsempfehlungen für den Kreuzfahrtsektor
- 5 Technik und Prozesse von morgen und übermorgen – ein Ausblick
- 6 Literatur

1 Kreuzfahrtbewertungen im Web 2.0 – eine Einführung

Führende Anbieter von Reisebewertungen im Internet bewerben ihren Content als »Authentische Eindrücke von Urlaubern für Urlauber«. Potenziellen Urlaubern stehen Millionen von Hotelbewertungen, Schiffsbewertungen sowie private Reisevideos und -fotos zur Verfügung (vgl. beispielsweise www.holidaycheck.de mit 1.049.139 Hotelbewertungen, Stand 01.07.2009). In Reiseforen diskutieren überwiegend unzufriedene, aber auch mehr und mehr zufriedene Urlauber über die Lust und den Frust des Verreisens. Das Internet und insbesondere das Web 2.0 stellt Reisenden eine technologische und soziale Plattform zur Verfügung, um detaillierte Informationen über ihre Reiseerfahrungen zu veröffentlichen. Die erfassten Erfahrungen stehen wiederum anderen Reisenden, z.B. für ihre Urlaubsplanung, zur Verfügung. Allerdings stellen diese Informationen nicht nur eine interessante Quelle für andere Reisende dar, sondern auch für die Reiseanbieter selbst. Hoteliers, Reiseveranstalter oder Kreuzfahrtsanbieter erhalten durch den Zugriff auf die Reisebewertungen die Möglichkeit, die Meinungen ihrer Kunden