

ONLINE CONTENT MINING TECHNOLOGIES FOR THE CRUISE INDUSTRY: State-of-the-Art and Acceptance

Karsten Sohns

Michael H. Breitner

Leibniz Universitaet Hannover, Germany

Alexis Papathanassis

Bremerhaven University of Applied Science, Germany

ABSTRACT: Online reviews of hotels are widespread on the Internet. In addition to writing reviews about hotels, travellers also review cruises. Cruise operators could analyze online cruise reviews with the help of state-of-the-art online content mining (OCM) technologies and use the results to enhance their marketing intelligence and quality management. The potential of such technologies is ultimately dependent on their acceptance by cruise managers. Hence, a model of predicted acceptance of OCM technologies is proposed. The model is based on existing technology acceptance models and was developed based on 19 in-depth interviews with decision-makers from the cruise industry. **Keywords:** Technology Acceptance, Web Mining, Opinion Mining, Online Content Mining, Cruise Industry.

RESUMEN: Las revistas online de hostelería proliferan en Internet. Además de comentarios sobre hoteles, los viajeros también comentan sobre Cruceros. Los operadores de cruceros pueden analizar los comentarios online de sus clientes, con recurso a técnicas de recuperación de contenidos online (RCO), y usar esos resultados para la mejora de sus sistemas de información de marketing y la gestión de la calidad. El potencial de esta tecnología depende decisivamente de su aceptación por parte de los gestores de cruceros. En ese sentido, el presente estudio presenta un modelo de predicción de la aceptación de las técnicas RCO. El modelo propuesto se basa en otros modelos de aceptación de tecnologías, y fue desarrollado con base en 19 entrevistas de profundidad a decisores de la industria de cruceros. **Palabras clave:** Aceptación de tecnologías, Web Mining, Opinion Mining, Recuperación de contenidos Online, Industria de Cruceros.

RESUMO: As revistas online de hotelaria proliferam na Internet. Além de comentários sobre hotéis, os viajantes também comentam sobre Cruzeiros. Os operadores de cruzeiros podem analisar os comentários online dos seus clientes, com recurso a técnicas de recuperação de conteúdo online (RCO), e usar esses resultados para melhorar os seus sistemas de informação de marketing e a gestão da qualidade. O potencial desta tecnologia depende decisivamente da sua aceitação por parte dos gestores de cruzeiros. Nesse sentido, o presente estudo apresenta um modelo de predição da aceitação das técnicas RCO. O modelo proposto baseia-se em

Karsten Sohns: Institut für Wirtschaftsinformatik, Leibniz Universitaet Hannover, Germany. Author's contact: sohns@iwi.uni-hannover.de

Michael H. Breitner: Institut für Wirtschaftsinformatik, Leibniz Universitaet Hannover, Germany. Author's contact: breitner@iwi.uni-hannover.de

Alexis Papathanassis: Cruise Research Society, Bremerhaven University of Applied Science, Germany. Author's contact: apapathanassis@hs-bremerhaven.de