

Visit Andorra

Customer Success Story



Das Fürstentum Andorra ist eine kleine unabhängige Nation, die in den Pyrenäen zwischen Frankreich und Spanien liegt. Seine Wirtschaft ist stark vom Tourismus abhängig: 8,5 Millionen Besucher jährlich machen etwa 50% des BIP des Fürstentums aus. Die Tourismusorganisation Visit Andorra führt jedes Jahr große Winter- und Sommermarketingkampagnen sowie drei kleinere Marketingkampagnen durch, darunter eine für den im Land ansässigen Cirque du Soleil.

Warum Ibexa DXP?

Ibexa DXP ist eine robuste Plattform mit einem zuverlässigen Partner, so dass der Kunde darauf bestand die nächsten Schritte mit Ibexa DXP zu unternehmen. Migrationsprojekte können eine Herausforderung sein, aber die Legacy Bridge und die Unterstützung durch ihre digitale Agentur Inifinitum Digital (Microblau Group) machten den Wechsel reibungslos.

Die fortschrittlicheren Funktionalitäten der Ibexa DXP ermöglichen eine größere und vielseitigere Personalisierung. Gezielte Inhalte, ein dynamischer Reisekonfigurator sowie ein Fokus auf SEO steigern die Besucherzahlen, senken die Absprungraten und binden die Besucher an die Marke Andorra.

Mit Ibexa DXP können wir unsere potenziellen Kunden erreichen und ihre Online-Erlebnisse personalisieren, um ihren Interessen in Andorra gerecht zu werden.

Xavier Gallego, Head of IT and Digital Projects, Visit Andorra



Herausforderungen

- Verbesserung der Customer Journey
- Genauere und dynamischere Segmentierung
- Verwaltung von mehrsprachigen internationalen Kampagnen
- Reduzierung der Bounce-Rate
- Steigerung des SEO-Traffics
- Cloud-Migration



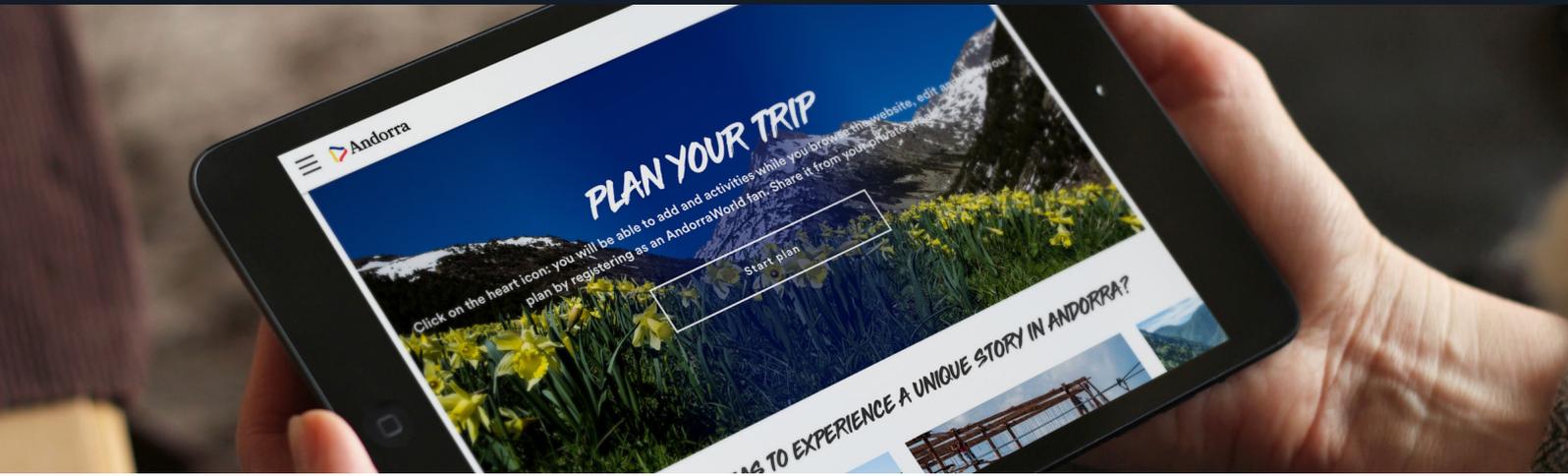
Projektübersicht

- New Look & Feel
- CRM-Verknüpfung mit Ibexa DXP durch Ibexa API Konnektoren
- Aktualisieren von zielspezifischem Inhalt zur Verbesserung der SEO-Strategie
- Besucher und Inhalte segmentieren
- Reisekonfigurator mit Symfony erstellen
- Aufbau eines privaten Benutzerbereichs mit Mehrwertinhalten
- Migration der Webseite von eZ Publish auf Ibexa DXP mit Legacy Bridge



Unternehmensvorteile

- Unterstützung für fünf jährliche Marketingkampagnen in 10 Märkten und neun Sprachen
- 1,2 Millionen neue Benutzer auf der Plattform 2019, was einem Wachstum von 45% im Jahresvergleich entspricht
- Größeres Besucherengagement und geringere Absprungrate durch Personalisierung Besucher können Aktivitäten planen, ohne sich anzumelden
- Andorra World Fan Community-Plattform schafft reichhaltigere Kundenprofile



Andorra zieht mit einer neuen Webseite und personalisierten Erlebnissen mehr Besucher an

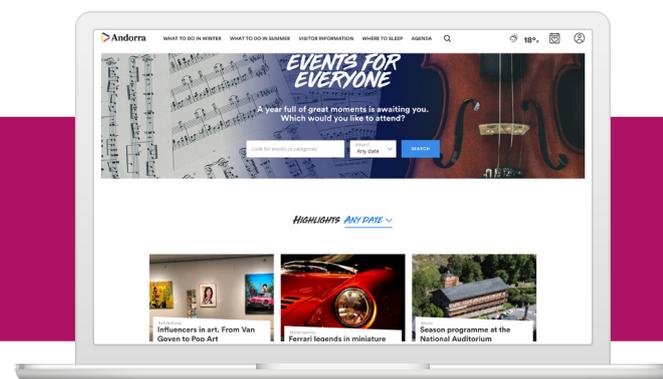
Die Wirtschaft Andorras ist eng mit dem Tourismus verbunden, daher muss sich das Fürstentum auf dem Markt abheben und ständig innovative Wege finden, um Besucher zu gewinnen und zu begeistern. Personalisierung, ein breit angelegtes internationales Kampagnenmanagement und eine leistungsfähigere SEO-Strategie sind die wichtigsten Triebfedern des Digital-First-Marketing-Ansatzes.

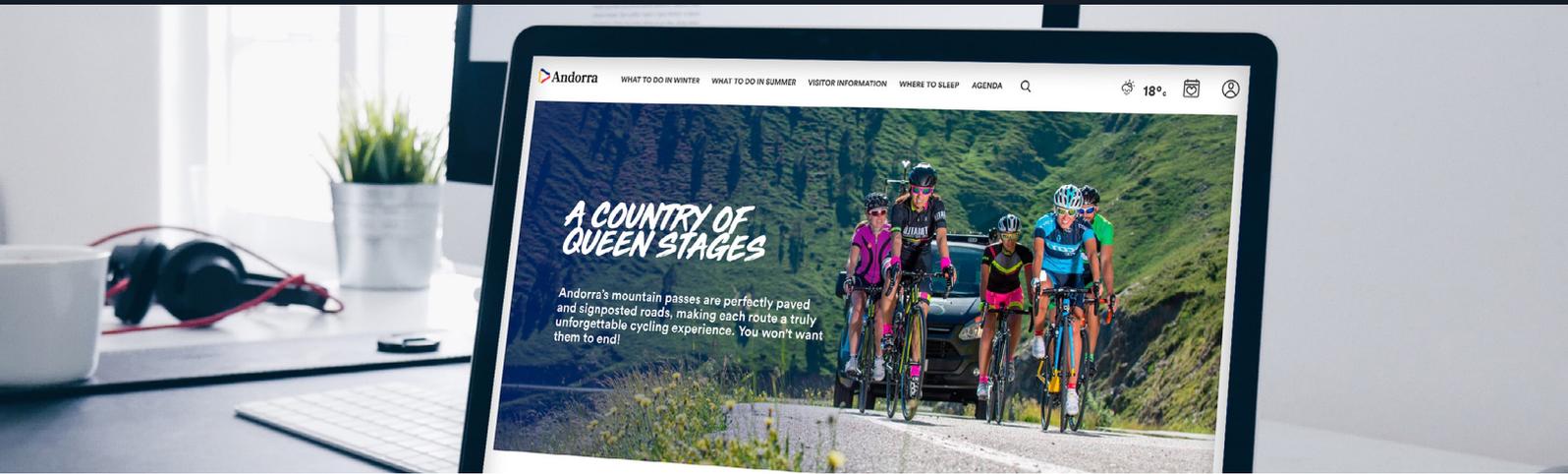
Den Ansatz und die Philosophie des Projekts fasst Xavier Gallego, Leiter der Abteilung IT und digitale Projekte bei Visit Andorra, zusammen. "Wir arbeiten hart daran, den Ansatz unserer Kunden zu erkennen und wollen jedes Besuchererlebnis so weit wie möglich personalisieren. Die Hauptidee ist die Überwindung des Konzepts eines globalen Internetnutzers", sagt Gallego. "So etwas wie einen typischen Internet-Nutzer gibt es nicht."

Dieser weitreichende Ansatz erforderte eine flexible, facettenreiche Plattform. So wurde beschlossen, die Tourismuswerbungs-Website visitandorra.com von eZ Publish auf Ibexa DXP zu migrieren. Diese Migration ist im Gange, und im Jahr 2020 wird die alte Admin-Benutzeroberfläche vollständig ersetzt werden. "Rückwärtskompatibilität ist sehr wichtig für Projekte, die Bestand haben müssen". Visit Andorra hat in den letzten acht Jahren seine digitale Strategie mit der Technologie von Ibexa weiterentwickelt.

Dieses Personalisierungsprojekt ist ehrgeizig. Der erste Schritt bestand darin, das Identifikationsmodul der Ibexa DXP mit dem bestehenden Customer Relationship Manager-System von visitandorra.com zu verbinden. Visit Andorra hat etwa 600.000 registrierte Benutzer, so dass die Datenbank umfangreich ist. "Wir haben die gesamte Erweiterbarkeit und den API-Ansatz der Ibexa DXP genutzt, um die Systeme zu verbinden und so eine reibungslose Kundenreise zu ermöglichen", erklärt Gallego.

Visit Andorra hat in den letzten acht Jahren seine digitale Strategie mit Hilfe der Ibexa DXP entwickelt.





Im Laufe des Jahres 2020 wird das Profiling für Besucher, die sich einloggen, als ein Segment im System identifiziert werden. Um darauf aufzubauen, arbeitet Visit Andorra mit dem Customer Success Team von IbeXa - und natürlich mit den Personalisierungsfunktionen der Plattform - zusammen, um Personas auf der Grundlage dieser Besuchersegmente zu erstellen und hochgradig zielgerichtete Inhalte anzubieten, um die Konversion zu steigern.

Wenn Sie möchten, dass Besucher Ihr Land besser kennen lernen, müssen Sie Ihre Besucher kennen lernen. Nicht alle Touristen gehen in den Winterurlaub, um zum Beispiel Ski zu fahren - viele werden nach einem Winterkuraufenthalt oder einer Kombination aus beidem suchen. Für einige Skifahrer sind Unterkünfte und Restaurants zweitrangig, für andere hingegen ist ein feines Essen oder eine Reflexzonenbehandlung nach einem Tag auf der Piste ein entscheidendes Element ihres Urlaubs. Und natürlich werden Reisende mit Kindern ganz andere Prioritäten haben als jüngere Touristen oder Touristen im Ruhestand.

Ein Projekt, das im vergangenen Jahr abgeschlossen wurde, befasst sich mit dieser Frage der Wahlmöglichkeiten und Optionen. Die Webseite verfügt nun über einen vielseitigen und effektiven Reisekonfigurator mit dem offenen Standard Symphony. "Sie können die Tage für Ihren Aufenthalt wählen, sowie die gewünschten Aktivitäten. All diese Aktivitäten können Sie buchen und anpassen", erklärt Gallego.

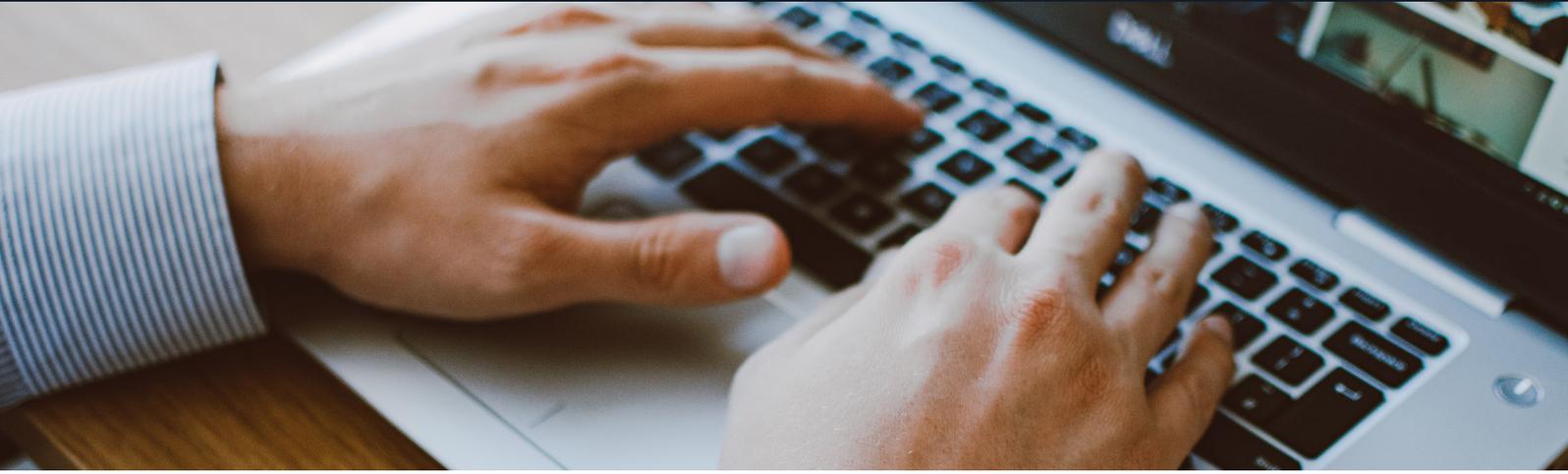
"Die Auswahl von kulturellen Aktivitäten und Aufenthaltsorten, Restaurants, Aktivitäten innerhalb von Museen - die flexible Auswahl all dieser Informationen gibt Ihnen die Möglichkeit, einen sehr persönlichen Zeitplan für Ihren Aufenthalt in Andorra zu erstellen".

Besucher können mit dem Konfigurator herumspielen, ohne sich registrieren zu müssen - sonst ein Hindernis für Interaktionen. Der spielerische Aspekt der Funktionalität (wie auch ihr offensichtlicher Nutzen) besteht darin, Besucher über diese Barriere zu bringen.

Sie registrieren sich, um ihren Reiseplan zu speichern und ihn möglicherweise mit den Redakteuren der Webseite zu teilen. An dieser Stelle wird es interessant, denn die Reisepläne verraten viel über den Geschmack und die Vorlieben der verschiedenen Personas. "Redakteure können die Zeitpläne nutzen, um Trends zu erkennen und vordefinierte Reisekonfigurationen für bestimmte Segmente zu erstellen", sagt Gallego. Besucher können ihre Konfigurationen mit anderen (registrierten) Benutzern im privaten Community-Bereich, Andorraworld Fan, teilen. Diese Erfahrung des Teilens und Vergleichens von Reiseplänen steigert das Engagement für die Marke Andorra.

Sie können die Tage für Ihren Aufenthalt auswählen, sowie die gewünschten Aktivitäten. Diese können Sie ganz einfach buchen und anpassen, wodurch Sie die Möglichkeit haben, einen sehr persönlichen Zeitplan für Ihren Aufenthalt in Andorra zu erstellen.

Xavier Gallego,
Head of IT and Digital Projects, Visit Andorra



Die intelligente Lokalisierung ist ein weiterer Aspekt der Suche nach dem einzelnen Besucher. Wenn Sie zu visitandorra.com mit einer IP-Adresse mit Sitz in Frankreich kommen, ist die Website auf Französisch. Für verschiedene Märkte gibt es unterschiedliche Strategien.

Im Januar wird ein spanischer Besucher auf visitandorra.com eine Homepage mit der Winterkampagne sehen, während einem Besucher in Russland bereits das Angebot an Sommerzielen und Aktivitäten in Andorra vorgestellt wird. Dies spiegelt die praktische Realität wider, dass die meisten russischen Touristen einige Zeit brauchen würden, um eine Reise in die Pyrenäen zu planen - und im Januar werden sie genug Schnee gesehen haben.

Der SEO-Traffic neigt dazu, besser zu konvertieren als Besuche, die durch Pay-per-Click generiert werden. Visit Andorra hat hart daran gearbeitet, seine SEO-Strategie zu optimieren - 40% der Besuche sind organisch, und die Besucher bleiben länger. Bounce-Raten und SEO-Traffic können entscheidender sein als der Haupttraffic, und auch das verbessert sich.

Im Allgemeinen zog die Webseite 2019 im Vergleich zu 2018 46 % mehr Besucher an. "Die Absprungrate sinkt, sinkt, sinkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass wir die allgemeinen Kundenerlebnisse und die spezifischen Kundenreisen verbessert haben", so Gallego.

Ein wichtiger Aspekt des Projekts ist die Einführung der Ibexa Cloud, da die Vor-Ort-Architektur von Visit Andorra nicht flexibel genug war, um die ständige Weiterentwicklung zu bewältigen.

"Normalerweise haben wir mehr als ein laufendes Projekt", erklärt Xavier Gallego. "Manchmal haben wir vier oder fünf Entwickler, die an verschiedenen Projekten arbeiten", erzählt Xavier Gallego. Mit Ibexa Cloud ist es einfach, verschiedene Versionen zu haben, einen Zweig der Entwicklung zu erstellen und diesen Zweig zusammenzuführen, Links zu senden und verschiedene Dinge an die Teams in Andorra zu testen. Und zu implementieren, wann immer wir wollen. Wir führen den Einsatz jetzt an Freitagnachmittagen durch und wir führen den Einsatz an Wochenenden durch. Alles läuft wirklich gut!"

Mit Ibexa Cloud ist es einfach, verschiedene Versionen zu haben, verschiedene Dinge zu testen und zu implementieren, wann immer wir wollen. Alles läuft wirklich gut!

Xavier Gallego,
Head of IT and Digital Projects,
Visit Andorra

PUB202005



Infinitum Digital: Beratungs- und Implementierungsdienstleistungen im Bereich der digitalen Transformation. Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihre Customer Experience zu verbessern, indem wir die Berührungspunkte mit Ihrer Marke und die Reise der Besucher optimieren.

Microblau SL
Ptge. Bellaterra, 36
08203 Sabadell (Barcelona)
Spain
+34 937 264 199