

## **Die Macht der sozialen Medien nutzen**

Soziale Medien sind im Tourismus nicht mehr optional, sondern eine Notwendigkeit. Die Umfrage ergab, dass Facebook (91%) und Instagram (85%) die dominierenden Plattformen bei Reisebüros/RV sind, was ihre Bedeutung für die visuelle Kommunikation und die Interaktion mit Kunden widerspiegelt. Google Review (64%) spielt ebenfalls eine entscheidende Rolle und unterstreicht den Einfluss von Online-Bewertungen auf das Reputationsmanagement. Andere Netzwerke wie TikTok oder Pinterest haben nur eine marginale Präsenz.

TikTok mit seiner wachsenden Beliebtheit bei einem jüngeren Publikum bietet die Möglichkeit, die Reichweite zu erhöhen und neue Bevölkerungsgruppen anzusprechen. Die Erforschung verschiedener Inhaltsformate, insbesondere visueller und interaktiver Formate, kann die Kundenbindung weiter verbessern.

## **Daten: Eine zu nutzende Ressource**

Die Umfrage zeigt, dass ein Drittel der befragten Schweizer Reisebüros/RV über ein Datenmanagement verfügt. Die gesammelten Kundendaten bergen ein immenses Potenzial für die Personalisierung von Angeboten, das Verständnis der Kundenerwartungen und die Optimierung von Marketingkampagnen. Noch verfügen aber nicht alle Reisebüros/RV über eine klar definierte Datenmanagement-Strategie.

KI-gestützte Datenanalyse-Tools bieten eine Lösung. Durch die Integration dieser Tools können Unternehmen die Datenanalyse automatisieren, wertvolle Erkenntnisse gewinnen und fundiertere Entscheidungen treffen. Mit diesem datengesteuerten Ansatz können Reisebüros/RV ihre Dienstleistungen anpassen, Kundenbedürfnisse vorhersehen und das Kundenerlebnis insgesamt verbessern.

## **Die KI-Revolution aufgreifen**

Die Schweizer Reisebüros/RV setzen KI-Technologien nach und nach ein. Es besteht jedoch noch Spielraum für eine Beschleunigung. Übersetzungssoftware (79%) und Inhaltsgeneratoren wie ChatGPT erfreuen sich grosser Beliebtheit (70%), was einen Übergang zu einer stärkeren Automatisierung der Inhaltserstellung signalisiert. Ein gewisse Schwerpunkt liegt auch auf Tools, die die Kundeninteraktion und die Personalisierung von Dienstleistungen verbessern, wie Chatbots (25%) und personalisierte Servicesysteme (24%).

Fortgeschrittene Technologien wie Virtual Reality (VR), Nachfrageprognosen und die Analyse von Online-Meinungen werden noch nicht in großem Umfang eingesetzt. Um diese Innovationen besser zu integrieren, wäre es von Vorteil, das Wissen über diese Werkzeuge zu vertiefen und die Hindernisse, die mit ihren Kosten und ihrer Komplexität verbunden sind, besser zu verstehen.

Um das Potenzial der KI voll auszuschöpfen, müssten die Reisebüros/RV in Schulungen investieren und ein breiteres Spektrum an KI-Lösungen erkunden. Chatbots und Empfehlungssysteme können den Kundenservice erheblich verbessern, indem sie sofortige Unterstützung und relevante Vorschläge bieten.

## **Herausforderungen meistern, Chancen ergreifen**

Die Studie zeigt mehrere strategische Implikationen für Schweizer Reisebüros/RV auf. Durch den Einsatz digitaler Technologien und datengesteuerter Strategien können sich Reisebüros/RV einen Wettbewerbsvorteil in der sich wandelnden Tourismuslandschaft verschaffen.

Entwicklungen sind im Gange, aber es besteht noch Verbesserungspotenzial hinsichtlich der technischen Fähigkeiten, der Datenqualität und der Komplexität der Integration. Die Zusammenarbeit mit Technologieanbietern und Branchenexperten könnte wertvolle Unterstützung und gezielte Anleitung für eine erfolgreiche Umsetzung bieten.