

## **iCompetence führt Single Point of Truth (SPoT) bei der DER Touristik Online ein**

- *Für unternehmensweite Nutzung werden alle Online- und Offline-Daten von DTO verknüpft*
- *Vorstellung der Ergebnisse auf dem ADOBE Summit EMEA 2015 in London*

Hamburg, 28.04.2015 – Fast zwei Jahre wurde an dem Projekt gearbeitet, nun werden Ergebnisse vorgestellt: Die iCompetence GmbH begleitete die DER Touristik Online (DTO) bei der kanalübergreifenden Integration sämtlicher Online- und Offline-Daten der Customer Journey. Dabei kam das Konzept der iCompetence GmbH vom Single Point of Truth (SPoT), der einen Datenwahrheit, erstmalig zum Einsatz. Mit dessen Hilfe konnten belastbare Daten für das Omnichannel Marketing, die unternehmensweite Strategie und das Management gewonnen werden. Die DTO zählt zum zweitgrößten deutschen Reisekonzern DER Touristik mit insgesamt über 60 Unternehmen. Die DTO ist mit Domains wie u.a. der.com, jahn-reisen.de, its.de, rewe-reisen.de und dertour.de einer der erfolgreichsten europäischen Reisekonzerne. Erkenntnisse und Ergebnisse aus dem gemeinsamen Projekt werden von Karsten Courtin, Head of Digital Analytics bei der DTO, und Matthias Postel, CEO der iCompetence GmbH, am 30. April 2015 auf dem Adobe Summit EMEA in London vorgestellt: Fly me to Mars: How Adobe Analytics helped uncover the complete customer journey at DER Touristic Online (<http://summit.adobe.com/emea/sessions/at-a-glance/>).

### **Änderungen bis hin zur Firmenstruktur**

Notwendige Maßnahmen in diesem Zusammenhang umfassten nicht nur die Datenerfassung und technische Umstellungen. Auch Firmenstruktur und Kommunikation waren Teil der Änderungen. „Die DTO hat die Anpassung der Kommunikationsstrukturen enorm schnell umgesetzt“, so Matthias Postel, CEO der iCompetence GmbH. „Der einheitliche Sprachgebrauch und die Umstellungen der Abläufe wurden sehr gut angenommen.“

### **Plattformübergreifende Lösungen für Analyse, einheitliche KPIs und Zusammenführung der Kanäle**

Für den DTO-SPoT wurde bei der DTO zunächst Adobe Analytics als einheitliches Webanalyse-Tool für alle Plattformen ausgewählt, das entsprechend der gemeinsam definierten Key Performance Indikatoren (KPIs) aufgesetzt wurde. Plattformen, die bereits nach eigenem System mit verschiedenen Webanalyse-Lösungen gearbeitet hatten, benötigten ein neues Setup. Die Zusammenführung der Online-Kanäle übernimmt ein Tag Management System. Es dient der Verwaltung der Tags für die Webanalyse, von allen Online-Marketing-Anbietern und bildet zugleich die Schnittstelle für die verschiedenen Webseiten der DTO.

Karsten Courtin, Head of Digital Analytics bei der DTO, ist mit dem gemeinsam durchgeführten Projekt zufrieden: „Dank des SPoTs, in welchen Daten aus allen On- und Offline-Kanälen eingespeist werden und auf den alle Beteiligten zugreifen können, kommt die DTO zu vergleichbaren Aussagen über die Cross Channel Customer Journey. Der von iCompetence begleitete Prozess ist bereits weit vorangeschritten und zeigt damit erste wertvolle Ergebnisse.“

### **Single Point of Truth**

iCompetence entwickelte bereits 2013 das Konzept des Single Point of Truth. Es beschreibt den Weg zu einer Datenwahrheit, die eine einheitliche, konsistente Datenbasis im Multichannel Marketing bietet. Sie beseitigt Fehler in der Kommunikation, kostspielige Fehlinterpretationen und Fehlentscheidungen. So können Kampagnen gemeinsam ausgesteuert werden und die Parameter zentral eingestellt werden, Abweichungen durch leichte Differenzen in der manuellen Abfrage werden hingegen vermieden. Das reduziert Fehlerquellen und zugleich den Zeitaufwand, da die Verwaltung ohne Umweg über die IT direkt

durch das Marketing erfolgen kann. Auch sinkt der Aufwand beim Controlling, da nur noch eine Schnittstelle kontrolliert werden muss und die Belastung der Websites, die nun nur noch ein Tag laden müssen. Mit dem Tag Management System als zentralem System für die Erfassung der Onlinedaten reduziert sich die Zahl der einzupflegenden Onlinekanäle im SPoT auf einen.

## **Über iCompetence - Digital Intelligence Experts**

Seit Jahren versuchen Unternehmen, Ihre Kunden auf allen Kanälen kennenzulernen, die Informationen aus Webanalyse und Business Intelligence zusammenzuführen und sinnvoll zu nutzen. Die iCompetence GmbH ([www.iCompetence.de](http://www.iCompetence.de)) bietet Expertise in allen Fragen der Online-Offline-Integration, der Webanalyse und des Tag Managements. Die Digital Intelligence Experten unterstützen Unternehmen von der Einrichtung der Analysetools über die Datensammlung bis hin zur Auswertung und Handlungsempfehlung. Die iCompetence GmbH betreut nationale sowie internationale Unternehmen aus den Branchen Tourismus, Dienstleistungen, Handel und Entertainment. Als zertifizierter Partner zahlreicher Toolanbieter gewährleistet sie ihren Kunden stets aktuellsten Kenntnisstand und unabhängige Beratung.

## **Pressekontakt**

Claudia Postel

PR-Manager

iCompetence GmbH

Tel [+49 40 60 94 55 1 - 51](tel:+4940609455151)

Email [c.postel@iCompetence.de](mailto:c.postel@iCompetence.de)

Web [www.iCompetence.de](http://www.iCompetence.de)