



Allon

CASE STUDY

RIMC setzt auf algorithmische Zielgruppen-segmentierung und KI-basiertes Targeting zur Steigerung der Kampagnen-Performance.



HERAUSFORDERUNG

Für die Entwicklung zielgerichteter Marketingstrategien für den BUNKER Hamburg bestand die Herausforderung darin, die Zielgruppe trennscharf zu segmentieren und deren Interessen genauer zu verstehen. Die Vielfalt der Besucher – von regionalen Gästen bis hin zu internationalen Reisenden – machte eine detaillierte Analyse erforderlich, um Streuverluste zu minimieren und relevante Subsegmente gezielt anzusprechen.

Durch den Einsatz von Allon im operativen Tagesgeschäft sollte der BUNKER in Hamburg als urbanes Highlight gezielt positioniert werden. Die detaillierte Zielgruppenanalyse sollte die Grundlage bilden für personalisierte Angebote, höhere Besucherzufriedenheit und die erfolgreiche Nutzung der Potenziale vor Ort.

Zielsetzung

Ziel war es, mithilfe algorithmischer Analysen Subsegmente der Zielgruppe zu identifizieren, die durch Interessen wie Architektur, Kulinarik, oder Urban Gardening charakterisiert sind. Diese Erkenntnisse sollten als Grundlage für die Optimierung der Angebote und Services vor Ort dienen, um sowohl die Besucherzahlen als auch die Zufriedenheit der Hotelgäste zu steigern.



Mit Allon sind wir jetzt in der Lage, noch zielgerichteter die passenden Angebote an unsere potenziellen Hotelgäste zu platzieren - und dies mit messbarem Erfolg. Ein echter Mehrwert für die gesamte Hotelbranche.

Patrick Riegger
Director of Marketing & HR
RIMC Hotels & Resorts

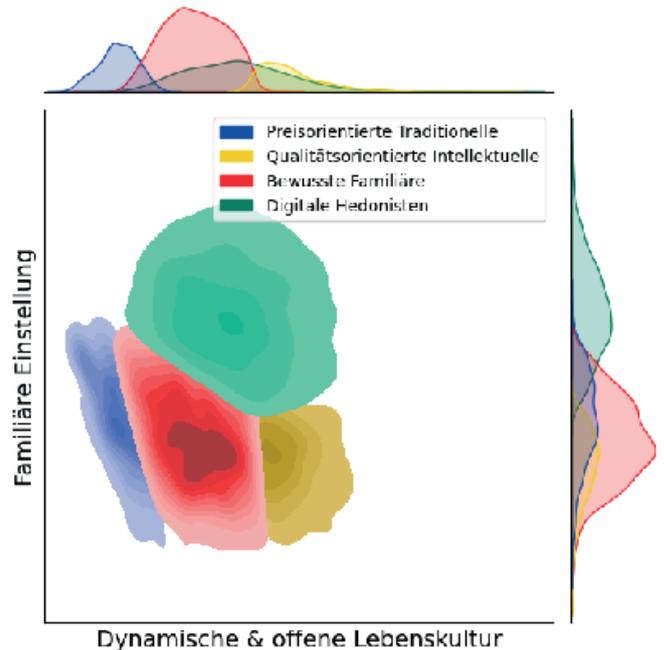


LÖSUNG

Die Zielgruppe wurde mithilfe von Ailon detailliert analysiert und segmentiert. Dabei wurden spezifische Interessensmerkmale wie Street-Food-Begeisterung, Interesse an Harley-Davidson-Events oder Freude an urbaner Erholung (z. B. Dachgärten) identifiziert.

Segmentierung: Algorithmen-basiert wurden die Besucher in distinkte Gruppen wie Rock-Liebhaber, Sightseeing-Enthusiasten und Dachgarten-Fans aufgeteilt.

Reisemotivation-Analyse: Die Beweggründe für den Besuch des Bunkers wurden untersucht, wie z. B. der Wunsch nach außergewöhnlichen kulinarischen Erlebnissen, das Interesse an historischen Orten oder die Suche nach Events mit einzigartigem Flair.



Aus der heterogenen Kernzielgruppe konnten per algorithmischer Analyse die wichtigsten Subsegmente zur zielgruppenspezifische Werbeansprache gebildet werden.

ERGEBNIS

Die datenbasierte Zielgruppenanalyse führte zu einer Optimierung der Angebote und des Besucher-Erlebnisses:

- +22%** **Steigerung der Kampagnen-Performance**
durch integrierte Zielgruppen-Aktivierungen in digitalen Werbekanälen.
- +27%** **Höhere Auslastung von Event- und Gastronomieflächen**
durch gezielte Ansprache relevanter Gruppen, wie lokale Foodies und Eventbesucher.
- +15%** **Anstieg der Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score, NPS)**
durch verbesserte Angebote und personalisierte Erlebnisse vor Ort.
- 26%** **Reduktion der Leerlaufzeiten bei Buchungen**
durch eine optimierte Verteilung der Flächen und gezielte Promotion in Schwachlastzeiten.

Über RIMC Hotels & Resorts

Mit Hauptsitz in Hamburg, ist die RIMC eine der führenden internationalen Hotelgesellschaften. In den letzten 30 Jahren hat die RIMC Hotels und Resorts Gruppe 200 Hotelprojekte im In- und Ausland realisiert. Weitere Hotelprojekte sind für 2024 und den Folgejahren auf dem deutschen und internationalen Markt geplant.

Entdecke deine Zielgruppe auf

www.ailon.io

Kontakt
+49 4131 2270 000
kontakt@erason.de

ERASON GmbH
Am Sande 54
21335 Lüneburg