

# Data Digging - Emotionale Verkaufsförderung durch aktive Vernetzung regionaler Leistungsträgerinnen und Leistungsträger und

THEMENBEREICH | INNOVATION

UNTERGLIEDERUNG | TOURISMUS | INNOVATION

PROJEKTREGION | KÄRNTEN

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 01.07.2017-31.07.2020

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 291.745,25€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 139.979,46€

MASSNAHME | ZUSAMMENARBEIT

TEILMASSNAHME | 16.2 FÖRDERUNG FÜR PILOTPROJEKTE UND FÜR DIE ENTWICKLUNG NEUER ERZEUGNISSE, VERFAHREN, PROZESSE UND TECHNOLOGIEN

VORHABENSART | 16.02.2. A) UNTERSTÜTZUNG BEI DER ENTWICKLUNG VON INNOVATIVEN PILOTPROJEKTEN IM TOURISMUS - BMWFW

PROJEKTRÄGER | ARGE DIGION VILLACH - FAAKER SEE - OSSIACHER SEE

## KURZBESCHREIBUNG

Der Urlaubsgast soll über die gesamte Customer Journey hinweg, digital-emotional für die Inanspruchnahme touristischer Angebote der Destination, ohne aufdringliche und aggressive Verkaufsangebote, animiert werden. Mittels Inspiration durch intelligenten Premium-Content und der Weckung von Sehnsuchtsbildern wird der Gast digital durch die Angebotsvielfalt geleitet. Technologische Innovationen ermöglichen einen einfachen Kaufprozess und Interaktionsmöglichkeiten mit den Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern auf unterschiedlichsten Endgeräten (bis hin zur digitalen Information vor Ort).

## AUSGANGSSITUATION

Im Rahmen des Webseiten Relaunchs der Region Villach wurden vorhandene Daten und Infrastrukturen erhoben. Unter anderem ging es darum, dass auf der bestehenden Webseite keine online buchbaren Produkte vorhanden waren und auch kaum Bild-, Text-, und Videocontent zur Verwendung vorhanden war. Ein weiterer Handlungsbedarf hat sich durch die zunehmende Digitalisierung der Gäste ergeben. Diesen hochwertigen Content verschränkt mit buchbaren oder digital erlebbaren Produkten darzustellen stellte eine große Chance dar und sollte durch das Förderprojekt gelöst werden.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Es profitieren sowohl die touristischen Dienstleisterinnen und Dienstleister auf der eine Seite, als

auch die Gäste der Tourismusregion auf der Anderen. Dank der digitalen Vernetzung konnte eine Wertschöpfungssteigerung bei den Ausflugszielen erzielt werden. Gäste, die Informationen suchen, können diese nun an mehreren Stellen in Form von einer App, einer Webseite inklusive Webshop oder auch in der digitalisierten Tourismusinformation erhalten.

#### PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Einrichtung einer zentralen Content-Drehscheibe für den Business-to-Business-Bereich gekoppelt an die neue Web-Infrastruktur der Tourismusregion. Entwicklung einer App mit Koppelung an die Buchbarkeit der Unterkünfte und den Webshop. Einführen eines E-Commerce Systems zum Verkauf von touristischen Dienstleistungen und Merchandising Artikeln. Generierung von Bild-, Text-, und Videocontent für die Tourismusregion, Ausflugsziele und Beherbergungsbetriebe. Öffentlichkeitsarbeit zur Informationsstreuung der umgesetzten Maßnahmen.

#### ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die Implementierung aller vor Projektbeginn angestrebten Datenbereiche im DataCycle sowie die Streuung dieser auf diversen Plattformen der Region und Regionsbetriebe.

Weiterentwicklung der Region Villach App mit offline Verfügbarkeit der Touren, Integration der Unterkünfte und des Webshops sowie eine Anbindung an DataCycle.

Konzeption und Umsetzung eines eigenen Webshops der Region Villach und Gewinnung von relevanten Partnerinnen und Partnern (Ossiacher See Schifffahrt, KüchenKult Partnerinnen- und Partnerbetriebe, etc.). Möglichkeit der gemeinsamen Buchung von Unterkünften und im Webshop vorhandenen Zusatzleistungen.

Einführen und Ausrollen des Location Based Service der xamoom GmbH bei Ausflugszielen der Region und an allen touristisch relevanten Outdoorbereichen (CityTour Villach, Woroun auf der Spur, Fuchsfährte, und vielem mehr).

Umsetzung einer digitalen Tourismusinformation mit Virtual Reality Brille und dazugehöriger Virtual Reality Station.

Steigerung der Content Qualität durch Bild-, Text- und Videoerstellung.

#### ERFAHRUNG

Im digitalen Zeitalter kann sich schnell etwas wieder ändern. Leider mussten wir mehrfach die Erfahrung machen, dass gewisse - zuerst im Projekt vorgesehene Maßnahmen - so nicht realisierbar waren, wie wir uns das vorgestellt haben. Gerade im Bereich des E-Commerce gibt es permanente Weiterentwicklungen, welche eine langfristige Planung fast unmöglich machen.



Infrastil

#### LINKS

[Webshop \(https://shop.visitvillach.at/\)](https://shop.visitvillach.at/)

[360 Grad Aufnahmen \(https://explore.region-villach.at/#\)](https://explore.region-villach.at/#)

<https://media.region-villach.at/> (<http://Medienarchiv>)