

Executive Summary – TravelTide Rewards-Projekt

Introduction / Background

TravelTide ist eine digitale Buchungsplattform für internationale Flüge und Hotels, gegründet 2021. Das Unternehmen plant, ein **kundenbasiertes Loyalitätsprogramm** einzuführen, um die Wiederbuchungsrate zu steigern. Im Zentrum stehen **fünf personalisierte Vorteile (Perks)**, die durch datenbasierte Segmentierung gezielt Nutzergruppen zugewiesen werden sollen.

Objectives

Ziel war es, **relevante Nutzer-Segmente zu identifizieren** und sie mit einem passenden Belohnungs-Element zu verbinden, das **ihre Wahrscheinlichkeit zur Wiederbuchung maximiert**. Grundlage war das Verhalten aktiver Nutzer nach dem 4. Januar 2023 mit mehr als 7 Sessions.

Methodology

Die Analyse erfolgte über ein erweitertes SQL-Datenmodell basierend auf den Tabellen **sessions, flights, hotels** und **users**.

Datenprobleme (z. B. doppelte Stornierungen, fehlerhafte Hotelnächte) wurden bereinigt. Anschließend wurden aggregierte Nutzermerkmale berechnet, Normalisierungen durchgeführt (z. B. Sitzplätze, Buchungsraten, Kosten, Distanz), und **Perzentile zur Segmentbildung** verwendet.

Segmentierung und Perk-Zuordnung erfolgten regelbasiert über typische Verhaltensmuster (z. B. „Luxury“, „Business“, „Bargain-Shopper“).

Key Findings

- **6 Verhaltenstypen** wurden abgeleitet (u. a. *Luxury, Last-minute-Booker, Long-Distance, Business, Bargain-Shopper, Hesitant*).
- **5782 eindeutige Nutzer** wurden segmentiert.
- Die größten Gruppen:
 - *Business* (1897 Nutzer)
 - *Long-Distance-Customer* (1730 Nutzer)
 - *Bargain-Shopper* (1060 Nutzer)

- **Booking Rate und Cancellation Quote** variierten signifikant je Segment.
- **Personalisierte Perks** wurden zugewiesen:
 - z. B. *Luxury*: „free hotel meal“
 - *Last-minute-Booker*: „exclusive discounts“
 - *Bargain-Shopper*: „no cancellation fees“

Recommendations / Next Steps

Es ist keine Endlösung, es muss noch getestet werden, ob die Perks die Nutzergruppen wirklich ansprechen und eventuell ein Perk einer Nutzergruppe neu zugewiesen werden muss!

1. 🎯 **Ausspielung personalisierter E-Mail-Kampagnen** basierend auf Segment & Perk.
2. 📊 **A/B-Test des Rewards-Programms** für ausgewählte Segmente (z. B. *Bargain-Shopper* vs. *Business*).
3. 🛠️ **Iteratives Feintuning der Regeln** (z. B. Schwellenwerte, Alter, Buchungstage) mit echten Konversionsdaten.
4. 🧩 **Integration in CRM & Tableau Dashboard** für Monitoring & Nachsteuerung.