



AT INTERNET

Online Intelligence Solutions

RYANAIR

Ryanair setzt Webanalyse zur Umsatz- und Performance-Steigerung ein

EINFÜHRUNG

Kunde

Ryanair



Branche

Low-Cost-Flüge, B2C

Anbieter

AT Internet

Produkte

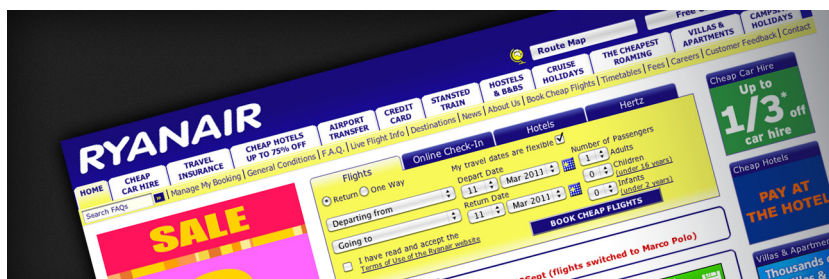
Analyzer^{NX} & DataExplorer

Nutzen

- Aktive strategische Entscheidungsfindung
- Conversion-Steigerung
- Erhöhung des Website-Umsatzes

Ryanair war die erste Low-Cost-Fluggesellschaft Europas und nimmt nach wie vor den ersten Platz unter den europäischen Billigfluglinien ein. Im Jahr 2000 transportierte Ryanair über 67 Millionen Passagiere auf über 800 Flugrouten in 28 europäische Länder.

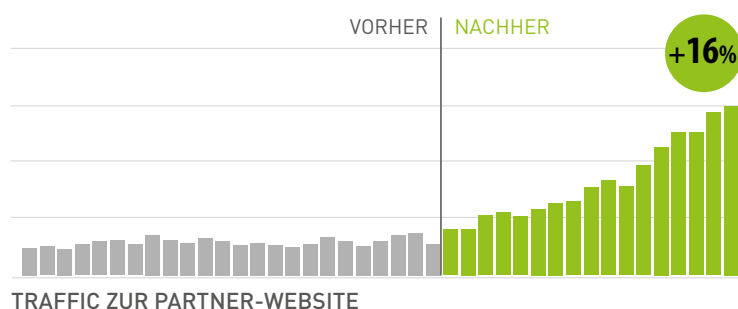
99 % der Ryanair-Buchungen erfolgen über die Website des Unternehmens, die somit das mit Abstand wichtigste Marketingtool ist. Die Website registriert Buchungen und Flugpreiseinnahmen für das gesamte Streckennetz, betreibt aber auch ein Affiliate-Modell für Ryanair-Dienstleister, die Unterkünfte, Mietwagen, Flughafenparkplätze und andere Serviceleistungen bereitstellen.



DIE HERAUSFORDERUNG

Ryanair arbeitete bereits mit einer Webanalyse-Lösung, deren Daten jedoch schwer abrufbar waren, und suchte aus diesem Grund einen Lösungspartner statt nur einen Anbieter. Die Wahl fiel auf AT Internet: Mit diesem Unternehmen wollte Ryanair mehr Dynamik in seine Webanalyse-Umgebung bringen und sämtliche Online-Intelligence-Anforderungen mit einer einzigen, intuitiven Benutzeroberfläche abdecken. Da aufgrund der Weltwirtschaftslage die Ausgabefreudigkeit der Verbraucher deutlich abgenommen hatte, waren die Preise auf dem Billigflugmarkt eingebrochen – und Traffic-Conversions noch wichtiger geworden.

Um Optimierungsmaßnahmen ergreifen zu können, müssen stets die Anforderungen identifiziert und anschließend die aktuellen Ergebnisse gemessen und analysiert werden. Ryanair hatte zwei Kernziele: die Umgestaltung seiner Website zur Steigerung der Conversion-Rate und die Erhöhung des auf die Partner-Websites geleiteten Traffics.

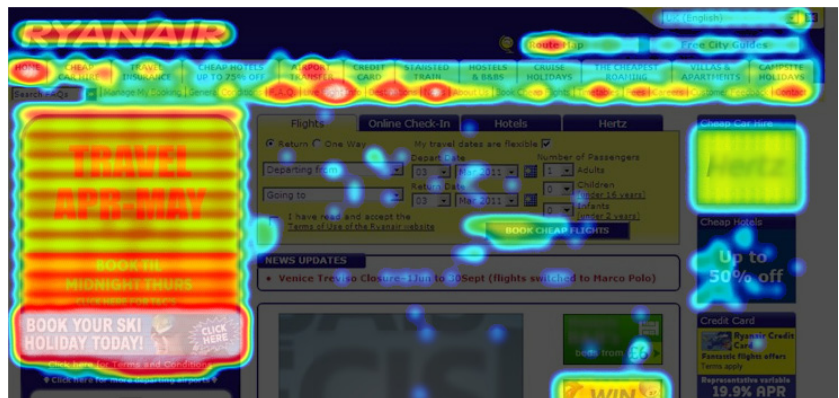


DIE LÖSUNG

Durch den Einsatz der Webanalyse-Tools konnte Ryanair in Erfahrung bringen, wie seine Visitors mit der Website interagieren wollten.

Ryanair entschied sich für die AT Internet-Produkte AnalyzerNX und DataExplorer. Sie ermöglichten der Fluggesellschaft, den Erfolg ihrer Online-Marketing-Aktivitäten zu analysieren.

Durch den Einsatz der Webanalyse-Tools konnte Ryanair in Erfahrung bringen, wie seine Visitors mit der Website interagieren wollten. Es wurde sichtbar, wo die Besucher die Website betraten und wo sie sie verließen; anhand von Heatmaps konnten zentrale Bereiche identifiziert werden. Diese Informationen halfen Ryanair, das Design seiner Homepage erheblich zu verbessern.



Der erste Schritt zur Steigerung der Conversion-Zahlen bestand in einer Analyse des Beitrags, den die einzelnen Traffic-Quellen zur Gesamtvisitorzahl leisteten. Mithilfe der Analyselösung von AT Internet stellte Ryanair fest, dass der aus natürlichen Quellen stammende Traffic relativ gering war. So konnten die Maßnahmen auf diesen Bereich konzentriert und die erzielten Ergebnisse direkt angezeigt werden. Dank der Tatsache, dass AT Internet sowohl für Websites als auch für andere Marketingkanäle Tracking- und Analyselösungen anbietet, erhielt Ryanair den Beweis dafür, dass eine individuelle Ansprache und eine größere Relevanz ihrer E-Mails den Kampagnenerfolg signifikant steigerten. Die im Rahmen der Kampagne gesammelten Informationen wurden zur Verifizierung der Daten und des generierten Umsatzes mit dem Finanzmanagementsystem verknüpft.

Nachdem Ryanair die Wege, über seine Visitors auf die Website gelangten, optimiert und sie zu „Schritt eins“, nämlich dem Aufrufen von Flugverbindungen, veranlasst hatte, wollte das Unternehmen herausfinden, welche Schwachpunkte im Conversion Funnel bestanden: Gab es einen Punkt, an dem die Visitors den Prozess abbrachen? Anhand der Conversion-Funnel-Analyse war es möglich, alle Schritte des Besuchers nachzuvollziehen. So konnte Ryanair gezielt Strategien ausarbeiten, um den Traffic auf den Reiseziel- und Angebotsseiten sowie auf den Websites seiner Dienstleister zu erhöhen.

DAS ERGEBNIS

„Indem wir das Webanalyse-Tool von AT Internet zur Analyse des Verhaltens unserer E-Mail-Empfänger und Visitors nutzten, konnten wir die Click-Through-Raten um 200% steigern und unsere Bounce-Rate um 18 % senken.“

Dara Brady, Werbeleiter, Ryanair

Dara Brady, Leiter des Werbebereichs bei Ryanair: „Durch die Optimierung unseres Website-Designs konnten wir den Traffic auf den Reiseziel- und Angebotsseiten und den Websites unserer Dienstleister um 16 % erhöhen. Und durch die persönlichere Ausrichtung unserer E-Mails haben wir eine Verdoppelung des Umsatzes erzielt, der durch E-Mail-Kampagnen generiert wird.“

„Für uns war es sehr wichtig, einen Partner zu finden, der uns auf der Reise durch die hochdynamische Welt des digitalen Marketing begleitet“, fügt Brady hinzu. „Wir wollten kein Produkt von der Stange, das künftigen Anforderungen nicht standhalten kann. Wir bestanden auf einen Testzeitraum vor der endgültigen Entscheidung, und jetzt sind wir uns sicher: Wir haben unseren Partner gefunden.“

Für die Zukunft plant Ryanair Visitor-Segmentierungen, Multivariate Tests und kontinuierliche Prüf- und Optimierungszyklen.

BENEFITS

- Aktive strategische Entscheidungsfindung
- Conversion-Steigerung
- Erhöhung des Website-Umsatzes



AT INTERNET

Online Intelligence Solutions

Über AT Internet / Unternehmensprofil

AT Internet ist einer der führenden unabhängigen Anbieter im Bereich Web- und Mobile-Analyse mit Vertretungen in 9 Ländern. Das Unternehmen kann sich rühmen, kundenzentrierte Lösungen mit einem Maximum an Datensicherheit bereitzustellen.

Als stolzer Gewinner des Platin-Preises 2009 im Rahmen des „European Seal of E-Excellence“ bietet AT Internet eine robuste, zuverlässige SaaS-Analyseplattform mit einer Komplettlösung zur Optimierung der Marketingstrategie und zur Effizienzsteigerung.

Über Ryanair

Ryanair is the World's favourite airline and operates more than 1,500 flights per day from 44 bases and 1200+ low fare routes across 27 countries, connecting 160 destinations. Ryanair operates a fleet of 262 new Boeing 737-800 aircraft with firm orders for a further 49 new aircraft (before taking account of planned disposals), which will be delivered over the next year. Ryanair currently has a team of more than 8,000 people and expects to carry approximately 73.5 million passengers in the current fiscal year.

Kontakt

Bordeaux (HQ) / Paris	+33 (0)1 56 54 14 30
London	+44 (0)20 3178 5356
Madrid	+34 (0)911 105 829
Montréal	+1 514 658 3571
München/Hamburg	+49 (0)89 / 324927-0

www.atinternet.com