

Lenzerheide's Erfolgsgeschichte: 2-3 Arbeitstage pro Monat eingespart bei der Berichterstellung

HERAUSFORDERUNGEN

- Mangelnde Transparenz über zehn Marketing-Plattformen
- Mehrere Marketing-Kanäle mit enormen Datenmengen, die aggregiert werden müssen
- Zeitaufwändiges und fehleranfälliges Reporting ohne Trendanalyse
- Keine holistische Sicht über die Marketing-Kanäle

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Dank der automatisierten Datenaggregation, musste das Team keine kostspieligen Stunden mehr in die Erstellung von manuellen Reports investieren.

Funktionen wie die KI-gestützte Korrelationsanalyse von nexoya, lieferten Erkenntnisse über die Beziehungen zwischen verschiedenen Marketing-Touchpoints und zum Beispiel dem Wetter. Dies gibt dem Team ein besseres Verständnis, wie bestimmte Kampagnen, Kanäle und KPIs miteinander interagieren.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Klarheit in den Marketingdaten
- Wöchentliche Einsparung von mehreren Stunden beim manuellen Reporting
- Eine Korrelationsanalyse und Vorhersagen, die wertvolle Erkenntnisse liefern
- Kontinuierliche KI-gestützte Überwachung von KPIs und Erkennen von Anomalien
- Regelmässige Analyse der Wettbewerber
- Monatliche Business-Reviews mit dem Customer Success Team von nexoya



Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Lenzerheide
- Branche: Tourism
- Hauptsitz: Vaz
- Grösse: 31 Employees
- Typ: Corporation
- Optimierte Marketing Kanäle: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Google Ads, Google Search Console, Google Analytics, Mailchimp, Apple App Store, Google Play Store



Durch die Zusammenarbeit mit Nexoya konnten wir nicht nur Stunden für manuelle Berichte einsparen, sondern auch die Wirksamkeit unseres Marketings besser verstehen.



Marc Schlüssel,
Executive Management bei LMS
AG