WERKZEUG

|  |
| --- |
| Datenoptimierungs-Cockpit |
| **Thema** | Maßnahme | Termin | Verantw.  |
| 1. Überblick
 |  |  |  |
| 1. Check
 |  |  |  |
| 1. Analyse
 |  |  |  |
| 1. Spezial-programme
 |  |  |  |
| 1. Marketing- und Vertriebs-Aktivitäten
 |  |  |  |
| 1. Pflege
 |  |  |  |
| 1. DSGVO-Konformität
 |  |  |  |

Hintergrund: Ein mittelständisches Hotel nutzt die DSGVO als Anlass, um die Datennutzung für bessere Marketing- und Vertriebsaktivitäten zu optimieren.

|  |
| --- |
| Abb.3: Datenoptimierungs-Cockpit: *Beispiel (Hotel)*  |
| **Thema** | Maßnahme | Termin | Verantw.  |
| 1. Überblick
 | Die Datenbank mit ihren Parametern wird visualisiert, so dass erkennbar wird, wo die Daten herkommen und wie sie verwendet werden. | 01.08. | IT-Abteilung |
| 1. Check
 | Doppelte Eintragungen oder falsche Eintragungen stellten in der Vergangenheit ein Problem dar. So wurde oftmals in das Feld „Nachname“ auch der Vorname mit eingegeben mit dem Ergebnis, dass Herr Urs Berger einmal angelegt ist als „Berger Urs“ im Nachnamenfeld und einmal als „Berger“ im Nachnamen- und „Urs“ im Vornamenfeld. Mit der Hotelsoftware werden alle Datensätze nach Nachnamen alphabetisch sortiert, aufgeräumt und ggfs. korrigiert. | 10.08. | Rezeption |
| 1. Analyse
 | Eine einfache Datenanalyse der so überarbeiteten Datenbank soll in erster Linie die Langzeitaufenthalte (3 und mehr Nächte) von den Kurzzeitgästen (1-2 Nächte) und den Tagesgästen trennen. Dazu werden die Daten mit der Hotelsoftware nach dem Parameter „Dauer des letzten Aufenthalts“ absteigend sortiert. | 20.08. | Rezeption |
| 1. Spezial-programme
 | Die Hotelleitung geht davon aus, dass Gäste mehr im Restaurant konsumieren, je länger sie bleiben. Dieser Zusammenhang soll mit einer professionellen Software analysiert werden. Dazu wird eine Hochschule beauftragt, die im Rahmen eines Projektes diese Abhängigkeit analysiert. | 30.08. | Vertriebs-leitung des Hotels mit externem Partner |
| 1. Marketing- und Vertriebs-Aktivitäten
 | Die Hotelleitung beschließt, den Langzeitgästen ein spezielles Gourmet-Wochenende am langen Wochenende um den Nationalfeiertag anzubieten (hochwertige Flyer an Gäste, die in den letzten drei Jahren mindestens 3 Nächte gebucht haben und mindestens 300 Euro im Restaurant konsumiert haben). Als Anreiz für eine Buchung erhalten sie für jedes Essen im Restaurant eine Flasche Wein gratis. Das Angebot ist limitiert auf 30 Zimmer. | 10.09. | Vertrieb / Hotelleitung mit externer Agentur |
| 1. Pflege
 | Alle MitarbeiterInnen des Hotels, die mit dem Gast vor, während und nach dem Aufenthalt zu tun haben, werden noch einmal explizit aufgefordert, evtl. Besonderheiten und Wünsche des Gastes in der Datenbank zu vermerken. Als Ergebnis wird ein neuer Parameter aufgenommen, der „Weinkenner“ genannt wird. Der Sommelier trägt dort ein, wie gut der betreffende Gast sich mit Weinen auskennt (1=kennt sich kaum aus; 4=sehr kompetent bei der Auswahl des Weines). | 20.09. | MitarbeiterInnen mit Gäste-Kontakt |
| 1. DSGVO-Konformität
 | Der Datenschutzbeauftragte des Hotels analysiert die Zulässigkeit der Maßnahme und nimmt ggfs. kleinere Korrekturen am Text der Postkarte vor, bevor sie gedruckt wird. | 15.09. | Datenschutz-Beauftragter des Hotels |