|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Name | C/T2A2C: Ig wot | Prio: |
| Kurzbeschrieb | Manchmal weiss man genau, was man will, manchmal nicht. Und manchmal soll man auch noch für andere wissen, was sie wollen; zum Beispiel für den Familienausflug am Wochenende. Manchmal will man überrascht werden, manchmal lieber etwas «naheliegendes». Und was immer es ist: es soll dann alles einfach und reibungslos funktionieren.  Ich kann «jemand» vertrauenswürdigen fragen, was er mir vorschlagen würde zu unternehmen. Oder direkt sagen, was ich will. Ich bekomme eine oder mehrere Antworten, und wenn ich die auswähle, die mir am besten passt, bekomme ich alles angezeigt, was wichtig ist und kann auf einen Knopfdruck alles zusammen kaufen/buchen/reservieren. Dabei lerne ich und das System immer weiter dazu, so dass es nie langweilig wird. Meine Rahmenbedingungen werden optimal berücksichtigt, und natürlich bekomme ich auch Vorschläge, die nichts oder fast nichts kosten. | |
| Bedarf Need | Freizeit:   * Sinnvolle und schöne Freizeiterlebnisse * «ich fühle mich gut», «ich freue mich schon» * «mit den richtigen Leuten / meine Lieben» gute Erlebnisse haben * Neues Lernen * Viel Spass, kein Stress   Beruf:   * Geschäftsreisen anreichern und vereinfachen * Stress reduzieren | |
| Vorgehen  Approach | Kanal:   * App für unterwegs * Web (Tablet, PC) zu Hause   Interaktion:   * Offene Frage («Was kann ich tun?») * Bestimmte Frage / Auftrag: «Ich möchte am Sonntag mit der Familie in ein/das X-Museum» * Vorschläge, ev. Mit Varianten und Empfehlung * Buchung und Abrechnung * Bewertung (Machine Learning Supervised Mode) oder Messung   System:   * Analyse der Anfragen * Vergleich mit anderen * Lernen aus den Daten * «Überraschungsfunktion» * Buchungsplattformen angeschlossen (alle nötigen) | |
| Nutzen  Benefit | Nutzer:   * Erfüllte Freizeit * Stressfreie und erlebnisreiche Geschäftsreisen * Im Budget- und Zeitrahmen * Präferenzen eingehalten * Positiver Überraschungseffekt * Einfach, stressfrei, schnell * Unterstützung während Erlebnis (v.a. wenn was schief geht)   Service-Anbieter:   * Bekannt werden, auch ausserhalb der bekannten Zielgruppen * Auslastungsverbesserung * Einfache Abwicklung * Customer Insight (gemäss Präferenz Nutzer) * Interaktion mit Kunden (gemäss Präferenz Nutzer) | |
| Verdienstmodell  Value Capture | Freemium Modell:   * Fee für Premium Service (z.B. Geschäftsreisen) * Transaktionsgebühr bei Buchungen * Analysen für Serviceanbieter gegen Gebühr | |
| Alternativen  Competition | * Google Trips * Diverse GDS * Reiseplattformen | |
| Offene Fragen |  | |
| Interessenten |  | |