

Berührungspunkte schaffen - ein Praxisbeispiel:

Swiss International Air Lines vermittelt Produkte und Dienstleistungen mit einem PopupExperience



Swiss International Air Lines beauftragte [Atracsys Interactive](#) mit der Entwicklung einer Multi-User-Multi-Touch-App zur Präsentation von Produkten und Dienstleistungen. Die Anwendung basiert auf Atracsys' vielseitigem [PopupExperience](#) und stand erstmals an der ITB Berlin 2018 im Einsatz.

Das PopupExperience läuft auf dem all-in-one [Multi-Touch-System atracTouch-55-4K](#). Dieser interaktive Tisch mit einem hochauflösenden 55-Zoll Touchscreen kann einfach und überall platziert werden um Besuchern, Touristen, neuen Angestellten oder auch langjährigen Mitarbeitern alles Mögliche zu vermitteln:

Informationen über Swiss International Air Lines wie Flotte, Destinationen, verschiedene Reiseklassen, Lounges und vieles mehr sind unmittelbar zugänglich. Atemberaubende 360°-Videos ermöglichen eine persönliche Tour durch die neuesten Flugzeuge der SWISS oder ein Gefühl dafür zu bekommen, wie es sich anfühlt direkt unter einer Boeing 777 zu stehen.

Der Touchscreen ist von jeder Seite zugänglich - es gibt kein Oben, Unten, Links oder Rechts - was bedeutet, dass bis zu 6 Personen gleichzeitig bequem mit dem PopupExperience interagieren können. Selbstverständlich sind alle Inhalte in mehreren Sprachen verfügbar, um Reisende aus aller Welt zu begrüßen.

Nach einer erfolgreichen Einführung an der ITB im Frühjahr 2018 und mehreren anderen Veranstaltungen fand das PopupExperience am Flughafen Zürich während einer einmonatigen Ausstellung über die SWISS den idealen Showcase.

Wir freuen uns, die folgenden Erkenntnisse aus dieser Werbekampagne teilen zu dürfen:

Anzahl der Interaktionen

Definieren wir zunächst, was wir unter "Interaktion" verstehen: Eine Interaktion wird registriert wenn ein Benutzer auf ein Menü zugreift, eine Präsentation öffnet, eine Slide wechselt oder ein Fenster schließt, ein Spiel startet oder beendet, ein Formular ausfüllt, etc. Gemessen wird also qualitative Information: dass jemand **aktiv und zielgerichtet mit spezifischen Inhalten interagiert**. Es werden jedoch keinerlei Technologien verwendet welche es ermöglichen würden, den Benutzer in irgendeiner Weise zu klassifizieren (was aktuell ein ausserordentlich heikles Thema ist und die Öffentlichkeit zurecht beschäftigt).



Im Laufe des Monats Juni 2018 verzeichnete das PopupExperience **52'475 Interaktionen**. Bei einem täglichen Betrieb der Anwendung von 5 Uhr früh bis Mitternacht entspricht dies **durchschnittlich 92 Interaktionen pro Stunde**. Innerhalb der aktivsten Zeit (9:00-10:00 Uhr) war die Aktivität um 230% höher und erreichte einen Durchschnitt von **210 Interaktionen/h**.

Meistgesehene Inhalte

Aus der Nutzungsstatistik eines PopupExperience können relevante Daten hervorgehen. Im aktuellen Fall war der meistgesehene Inhalt das "Inspiration"-Popup mit einem Video von verschiedenen Szenen rund um die SWISS: **eindrückliche 3'281 Mal wurde das Video angesehen**. Ein weiterer Top-Inhalt war das internationale Flugnetz der SWISS mit insgesamt 1'314 Aufrufen.

Spielabläufe

Der Wettbewerb um einen Gutschein von SWISS war mit einem Quiz verbunden - man musste eine einfache Frage beantworten, um an der Verlosung teilzunehmen. **Insgesamt wurde das Quiz 3'218 Mal gespielt**. (1'722x auf Deutsch, 910x auf Englisch und 586x auf Französisch) und führte dazu, dass mindestens ein/e sehr glückliche/r Tourist/in bald an sein/ihr Traumziel fliegt! Parallel zum Quiz vermittelte ein Memory-Spiel auch die visuelle Welt von SWISS, indem es passende Bilder enthüllte: 1'774x wurde das Memory gespielt.

Fazit

Die interaktive SWISS-App gilt als großer Erfolg: Nach der Einführung an der ITB Berlin im März 2018 und der SWISS-Messe am Flughafen Zürich im Juni ist der interaktive Tisch fast ununterbrochen im Einsatz und wird für verschiedenste Veranstaltungen das ganze Jahr über ausgebucht bleiben.

Das PopupExperience ist eine vielseitige Multi-User-Multi-Touch-Anwendung, die dank fortschrittlicher UX/UI intuitiv zu bedienen ist. Das perfekte Zusammenspiel von Hard- und Software setzt den Fokus auf die Inhalte. Bei Swiss International Air Lines ist der Inhalt eine sich ständig verändernde Kombination aus qualitativen Informationen, visuellen Inhalten wie inspirierende 360°-Videos oder Bilder welche Emotionen wecken - wie zum Beispiel ein Airbus der SWISS über den atemberaubenden Schweizer Alpen - und nicht zuletzt mit Elementen von hoher Interaktivität wie Minigames oder eines Wettbewerbs.

„Das PopupExperience von Atracsys ist das perfekte Werkzeug, um unseren Kunden zu zeigen, was wir zu bieten haben. Durch die hochgradig interaktive Darstellung der Inhalte sind wir in der Lage, das Publikum zu begeistern und ihm beeindruckende Einblicke in unsere Welt zu ermöglichen. In nur einem Monat konnten wir gemeinsam mit Atracsys das PopupExperience umsetzen - trotz des kurzen Zeitrahmens und dank der großen Unterstützung von Atracsys konnten wir auf der Leitmesse der Reisebranche in Berlin im Frühjahr 2018 ein Premiumprodukt mit Premiumdesign präsentieren. Nach dieser Veranstaltung wurde das PopupExperience für viele andere Veranstaltungen angefragt und ist nun über einen längeren Zeitraum ausgebucht. Wir aktualisieren unser PopupExperience fortlaufend, um bei jeder Veranstaltung aktuelle und passende Inhalte präsentieren zu können. Dank der einfachen Handhabung können wir diese Anpassungen mit wenigen Klicks selber erledigen. Vielen Dank an Atracsys für das tolle Produkt und die Unterstützung bei diesem Projekt!“

- Jasmin Christen, Inhaltsentwicklung, Swiss International Air Lines Ltd.

Wir danken der Swiss International Air Lines AG für die hervorragende Zusammenarbeit und die Möglichkeit, diesen Use-Case mit unserem Publikum zu teilen.