

## 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