

Courseticket GTM

Courseticket Market Disruption

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 3. Ausschreibung	Status	abgeschlossen
Projektstart	01.01.2017	Projektende	30.06.2018
Zeitraum	2017 - 2018	Projektlaufzeit	18 Monate
Keywords	Marketplace for services, Marketplace as a Service, SaaS		

Projektbeschreibung

Es gibt viele Anbieter von Weiterbildungskursen - manche betreiben eigene Webseiten, andere nutzen eine der unzähligen Inserate-Plattformen um ihr Kursangebot zu bewerben und kämpfen neben dem Aufwand für Verwaltung und Organisation ihrer Kurse, mit der Zahlungsmoral ihrer Kunden. Außerdem vermissen sie oftmals die technischen Möglichkeiten ihre Kunden und ihren Markt effizient zu erreichen – sei es mit Information zu Kursen, mit Marketing Maßnahmen für potentielle Kunden oder mit der Leistung an sich.

Courseticket ist heute der Online-Marktplatz, über welchen einfach und übersichtlich Aus- und Weiterbildungskurse einer bestimmten Stadt bzw. Region schnell gesucht, gefunden, gebucht, bezahlt und sogar konsumiert werden können. Direkte Vergleichbarkeit eines umfassenden Kursangebotes auf einer zentralen Plattform, ein hoher Qualitätsstandard durch ein Bewertungssystem bzw. der gezielten Auswahl der Dienstleister, die sofortige Buchung und Bezahlung in einem Schritt und einfache digitale Zugänglichkeit der angebotenen Leistung sind die wesentlichen Vorteile für die courseticket-Community. Für die Dienstleister wiederum stehen die Reduktion des Organisations- u. Verwaltungsaufwandes und der Kosten, ein professioneller Internetauftritt, eine einfache und bequeme Kursplanung, die Gewinnung von Neukunden, Tools zur Analyse des User Verhaltens, die vollautomatische Zahlungsabwicklung und die Möglichkeit einer Wissensvermittlung unter Nutzung der Vorteile digitaler Kanäle (digitale Leistungserbringung!), im Vordergrund.

Das übergeordnete Ziel von Courseticket ist als Disruptiver Service die Dienstleistungsbranche zu revolutionieren. Dazu sollen Branchen u. Nischen-übergreifend digitale Dienstleistungsmarktplätze geschaffen und nachhaltig etabliert werden. In Verfolgung dieses Ziels erweitert Courseticket nun sein bestehendes Geschäftsmodell des Online-Marktplatz (B2C) um den Ansatz die Plattform auch als White Label Lösung für Unternehmen auf den Markt zu bringen (B2B). Im Bereich B2C wird verstärkt auf Online und Content Marketing Maßnahmen gesetzt wird, während durch neue Produktfeatures der Kundennutzen steigt und sich das potentielle Kundensegment vergrößert. Die Maßnahmen dienen letztlich der Steigerung der Conversion Rate (Effizienz bei der Gewinnung von Neukunden) und der Ausweitung des lokalen Marktanteils.

Im Bereich B2B liegt der Fokus auf Messeauftritte sowie Netzwerk-Aktivitäten von wesentlichen Unternehmensbeteiligten, die damit operativ im Business Development tätig sind. Ziel ist die Gewinnung neuer Verticals in den Bereichen Insurance, Leisure, NGOs sowie anderen. Auf erste POCs (Rotes Kreuz Wien, u.a.) kann bereits verwiesen werden.

Während man im heimischen Markt im B2C Bereich auf stolze Ergebnisse blicken kann (Conversion Rate Schnitt 2016, Stand November: 2,47%, 532 Neukunden pro Monat, 20.000+ Unique Users pro Monat (entspricht ca. 120.000 Page Views im

selben Zeitraum), ist bei der Internationalisierung noch viel Raum zur Verbesserung.

Eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung der Marktstrategie ist die Weiterentwicklung der Plattform in Form von neuen Features. Herausragend ist hier der Live Learning Service, der nicht nur einen neuen Punkt der Wertschöpfungskette der Dienstleister in das Leistungsportfolio der Plattform integriert, sondern der ihnen den smarten und vorteilhaften Weg der digitalen Leistungserbringung eröffnet. Für den Konsumenten der Dienstleistung (d.h. den Konsumenten, der einen Kurs oder eine andere Dienstleistung bucht) ist die Leistung nun viel einfacher zugänglich, was in ihrer Wahrnehmung dem in Anspruch genommenen Service besondere Qualität verleiht.

Abstract

There are many providers of upgrade training courses. Some of them do have their own website, others are using one of the innumerable platforms advertising platforms to offer their courses. They all are struggling with time and effort for administrative tasks, organizing their courses and invoicing their customers. Moreover they usually do not have the technical means for efficiently reaching out to their markets. It's about simple delivery of information on the courses as well as marketing actions to catch potentials or, finally, to deliver the service itself.

Today courseticket is an online market place, providing easy-to-use search & booking capabilities for consumers, making it a simple task to list courses for a town or region, not to mention selecting, booking, paying and consuming it. The platform turns the comprehensive market offering of thousands of courses in a simple to compare listing, assuring quality by consumer qualification. It's a one stop shop for the consumer, tearing down the barriers to get info on, access, pay & consume courses.

On the other hand, the service providers can reduce their administrative cost significantly, they do get a professional online presence, an easy to use course planning tool, easy access to new customers, tools for user analytics, automated payment services and finally their service can even be delivered by the means of the platform.

The high level objective of courseticket is to disrupt the service industry. Therefore digital market places for services are to be created. To achieve this objective in a sustainable manner the already existing business model of the online market place (courseticket.com, B2C) shall be expanded by the white label platform for enterprises offering (B2B).

In the fields of B2C the focus is on online and content marketing measures, while product features are adding value and expanding the customer base. In the end its all about the conversion rate, efficiently turning potentials into paying customers while growing in terms of market shares.

In the fields of B2B the focus is on events and networking. This approach is to be conducted by different shareholders, being operational as Business Developers. The objective is to win new verticals in the subsequent sectors: insurance, leisure, NGOs and more. The home country market in the fields of B2C shows off good results: conversion rate avg. 2016 is 2.47% (as of November). New customer growth per month is 532, unique users per month is more than 20.000, resembling ca. 120.000 page views.

It's the internationalization deserving more efforts. One important pre-condition for successfully conducting the marketing strategy is to develop new features for the platform. Especially the new Live learning and video streaming feature is both adding more quality and attractively to the service provider's offering. The possibility to deliver the service by digital means integrates an essential part of the provider's value chain into the platform. The consumer is now only clicks away from consuming the service, making it much easier to do so.

Projektpartner

- courseticket GmbH