Promotion des ventes en partenariat

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Office national suisse du tourisme**

Band (Jahr): **54 (1994)**

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-630123

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

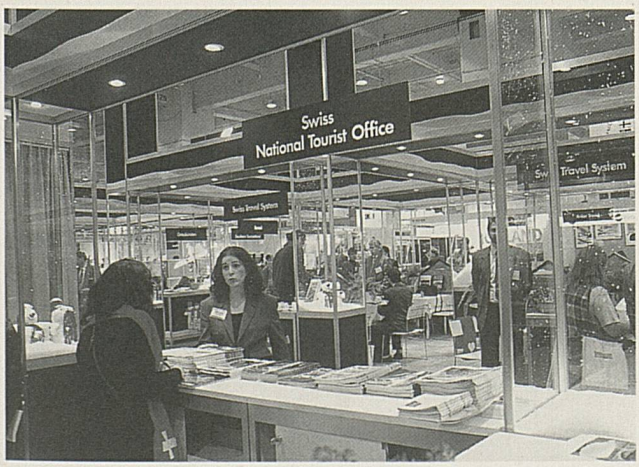
http://www.e-periodica.ch

Promotion des ventes en partenariat

Que tous nos partenaires soient ici cordialement remerciés pour leur soutien lors de nombreuses activités. Seules la participation d'organisations touristiques et les contributions financières l'accompagnant nous permettent de créer des plates-formes pour le contact personnel entre l'offre et la demande. Voici les exemples les plus importants:

Foires et salons touristiques

Dans le monde entier, 14 foires ont été pourvues d'un stand commun suisse, conçu et mis sur pied par le service des expositions de l'ONST. L'objectif était d'inciter les professionnels du tourisme et le public à passer des vacances en Suisse grâce à une offre adaptée le mieux possible au marché.



Swiss Travel Show Canada/USA

Une délégation de plus de 40 organismes touristiques a visité sept villes d'Amérique du Nord et a accueilli plus de 1900 agents de voyages lors de workshops. L'ONST et Swissair ont eu en outre la possibilité de familiariser environ 290 de ces professionnels du voyage avec les avantages de notre pays de vacances lors d'un séminaire de formation intensif (Swiss Seminars).

Voyage promotionnel Japon/Asie du Sud-Est

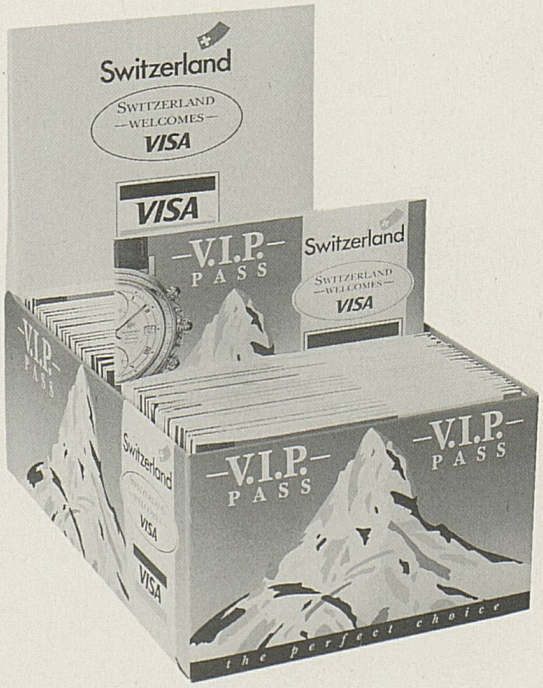
Sous le titre «Swiss Rendez-Vous», Swissair, l'ONST et les prestataires ont organisé des workshops dans huit villes. Outre le Japon, marché traditionnel, plus de 20 prestataires suisses ont pu aussi travailler sur les marchés d'avenir en Asie du Sud-Est et entretenir des contacts personnels avec quelque 1200 demandeurs intéressés – condition importante pour conclure des affaires dans cette région.

Switzerland welcomes VISA

Depuis octobre 1994, la Suisse est l'objectif de VISA International pour toute une année.

Une vaste opération de marketing avec la carte de crédit VISA doit promouvoir les voyages en Suisse sans argent liquide.

Un carnet de bons récompense l'utilisation de la carte de crédit. L'ONST a assumé la coordination pour les offres avec 13 membres des Top Spots de Suisse. Nous nous sommes assurés que les carnets de bons puissent être obtenus dans nos représentations, en plus du travail de relations publiques proprement dit qu'elles effectuent pour notre pays de vacances. Cette présentation spéciale a un effet positif sur l'image et la renommée de la Suisse, comme le montrent les premières expériences.



Avec un passeport VIP, VISA a fait de la publicité pour des vacances en Suisse auprès de 6 millions de titulaires de ses cartes.