

# Vendre la Suisse dans le monde entier

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2000)**

PDF erstellt am: **18.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629764>

## **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.

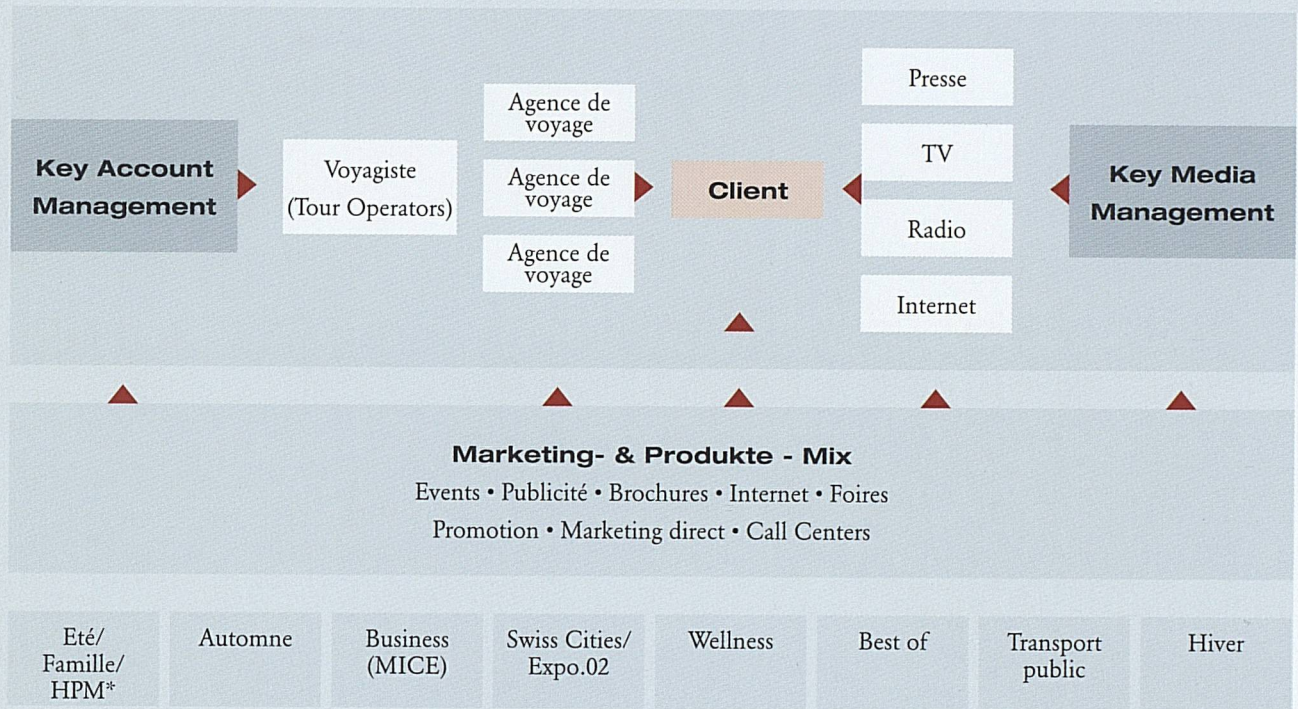
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **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.

# Vendre la Suisse dans le monde entier.

## Marketing Modèle



**La vente de la Suisse se divise en trois domaines:**

### Key Account Management

signifie encadrement des voyagistes et des réseaux de voyages y compris les « Professional Congress Organisers ».

### Key Media Management

Là, il s'agit d'une action visant à placer des sujets sur la Suisse dans les médias et d'éveiller de ce fait des émotions pour notre pays.

### Le Marketing Mix

comprend toutes les possibilités de communication sur les vacances, les voyages et les congrès. Les groupes de produits offrent des champs d'expérience couvrant les différents besoins des hôtes.

Le bon fonctionnement des partenariats au sein de la branche ainsi que des produits forts et concurrentiels de nos prestataires constituent la base de toute action.