

A chaque marché sa Suisse

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2001)**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629811>

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.

A chaque marché sa Suisse.

Tous les ans, la diversité des produits vendus par la Suisse sur les 34 marchés de Suisse Tourisme déclenche le même étonnement. La créativité, une foule d'idées et des partenariats étroits se conjuguent pour donner naissance à des campagnes et à des promotions qui véhiculent la beauté de la Suisse touristique vers des millions d'hôtes actuels et futurs, en suscitant leur enthousiasme.

Suisse Tourisme commercialise les offres touristiques de la destination Suisse dans 34 pays, avec des outils de marketing et de communication élaborés selon le «Key Account Management» pour les intermédiaires commerciaux (voyagistes et agences de voyages) et le «Key Media Management» pour les médias d'un marché. Mais Suisse Tourisme entre également en contact direct avec les clients par le biais de toutes sortes de canaux de communication: par la publicité diffusée dans les campagnes, par les brochures, par MySwitzerland.com, par des événements et des promotions, par des mailings, mais aussi par les trois centres téléphoniques de Switzerland Destination Management. Au gré de ce mix de marketing et de communication, des tâches identiques peuvent être abordées de façon très diverse. Les pages suivantes documentent pour vous le travail accompli sur les marchés traditionnels, mais aussi sur les marchés d'avenir du sous-continent indien, de la Russie, des Etats de la CEI ainsi que des pays du Golfe. Ces marchés se développent chaque année avec un taux croissance à deux chiffres. Aucune raison de se reposer sur ses lauriers, une bonne au contraire de mettre à profit ce potentiel important avec rigueur et continuité.

L'Internet n'a toujours rien perdu de son importance pour la commercialisation touristique en 2001, bien au contraire. Nous avons remanié le site MySwitzerland.com sur une plate-forme entièrement nouvelle pour qu'il demeure le portail leader mondial du tourisme. Les nouvelles plates-formes destinées aux marchés japonais et coréen montrent bien les possibilités d'individualisation que recèle Internet.

