

Verkaufsförderung gemeinsam mit Partnern

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

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

PDF erstellt am: **11.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630198>

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

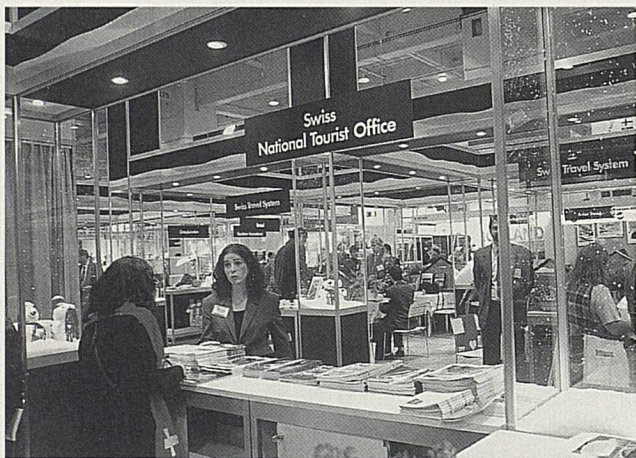
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Verkaufsförderung gemeinsam mit Partnern

Allen Partnern sei hier einmal für die Unterstützung bei den zahlreichen Aktivitäten herzlich gedankt. Nur mit der Teilnahme von touristischen Organisationen und den damit verbundenen finanziellen Beiträgen ist es uns möglich, Plattformen für den persönlichen Kontakt zwischen Angebot und Nachfrage zu schaffen. Hier die wichtigsten Beispiele:

Touristische Fach- und Publikumsmessen

Weltweit wurden 14 solcher Messen mit einem gesamtschweizerischen Stand beschickt, konzipiert und aufgebaut durch den SVZ-Austellungsdienst. Ziel war es, die Fachleute und das Publikum mit einem möglichst marktgerechten Angebot für Schweizer Ferien zu gewinnen.



Swiss Travel Show Kanada/USA

Eine Delegation von über 40 touristischen Organisationen besuchte sieben Städte in Nordamerika und konnte anlässlich von Workshops über 1900 Travel Agents begrüßen. SVZ und Swissair hatten zudem die Möglichkeit, rund 290 dieser Reisefachleute in einer vertieften Schulung (Swiss Seminars) die Vorzüge unseres Ferienlandes näher zu bringen.

Werbereise Japan/Südostasien

Unter dem Titel «Swiss Rendez-Vous» entstanden aus der Zusammenarbeit Swissair / SVZ / Anbieter in acht Städten Workshops. Neben dem traditionellen Gästemarkt Japan konnten so über 20 Schweizer Anbieter

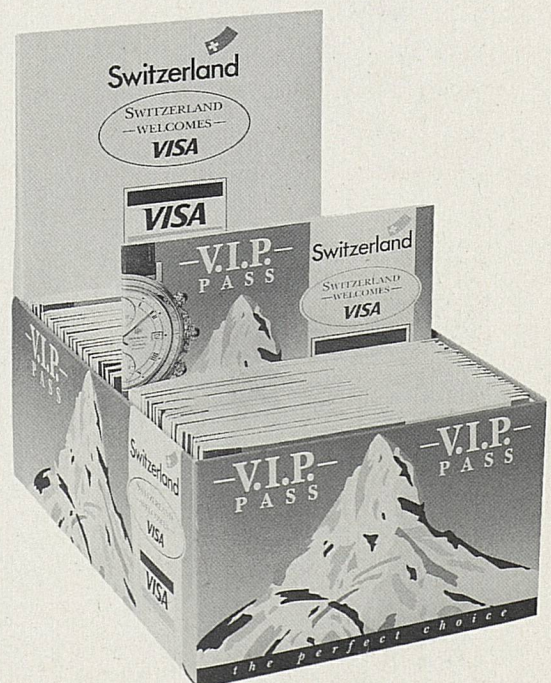
auch die Zukunftsmärkte in Südostasien bearbeiten und mit rund 1200 interessierten Nachfragern den persönlichen Kontakt pflegen – eine wichtige Voraussetzung für Geschäftsabschlüsse in dieser Region.

Switzerland welcomes VISA

Seit Oktober 1994 ist die Schweiz für ein ganzes Jahr das Zielland von VISA International.

Eine grossangelegte Marketingaktion mit der VISA-Kreditkarte soll das bargeldlose Schweiz-Reisen fördern.

Ein spezielles Gutscheineheft «belohnt» den Einsatz der Kreditkarte. Die SVZ übernahm die Koordination mit 13 Mitgliedern der Top Spots of Switzerland für die Angebotsseite. Mit den Landesvertretungen wurde sichergestellt, dass neben der eigentlichen PR-Arbeit für unser Ferienland auch die Gutscheinehefte in unseren Büros erhältlich sind. Dieser Sonderauftritt wirkt sich, wie erste Erfahrungen zeigen, positiv auf Image und Bekanntheit der Schweiz aus.



Mit einem «VIP-Pass» machte die VISA bei sechs Mio. ihrer Karteninhaber Werbung für Schweizer Ferien.