

Netzwerke, die zum Kunden führen

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(1996)**

PDF erstellt am: **16.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630107>

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.



NETZWERKE, DIE ZUM KUNDEN FÜHREN.

Das Schweiz-Angebot wartet nicht darauf, zufällig entdeckt zu werden. Schweiz Tourismus bringt es gemeinsam mit den Partnern zu den Kunden und ist auch im Zeitalter der elektronischen Kommunikation in den wichtigsten Märkten präsent. Das Marketingnetzwerk ist darauf ausgerichtet, für die Partner im Schweizer Tourismus nachfragewirksame Plattformen zu bieten. Um das weltweite Netzwerk zu optimieren, kommt der Zusammenarbeit mit Schweizer Konsulaten, Botschaften und Handelskammern immer grössere Bedeutung zu. In Pilotprojekten wie dem Switzerland Travel Center in London wird das vorhandene Kommerzialisierungspotential eruiert.



Indien-Delegation auf Schweiz-Studienreise, in Begleitung von Federico Sommaruga, Leiter Zukunftsmärkte (1.v.l.).

Für eine wirkungsvolle und kostengünstige Präsenz in den Zukunftsmärkten arbeitet Schweiz Tourismus mit lokalen Partnern auf Mandatsbasis zusammen. In Russland ist seit dem Frühjahr 1996 Gennady Gabrielyan, Mitarbeiter des Beratungsunternehmens Dr. Eckstein & Partner mit Sitz in Moskau, für die professionelle Bearbeitung des Reisefachs und der Medien zuständig. Für den Markt Indien konnte mit der Firma Global Excellence in Bombay ein kompetenter, lokaler Partner verpflichtet werden: Nergish Mody und Shawn Lobo vertreten seit Anfang Juni 1996 die Interessen der Schweizer Tourismusbranche gegenüber dem Reisefach und den Medien Indiens.

Schweiz Tourismus legt aufgrund von Marktstudien die Länderprioritäten und die entsprechenden Nachfrage- und Positionierungsziele fest.

Mitsuko Suzuki, Stv. Leiterin Schweiz Tourismus Japan/Korea.

Piccarda Frulli bearbeitet den mittel- und süditalienischen Markt.



Länderprioritäten

Qualitatives Wachstum		
Land	Priorität	Beschreibung
Schweiz	[Inverted Triangle]	Konzentration der Mittel, neue Angebote entwickeln
Deutschland		
Übriges Europa		
Japan, USA		
Südostasien		Wachstumspotential ausschöpfen
Osteuropa		Etablierung Schweiz als Reiseland, längere Aufenthalte generieren
Mittlerer Osten		
Osten		
Südamerika		

Marktstudien zeigen, wo auf der Landkarte die Erfolgspotentiale des Schweizer Tourismus liegen. Im Desk-Research-Verfahren wurde beispielsweise die aufstrebende Region Südostasien analysiert und die Resultate in eigenen Schweiz Tourismus-Länderbulletins verarbeitet. Das Potential für den Schweizer Tourismus in Südostasien ist gross. Am 1. August 1996 hat Schweiz Tourismus in Hongkong die eigene Vertretung verstärkt, welche für die Marktbearbeitung des gesamten südostasiatischen Raumes verantwortlich zeichnet.

Im Frühling 1996 erschien erstmals der umfassende Schweiz Tourismus-Länderbericht Europa mit statistischen Angaben und Tips zur Marktbearbeitung aus 20 Ländern. Er berücksichtigt auch die osteuropäischen Zukunftsmärkte Russland, Weissrussland, Ukraine, Ungarn und Polen.

Der Aufgabenbereich der Schweiz Tourismus-Vertretungen und -Mandate in den einzelnen Märkten umfasst die professionelle Betreuung der Kunden, die Bearbeitung des Reisefachs und die zielgerichtete Medienarbeit.

Schweiz Tourismus-Aussenstellennetz weltweit

