

Vision.

Le tourisme suisse se caractérise par une prospérité, dans tout le pays. Les phares ayant un rayonnement international ainsi que les petits prestataires touristiques assurent des marges et ainsi une force de renouvellement.

Objectif de volume

Augmentation du taux de remplissage, des nuitées, des fréquences.

Objectif qualité

Promotion d'un tourisme de qualité.

Objectif clientèle

Enthousiasmer les clients.

Objectif création de valeur

Application des prix d'achat / de valeur ajoutée et RevPAR élevé (Revenue per available room).

Objectif politique régionale

Renforcement du secteur d'activité également dans les régions périphériques.

Stratégie marketing

ST capture l'attention des hôtes avec un marketing audacieux et créatif pour le tourisme suisse.

Stratégie de marchés

ST a des succursales sur les marchés cibles. Elles créent des canaux de communication et de vente.

Modèle de coopération

ST regroupe les moyens et coordonne les activités de marketing de la branche dans le but d'attirer de nouveaux hôtes cibles.

Leadership-Credo

ST conçoit et agit avec prévoyance et identifie les tendances, les développements et le potentiel d'innovation à un stade précoce.

Mission.

ST stimule une demande de voyage durable pour les vacances, les congrès et les excursions en Suisse en se focalisant sur la conquête de nouveaux clients.

Ligne directrice.

ST est une entreprise de marketing dynamique, prospère au niveau international. ST établit avec confiance des objectifs ambitieux avec des partenaires professionnels.

Philosophie d'entreprise.

ST s'efforce de créer une atmosphère d'équipe dynamique et encourage les nouveautés et innovations non conventionnelles. La pensée et l'action entrepreneuriales mènent à une forte orientation axée sur les objectifs et à la poursuite du succès touristique.