



Neu: Personas für den Schweizer Tourismus. Key Takeaways.

Wünschen Sie sich mehr Gäste, die perfekt zu Ihrem Angebot passen? Möchten Sie Ihre Marketingmittel noch wirksamer einsetzen? Schweiz Tourismus (ST) hat weltweit über 4'000 potenzielle Gäste befragt, um ihre Bedürfnisse, Reisemotive und Buchungsgewohnheiten besser zu verstehen. Das Ergebnis ist eine praktische Toolbox, mit der Sie Ihre Zielgruppe identifizieren und mit der richtigen Botschaft auf dem richtigen Kanal ansprechen können. Lernen Sie die ersten, wissenschaftlich validierten Personas für das Reiseland Schweiz kennen.

Zielgruppen- segmentierung.

Erste und grösste empirisch gestützte Zielgruppensegmentierung Post-Corona für den Schweizer Tourismus. ST hat in neun der wichtigsten Märkte statistisch relevante Daten erhoben und Gäste-Insights für die Branche aufbereitet.

Personas.

Die relevante Zielgruppe für das Reiseland Schweiz wurde in 6 Personas segmentiert, die international valide sind.

Marktspezifische Aktivitäten.

Filter erlauben effiziente und effektive Planung von marktspezifischen Aktivitäten: Marketing, Positionierung und Angebotsentwicklung werden so auf eine solide Datenbasis gestellt.

Toolkit.

ST stellt für die neuen Personas ein Toolkit zur Verfügung. Dazu gehören die Personas-Frameworks, OnePager und Dashboards.

Mehr Wirkung für unser Wirken

Wir ändern nicht das Angebot des Reiselandes Schweiz, aber die Sichtweise darauf. Neu gehen wir nicht vom Produkt, sondern vom Gästebedürfnis aus, um unsere Marketingaktivitäten zu planen. Dies erlaubt es, zielführender den Gast durch die Customer Journey zu begleiten. Mehr Wirkung für unser Wirken.

Speakers

Glenn Oberholzer, Experte für Kundenfokus und Partner – Stimmt AG

André Hefti, Leiter Marketing – Schweiz Tourismus

Nina Kölbl, Projektleiterin Personas und Accommodation Marketing Managerin – Schweiz Tourismus

Links

Personas Hub (komplette Daten für ST-Mitglieder):
stnet.ch/de/personas

Personas Quiz:
switzerlandtourism.typeform.com/personas