

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme

**Herausgeber:** Suisse tourisme

**Band:** - (1997)

**Artikel:** Key account management: notre clé du succès

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629757>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

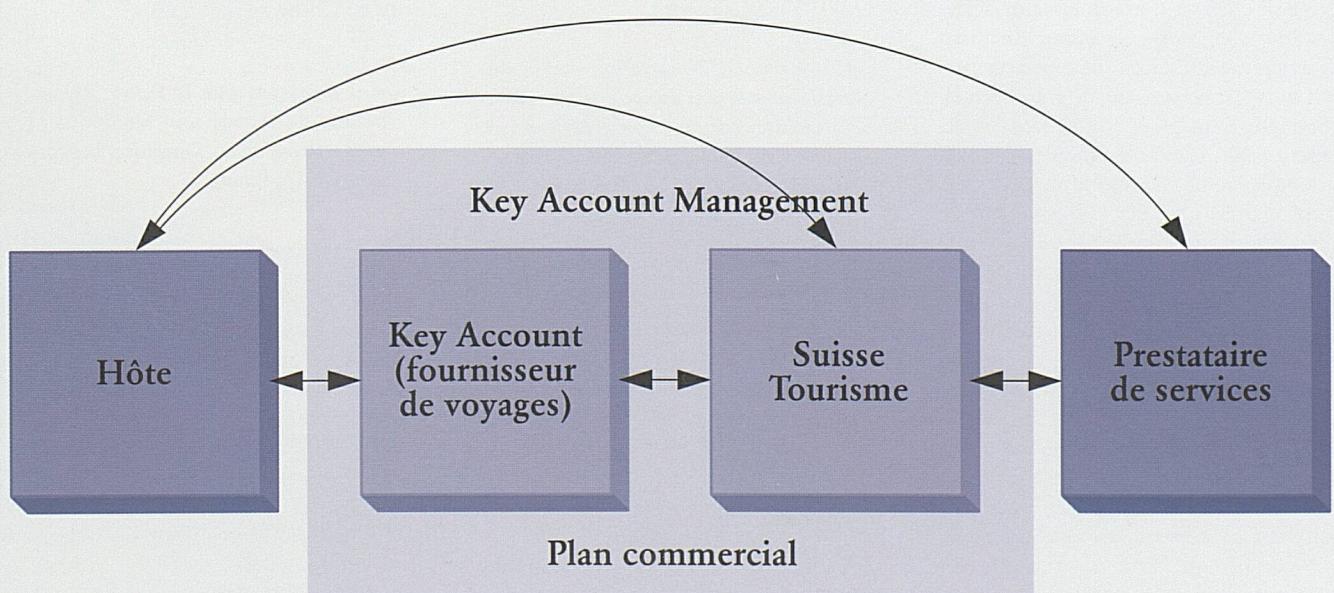
### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 05.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Key Account Management: notre clé du succès.



Dans tous les domaines d'activités, il importe de concentrer l'engagement des ressources et du personnel sur l'essentiel. Cette constatation a amené Suisse Tourisme à regrouper ses forces et à adopter le Key Account Management. Key Account Management signifie une planification commerciale à moyen ou à long terme et une étroite collaboration avec des partenaires peu nombreux mais importants sur la base d'un plan commercial écrit ayant pour objectif d'augmenter la demande pour des vacances en Suisse. Le plan commercial définit des mesures communes dans les domaines de la publicité, de la promotion des ventes et des relations avec les médias.

#### Key Account.

Un Key Account est un intermédiaire important pour les voyages en Suisse. Les voyagistes, les compagnies aériennes, les chaînes hôtelières, les organisateurs d'incentives, les compagnies de chemin de fer et d'autocars, les clubs automobiles, les associations d'ainés, les associations professionnelles, les organisations commerciales sont par exemple, en leur qualité de clients clés, d'importants multiplicateurs pour l'augmentation de la demande pour des voyages en Suisse. Comme condition préalable indispensable lors de la désignation des Key Accounts, il faut accorder de la valeur à un nombre important d'arrivées/nuitées, au potentiel d'augmentation des nuitées, au degré de réputation et de prestige, à la disposition à former des spécialistes de la Suisse, à une bonne distribution et à la disposition à un partenariat de longue durée.

#### Le succès.

Suisse Tourisme est parvenu dans 13 pays à conclure des plans commerciaux avec 48 voyagistes. Ces accords visent à une augmentation de 200000 nuitées pour l'année 1998.

Suisse Tourisme Allemagne est parvenu à signer des accords de coopération avec de grands tours-opérateurs aux orientations différentes tels Ameropa, Kipferl's Reisen, Allrounder Reisen, IST Reisen ou Action Reisen. En Grande-Bretagne/Irlande, 15 plans commerciaux ont pu être conclus au total. Des partenaires tels Swiss Travel Service, Crystal Holidays et Kuoni Travel ont enregistré par rapport à l'année précédente des taux de croissance pour les nuitées suisses de plus de 20%. En France, Suisse Tourisme a eu l'opportunité de lancer, en collaboration avec Réductour, une grande campagne publique dans le métro parisien. 125 grandes affiches bien visibles ont, pendant quinze jours, présenté la Suisse en tant que destination de vacances attractive au public. En Espagne, en Tchéquie



En commun avec Réductour: publicité pour la Suisse dans le métro parisien.

et en Italie aussi, Suisse Tourisme a signé des accords de coopération avec des milieux en vue de la branche des voyages. Suisse Tourisme Amérique du Nord s'est également engagé à collaborer étroitement avec des Key Accounts. Colette Tours a pu, en 1997, augmenter les offres de voyages en Suisse de 179%. En Suisse, Railtour Suisse est parvenu en 1997, grâce au Key Account Management, à augmenter le nombre d'hôtes de 24%.

#### Le Switzerland Travel Mart STM génère 300 000 nuitées.

Plus de 300 professionnels du voyage de 39 pays ainsi que 35 représentants des médias du monde entier se sont informés sur les dernières offres et prestations du tourisme suisse lors du 9<sup>e</sup> Switzerland



La poignée de main 007 de Roger Moore lors du STM à Crans-Montana.

Travel Mart STM qui s'est tenu du 6 au 8 avril 1997 à Crans-Montana. Pour les représentants de la branche incoming, la manifestation organisée tous les deux ans par Suisse Tourisme offre une plate-forme importante pour faire connaître à un public spécialisé sélectionné toute la palette des prestations touristiques de la Suisse, pays de vacances. 400 prestataires suisses – représentants des offices du tourisme régionaux et locaux, voyagistes, groupes hôteliers et entreprises de transport – ont pris part à la manifestation et ont pu nouer d'importants contacts avec des professionnels du voyage de tous les pays du monde. A la suite du Switzerland Travel Mart STM, les visiteurs étrangers ont eu l'occasion, lors de voyages d'étude, de découvrir les endroits de leur choix en Suisse ou d'approfondir leurs connaissances sur notre pays de vacances.

Les spécialistes des voyages ont pronostiqué, du fait du STM, une augmentation de 300 000 nuitées et de 12 000 passagers chez Swissair pour les saisons hiver 97/98, été 98 et hiver 98/99.

Voyagiste Toshiaki Murakami, du Japon, à propos du STM: «L'organisation est excellente et la cérémonie d'ouverture était particulièrement réussie.»