

Weltweit Schweiz verkaufen

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2000)**

PDF erstellt am: **21.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630092>

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.

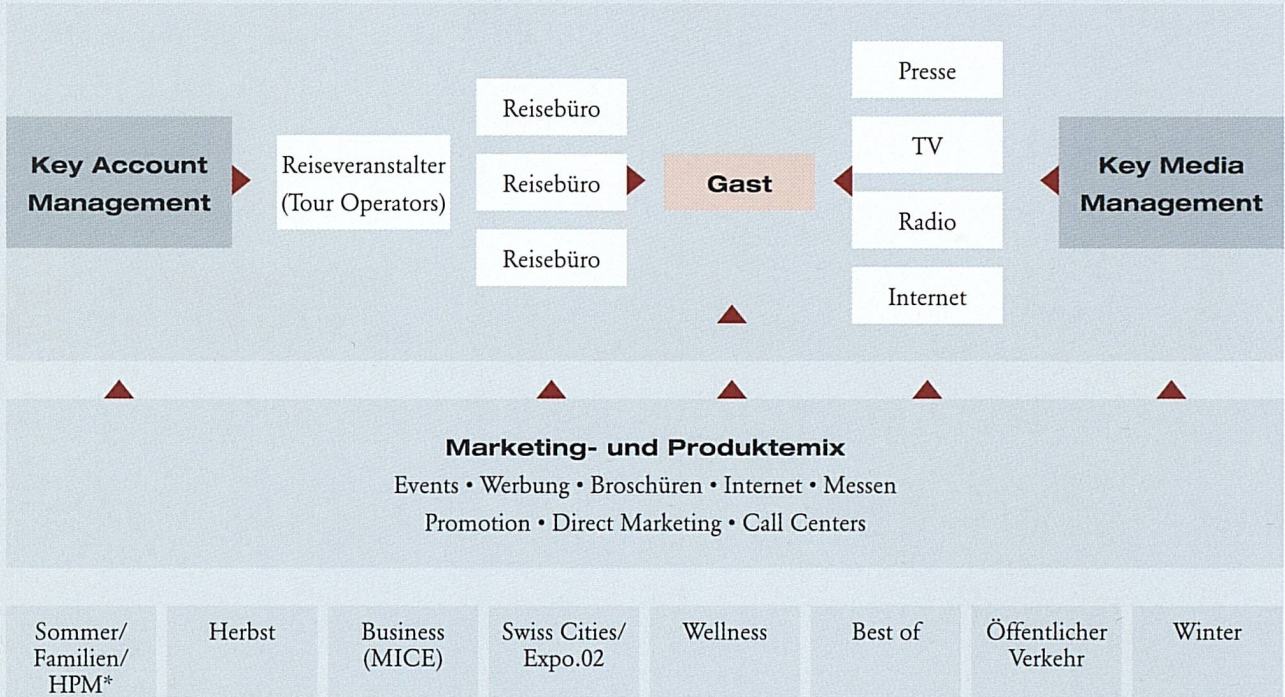
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

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.

Weltweit Schweiz verkaufen.

Marketing-Modell



Schweiz verkaufen lässt sich in drei Bereiche unterteilen:

Key Account Management

bedeutet die Betreuung von Reiseveranstaltern und Reizenetzwerken inkl. Professional Congress Organizers.

Key Media Management

Hier gilt es, proaktiv Schweiz-Themen in den Medien zu platzieren und dadurch Emotionen für unser Land zu wecken.

Marketingmix

umfasst alle Möglichkeiten der Ferien-, Reise- und Kongresskommunikation. Die Produkte-Gruppen bieten Erlebniswelten, die die verschiedenen Gästebedürfnisse abdecken.

Das Fundament jeglichen Wirkens sind gut funktionierende Branchenpartnerschaften und starke, konkurrenzfähige Produkte unserer Leistungsträger.