

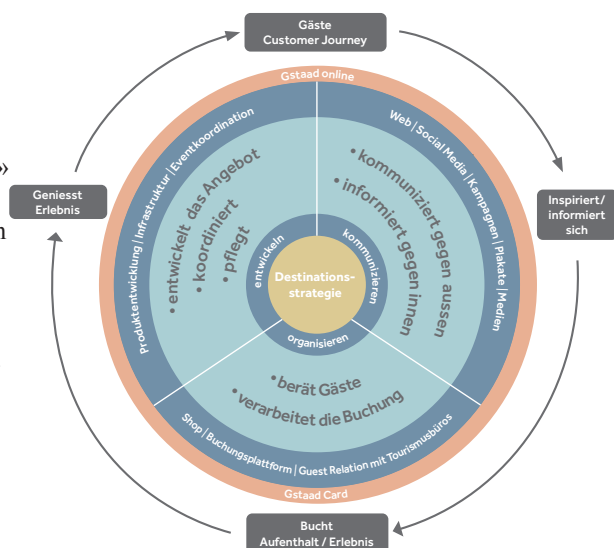
IM DIENSTE DER DESTINATION

Gstaad Saanenland Tourismus

«Wo sollen wir unsere nächsten Ferien verbringen?»
«Wir möchten das Bergbahnerlebnis in Gstaad buchen.»
«Die Infrastruktur in der Destination ist auf einem hervorragenden Level und hat uns ein unvergessliches Erlebnis beschert.»

Gstaad Saanenland Tourismus (GST) ist bestens gerüstet, um auf diese Fragen und Reaktionen zu antworten (siehe nebenstehendes Diagramm). Die Marketingabteilung kommuniziert durch unterschiedlichste Kanäle mit dem Gast, der die Absicht hat, in der Destination Ferien zu machen. In der Abteilung «Guest Relation mit Tourismusbüros» beraten kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in mehreren Sprachen und buchen die vielfältigsten Erlebnisse. In den

Abteilungen «Destinationsentwicklung» und «Infrastrukturen» werden neue Angebote entwickelt und Infrastrukturen gepflegt, damit die Erlebnisse immer wieder überraschen und erfreuen. Während allen Phasen der «Customer Journey» sind Gäste, Einheimische und Leistungsträger auf eine umfassende und trotzdem einfach zu bedienende digitale Plattform angewiesen. Deshalb umspannt das Projekt «Gstaad online» alle Tätigkeiten des GST.



ARIANE LUDWIG
Marketing & Sales

«Wir sorgen mit verschiedenen Massnahmen, dass unsere Destination auf der touristischen Landkarte präsent ist. Dazu gehören verschiedene Offline- und Online-Marketingaktivitäten wie die Realisation von klassischer Plakatwerbung und Broschüren, aber auch die Pflege der verschiedenen Social-Media-Kanäle und der Website gstaad.ch – des wichtigsten Kommunikationskanals der Destination.»



CLAUDIA TSCHUDIN
Events

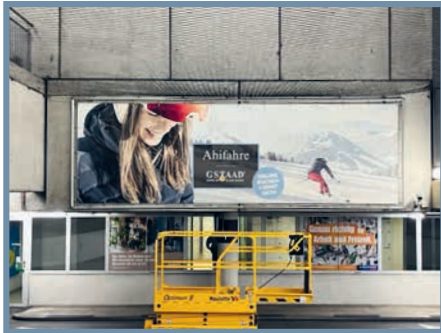
«Der Bereich MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) umfasst nicht nur die Organisation von Events und Seminaren, sondern auch die sehr wichtige Zusammenarbeit mit den Top Events der Destination. Es ist ebenfalls eine grosse Aufgabe, Eventorganisationen zur Seite zu stehen und ihnen bei der Durchführung ihrer Veranstaltungen behilflich zu sein.»



RONNIE OEHLI
Digitalisierung & Innovation

«Mobile first – das ist das eine. Dazu kommt das wachsende Bedürfnis der Gäste, alle Angebote einer Destination auf einer einzigen Plattform buchen zu können. Teilelemente sind: die Gstaad Card, digitale Gästekarte; die ChatBot, elektronische Auskunft; der Webshop mit buchbaren Angeboten. Damit all dies möglich wird, unterstützen wir die Leistungsträger auf dem Weg in die digitale Zukunft.»

Gstaad Saanenland Tourismus trägt die Destination Gstaad mit ihrer Vielseitigkeit nach aussen, um wiederum Wertschöpfung für die gesamte Region zu generieren. Es ist wichtig, dass wir beim Gast präsent sind, wenn er/sie seine/ihre Feriendestination für seine nächsten Winter- oder Sommerferien aussucht. Jede Destination im In- und Ausland kämpft um den gleichen Gast. Deshalb informiert GST in Zusammenarbeit mit den Bergbahnen der Destination Gstaad AG und verschiedenen Leistungsträgern über das aktuelle Angebot auf verschiedenen Kanälen und bewirbt es:



Plakate lokal & regional

Auf diversen Plakatwänden wird auf die Destination Gstaad aufmerksam gemacht.



Broschüren & Faltkarten

Unsere Broschüren sind informativ, inspirativ und nützlich für unsere Gäste.



Kommunikation über Social Media

Unser Angebot mit unseren Kernbotschaften wird über Facebook, Insta und LinkedIn an die digitale Welt kommuniziert.



Medienarbeit

Wir zeigen den Journalisten:innen die Destination Gstaad. Resultat: Medienberichterstattung im In- und Ausland.



Sales

Wir sprechen mit Reisebüros und Tour-Operators, die die Leistungsträger der Destination wiederum an ihre Kunden vermitteln.



Sommer- & Winterkampagnen

Breitgefächerte Marketingaktivität, um die Destination mit TV Spots, Werbung in den öffentlichen Verkehrsmitteln, Magazinen etc. breit nach aussen zu tragen.

MARKETING REPORTING
www.gstaad.ch/reglemente



GSTAAD[®]
COME UP  SLOW DOWN

Gstaad Saanenland Tourismus | Promenade 41 | 3780 Gstaad/Switzerland
T +41 33 748 81 81 | info@gstaad.ch | www.gstaad.ch