

Session 5: Neue Angebote für neue Zielgruppen

Moderatorin: Gabriele Bryant

Ausgangslage:

Die alten Zielgruppen, vor allem aus dem Ausland, kommen vielerorts nicht mehr. Wo finden wir neue Zielgruppen und womit können wir sie ansprechen?

Wo könnten die neuen Zielmärkte sein?

Schweiz, Welschschweiz, Tessin.

Deutschland, Österreich.

Italien, Frankreich, Benelux, UK, Skandinavien...

- Wir müssen jetzt die abholen, die sonst im Winter auf die Malediven fliegen.
- Skifahrer, Wellnessgäste ansprechen

Stadthotels

- In den Städten wird es im Winter noch schwieriger werden.
- Shopping und Events als Angebote ziehen nicht mehr. Die Leute shoppen grade lieber online und verzichten auf grosse Events.
- Wie wär's mit kulturellen Packages?
- Die ganze Destination muss mitziehen. Ein einzelnes Hotel kann da wenig ausrichten.
- Warum können wir keine Landbewohner in die Stadt holen, damit sie mal was Anderes erleben!?
- Staycations: Locals ins Hotel holen. In Luzern gab es einen Rabatt als Dankeschön an die Lokalbevölkerung.

Allgemein

- Wir hatten diesen Sommer so viele Romands wie noch nie zuvor. Für sie ist die Deutschschweiz ja fast wie Ausland. Wie können wir das fortsetzen?
- Wer Romands will, muss zwingend französisch sprechen - im Marketing, aber auch im Hotel/Restaurant.
- Schweizer Hotels sollten sowieso viersprachig kommunizieren.

- Allgemein nehmen Last Minute Mentalität und Kurzfristigkeit zu.
- Es geht nicht darum, günstiger zu sein, sondern mehr Erlebnis zu bieten.
- teilweise werden Packages gerade sehr viel mehr gebucht als früher.
- Spezielle Angebote schnüren, die es sonst nicht gibt: Candlelight-Dinner im Zimmer, Dinner nur für Zwei auf der Terrasse, exklusive Loungeangebote, Räume erleben, die man sonst nicht zu sehen bekommt, etc.
- Dynamische Packages zum Selberzusammenstellung mit exklusiven Zusatzleistungen auch in der Destination und/oder mit Direktoren/Mitarbeitenden.

- Manche Angebote muss man auch einfach fürs Image, für die Strahlkraft und fürs Storytelling/Contentmarketing machen.
- Gratis Minibar (bei Direktbuchung) kommt bei uns grade sehr gut an.
- Wir haben ein exklusives Angebot «Hochzeit für Zwei» aufgesetzt, das kam sogar in 20Minuten.
- Wir machen ein Angebot mit Restaurantgutschein in Basel.
- Wir sollten jüngere Zielgruppen ansprechen.

Anmerkung - Link zum Thema Staycations:

<https://www.hotelchamp.com/blog/create-staycation-campaign-2020/>