

Les réseaux qui conduisent au client

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): **- (1996)**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629752>

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.



LES RÉSEAUX QUI CONDUISENT AU CLIENT.

L'offre suisse n'attend pas d'être découverte par hasard. Suisse Tourisme avec ses partenaires va au-devant des clients; il est également présent sur les principaux marchés à l'ère de la communication électronique. Le réseau de marketing est axé sur l'offre de plates-formes favorisant la demande pour les partenaires du tourisme helvétique. Pour optimiser le réseau mondial, la collaboration avec les consulats de Suisse, les ambassades et les chambres de commerce prend toujours plus d'importance. Dans des projets pilotes tel que le Switzerland Travel Centre à Londres, on étudie le potentiel de commercialisation existant.



Délégation des Indes lors d'un voyage d'étude en Suisse, accompagné de Federico Sommaruga, responsable Marchés d'avenir.

Pour une présence efficace et peu coûteuse sur les marchés d'avenir, Suisse Tourisme travaille avec des partenaires locaux sur la base de mandats. En Russie, depuis le printemps 1996, Gennady Gabrielyan, collaborateur de l'agence Dr Eckstein & Partner avec siège à Moscou, est responsable de la prise en charge professionnelle des milieux touristiques et des médias. Pour le marché indien, Suisse Tourisme s'est associé à l'entreprise Global Excellence à Bombay, partenaire local compétent: Nergish Mody et Shawn Lobo y représentent depuis juin 1996 les intérêts du tourisme suisse auprès des professionnels du tourisme et des médias. Sur la base d'études de marché, Suisse Tourisme détermine les priorités par pays et les objectifs qui en découlent pour la demande et le positionnement.

Mitsuko Suzuki, Directrice-adjointe, Suisse Tourisme
Japon/Corée



Piccarda Frulli traite le marché de l'Italie du Centre et du Sud



Priorités par pays

Croissance qualitative		
Pays	Priorité	Description
Suisse		Concentrer les moyens
Allemagne		Développer de nouvelles offres
Reste de l'Europe		Maintient, ciblage sur CH/D
Japon, USA		Points essentiels
Asie du Sud-Est		F/I/Bénélux
Europe orientale		Activer tout le potentiel de croissance
Moyent-Orient		Etablir la Suisse comme pays de vacances, générer des séjours plus longs
Amérique du Sud		

Des études de marché montrent où les potentiels de succès du tourisme suisse se situent géographiquement. Par des recherches, on a par exemple analysé la région en expansion de l'Asie du Sud-Est et présenté les résultats dans les bulletins par pays rédigés par Suisse Tourisme. Le potentiel pour le tourisme suisse est grand en Asie du Sud-Est. Le 1er août 1996, Suisse Tourisme a renforcé sa propre représentation à Hong Kong, responsable de tout le marché de l'Asie du Sud-Est.

Au printemps 1996, le bulletin Europe de Suisse Tourisme, détaillé par pays, est paru pour la première fois avec des données statistiques et des conseils pour le traitement du marché de dix pays. Il prend aussi en compte les marchés d'avenir d'Europe orientale, Russie, Biélorussie, Ukraine, Hongrie et Pologne.

Les tâches des représentations de Suisse Tourisme et les mandats dans les différents marchés comprennent la prise en charge professionnelle des clients, le traitement des milieux touristiques et le suivi des médias.

Les représentations de Suisse Tourisme dans le monde

