

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft
Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland



VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER
ASSOCIATION SUISSE DES MANAGERS EN TOURISME
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEI MANAGERS DEL TURISMO
ASSOCIAZIUN SVIZRA DALS MANAGERS DAL TURISSEM

Schweiz Tourismus.
MySwitzerland.com



Seminar

Social Media Marketing für Tourismusorganisationen

Donnerstag, 17. Juni 2010



Zeit und Ort

Donnerstag, 17. Juni 2010
von 09.30 –16.30 Uhr
am ITW an der Rösslimatte 48
in Luzern im Raum 2.02
(12 Gehminuten vom Bahnhof entfernt)

Kosten

CHF 150.00
(CHF 99.00 für VSTM-Mitglieder)

Anmeldung

Hochschule Luzern - Wirtschaft
Institut für Tourismuswirtschaft ITW
Rösslimatte 48, Luzern
Tel.: 041 228 41 45
Fax: 041 228 41 44
E-Mail: itw@hslu.ch
www.hslu.ch/itw

Anmeldeschluss

04. Juni 2010

Seminarbeschrieb

Touristen laden Fotos auf Flickr, werden auf Facebook Fans von Destinationen, diskutieren mit Gleichgesinnten in der Online-Community TravBuddy, bewerten Hotels auf Holidaycheck und TripAdvisor oder berichten von den Reiseerlebnissen auf einem persönlichen Blog. Die Nutzung dieser Dienste auf dem Internet zeigt, dass die Gäste zunehmend Informationen ins Web stellen und über neue Medien kommunizieren. Aufgrund des Austausches unter den Nutzern werden diese Plattformen und Inhalte auch als Social Media bezeichnet. Es ist erwiesen, dass

- Touristen diesen Inhalten von anderen Touristen vertrauen und teilweise den betriebseigenen Informationen weniger Glauben schenken;
- Social Media Plattformen immer mehr für die Suche genutzt werden und die Entscheidungen der Nutzer beeinflussen;
- Leistungserbringer zunehmend eine Präsenz auf Social Media Plattformen anstreben, aber gegenwärtig noch in der Experimentierphase stehen.

Gerade für Tourismusorganisationen und Leistungsträger stellt sich jedoch die Frage, wie einerseits die Aktivitäten auf diesen Plattformen beobachtet werden können und wie andererseits eine aktive Teilnahme auf Social Media Plattformen realisiert werden soll.

Zielsetzungen

Die Teilnehmer/innen sollen am Ende des Seminars

- die grundlegenden Eigenschaften von Social Media verstehen,
- Kenntnis haben, wie Social Media im Marketing zweckmässig eingesetzt werden kann,
- Instrumente für ein effektives Monitoring von Social Media kennen.

Zielpublikum

Entscheidungsträger aus Tourismusorganisationen
(Direktoren, Marketing-Leiter, Onlinemarketing-Leiter)

Tagesablauf

Teil 1 Einführung/ Grundlagen	Was ist Social Media Marketing? Wie sieht das Verhalten der Nutzer aus? Was sind die Erfolgsfaktoren?	Simon Künzler	30'
Teil 2 Social Media Marketing Fallbeispiele	Fallbeispiel Coca Cola Schweiz Tourismus: Erste Erkenntnisse aus Kampagnen und Experimenten Fallbeispiel einer Destination in Kanada Fallbeispiel einer Destination im Alpenraum	Simon Künzler Thomas Winkler Andreas Liebrich Michael Fux	75'
Kaffeepause (30')			
Teil 3 Benchmark der Teilnehmer	Bestandsaufnahme der teilnehmenden Destinationen (Was haben die Teilnehmer für Aktivitäten im Social Media Marketing?)	Michael Fux / Roland Schegg	15'
Teil 4 Diskussion	Was sind die Erfahrungen der Teilnehmer? Welche Massnahmen sind zukünftig geplant? Was sind Fragen zur Umsetzung?	Diskussionsleitung: Andreas Liebrich	30'
Mittagspause (75')			
Teil 5 Social Media Monitoring Fallbeispiele	Monitoring von Social Media am Beispiel von Best Western durch Netbreeze Monitoring von Social Media am Beispiel von Wallis Tourismus durch Trustyou Potenziale von Open Innovation Modellen im Tourismus mit Fokus auf Crowd Sourcing	Roland Schegg / François Rüt Michael Menzel / Vincent Bornet Christian Hirsig	75'
Teil 6 Diskussion	Was sind Anforderungen an das Monitoring? Was sind Erfahrungen beim Monitoring? Was sind Nutzenpotenziale?	Diskussionsleitung: Michael Fux	30'
Teil 7 Lessons Learned	Was sind die Erkenntnisse des Workshops? Was sind die nächsten Schritte im Social Media Marketing bzw. Monitoring?		15'

Networking Drink