

MEDIENMITTEILUNG

CAS Digital Marketing – wertvolle Weiterbildung im Tourismus



AbsolventInnen und Verantwortliche CAS in Digital Marketing for Touristic Services

Im vergangenen Herbst haben das Institut Tourismus der HES-SO Wallis und ritzy* Weiterbildung ein CAS in Digital Marketing für den Tourismus gestartet. Letzte Woche präsentierten die Teilnehmenden ihre Schlussarbeiten, d.h. ein Praxisprojekt aus ihrem Betrieb oder ihrer Destination. Sowohl die Teilnehmenden als auch die Verantwortlichen des CAS sind sehr zufrieden und ziehen ein positives Fazit.

Das Internet hat auch das Marketing und die Tourismusbranche revolutioniert. Informationen, Reservationen und Inspirationen werden heute online abgewickelt. Mit der Globalisierung und der Digitalisierung entwickelt sich der Tourismus dynamisch. Die Herausforderungen im digitalen Marketing nehmen an Komplexität zu. Dies verlangt, dass sich Unternehmen und Mitarbeitende am Puls der Zeit bewegen und den Überblick über neue Online-Marketingkanäle, Innovationen, Technologien und Trends behalten, wollen sie wettbewerbsfähig bleiben.

Gesamtheitliches Verständnis im digitalen Marketing

Das CAS Digital Marketing hatte zum Ziel, den Tourismus- und Marketingakteuren die theoretischen Grundlagen des Digital Marketing zu vermitteln und diese praktisch im bestehenden Marketing-Mix der eigenen Unternehmung oder Destination anzuwenden.

Adrian Schnyder, Geschäftsführer Lötschental Tourismus: *Die Weiterbildung war dank aktuellen Best-Practice-Beispielen und unter Einbezug von Fachexperten aus der Tourismus- und Marketingbranche sehr praxisbezogen.*

In Zeiten der Informationsflut braucht es neue Formate in den Bereichen Werbung und Content Marketing. Die zunehmende Komplexität im Marketing einerseits und der Mangel an digitaler Kompetenz in den Unternehmen andererseits stellt viele Unternehmen vor Probleme. Silvio Burgener, Brig-Simplon Tourismus: *«Die Digitalisierung ermöglicht eine grosse Anzahl von Daten. Das CAS hat aufgezeigt, wie wichtig es für den Tourismus ist, diese Vielzahl von Daten gezielt zu nutzen, um ein effektiveres und effizienteres Marketing zu betreiben.»*

CAS mit 4 Modulen

Im Modul 1 wurden die Trends und Handlungsfelder sowie die Marketinginstrumente im digitalen Umfeld thematisiert, als Basis für eine digitale Marketingstrategie. Im Modul 2 rückten mit der Digitalisierung und Inszenierung bei der Angebotsgestaltung die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden ins Zentrum. Weiter wurden digitale Preisstrategien mit Tools analysiert. Im Modul 3 wurden der Content in Video-, Bild- und Textform auf der Website, in Mobile Applikationen oder in Social Media betrachtet sowie die Verknüpfung von klassischen mit neuen Medien analysiert. Dabei wurde ein spezielles Augenmerk auf Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) und Mixed Reality (MR) gelegt. In Modul 4 wurden die Grundlagen und Werkzeuge der Marketing-Intelligence vermittelt.

Projektkonzept aus dem eigenen Betrieb

Für Andreas Zenhäusern, Leiter des CAS in Digital Marketing for Touristic Services, ist klar, dass der praktische Ansatz auf dem Weiterbildungsmarkt von entscheidender Bedeutung ist. *«Es reicht nicht, die Trends und Herausforderungen im digitalen Marketing zu kennen, sondern man muss die Instrumente im digitalen Marketing auch gezielt einsetzen.»*

Daher wählten die Teilnehmenden für die Modulevaluationen sowie die Schlussarbeit selber ein Thema aus ihrem Unternehmen aus und setzten dieses um. Themen für die Projekte in den Destinationen waren beispielsweise digitale Strategie; elektronisches Meldewesen und Gästekarte; Regionaler Social Media Manager; Websiteoptimierung, Konzept für perfekten Imagefilm in der Hotellerie; Digital Coaches für das Oberwallis; Einbindung von Augmented Reality im Destinationsmarketing. Bei der Umsetzung der Projekte wurden die Absolventen von Dozenten, Fachexperten und anderen Teilnehmenden begleitet und unterstützt.

Jeremy Kunz, Marketingleiter Seiler Hotels: *«Da wir selber die Themen für die Modularbeiten und das Abschlussprojekt festlegen konnten, wurden die zeitlichen und finanziellen Ressourcen vollständig für den eigenen Betrieb eingesetzt.»*

Positives Fazit und CAS wird wiederum angeboten

Sowohl die Teilnehmenden als auch die Verantwortlichen ziehen ein sehr positives Fazit zu der erstmals durchgeführten Weiterbildung. Im kommenden Herbst wird das CAS daher auch auf Französisch angeboten und im Herbst 2020 dann erneut auf Deutsch.

Beatrice Meichtry, Marketingleiterin Touristische Unternehmung Grächen: *«Ergänzend zu der wertvollen Weiterbildung habe ich den regen Austausch mit den Dozenten, Fachexperten und den Teilnehmenden sehr geschätzt. Den Austausch und das Netzwerk werden wir über das CAS hinaus beibehalten.»*

Kontakt:

Zenhäusern Andreas

Dozent Marketing

Koordinator Beratung & Vertrieb

ritzyl* Weiterbildung

Email : andreas.zenhaeusern@ritzyl.ch

Tel. +41 27 606 90 74

Mobile : +41 76 390 20 40