

# Nachhaltig Kontakte knüpfen

## SEMINARFACHLEUTE IN DIE DESTINATION HOLEN

**ZI Die Destination Zermatt-Matterhorn ist der ideale Ort für Firmenveranstaltungen, Tagungen und Team-building. Zermatt Tourismus stellt das entsprechende Angebot regelmässig an Fachmessen vor. Auch wird während Verkaufsreisen gezielt auf potenzielle Partner zugegangen. Der Fokus liegt diesen Frühling auf der Romandie.**

Fachleute für Meeting-, Incentive-, Conventions- und Events (MICE) suchen für ihre Firmenveranstaltungen ausserordentliche Orte, die auch eine breite Programm-Palette anbieten. Zermatt-Matterhorn hat im Rahmen der zweiten Konferenz-Arena in Zürich am 29. Januar 2014 aufgezeigt, warum Zermatt eine exklusive Meeting- und Incentive-Destination ist. Vertreten war die Destination an der MICE-Messe durch drei Leistungsträger: das Parkhotel Beau Site, Stoked Experience und Zermatt Tourismus. «Die Konferenz-Arena ist für die Destination eine sehr interessante Plattform. Dies, weil sich die Fachmesse ausschliesslich an Eventplaner richtet», erklärt Tanja Hengartner, Product Manager und MICE-Verantwortliche von Zermatt Tourismus. Die Messe biete ausserdem die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen und bestehende zu festigen.

### Durch speziellen Auftritt auffallen

Die Damen in Zermatter Tracht, die Herren im Bergführer-Tenue. So präsentierte sich die Destination den Messebesuchern am Stand der Konferenz-Arena. «Es geht darum, den Fachleuten aufzuzeigen, was Zermatt-Matterhorn ausmacht: Tradition, Authentizität und alpine Kompetenz», erläutert

Tanja Hengartner. An der Konferenz-Arena sei der Auftritt bei den Leuten sehr gut angekommen. Darum greife man auch für die anstehenden Verkaufsreisen auf das Outfit und auf das Konzept von Tradition zurück.

### Schwerpunkt Westschweiz

Zermatt Tourismus wird im Frühling mit den MICE-Partnern auf Verkaufsreise in die Westschweiz gehen. Im Herbst ist eine weitere Verkaufsreise in die Romandie geplant – mit Valais/Wallis Promotion. Doch warum legt man den Fokus auf die französischsprachige Schweiz? «Die Romandie ist ein wichtiger Kunde. Laut MICE-Partnern stammt ein bemerkenswerter Teil der Konferenzpartner aus der Westschweiz», so Tanja Hengartner. Ausserdem sei die Romandie ein Wirtschaftsstandort, der ein riesiges MICE-Potenzial berge.

### Traditioneller Aufhänger

Wie bereits im vergangenen Jahr werden die Seminar-Fachleute mittels eines MICE-Serienbriefs angeschrieben. Der Faltbrief im Stil von anno dazumal wird an rund 200 selektierte Seminar-Fachleute verschickt. Damit erhalten sie einen Überblick über die MICE-Aktivitäten, die 2014 anstehen und für die sie sich anmelden können. Darunter finden sich auch die Site-Inspection im Juni 2014 in Zermatt und die Inhouse-Präsentationen Mitte April 2014.

### Beratung vor Ort

Die Seminar-Fachleute, die sich für die Inhouse-Präsentationen anmelden, erhalten im April 2014 Besuch von den MICE-Partnern und von Zermatt Tourismus. «Es geht prin-

zipiell darum, Kontakte zu knüpfen und Hürden wie das Konzept der Anreise abzubauen», erklärt Tanja Hengartner. «Wir zeigen den Fachleuten auf, warum es sich lohnt, nach Zermatt zu fahren.» Auch bei zum Kundenstamm gehörenden Konferenzpartnern wird vorbeigeschaut. «Bei ihnen pflegen wir den persönlichen Kontakt und erinnern daran, dass Zermatt-Matterhorn eine exklusive Destination für Firmenveranstaltungen ist», betont Tanja Hengartner.



**MICE-Vertreter der Destination Zermatt-Matterhorn an der diesjährigen Konferenz Arena.**