

# «Just awesome, this job, this life»

## MARKETING- UND SOCIAL-MEDIA-MASSNAHMEN VON ZERMATT TOURISMUS FÜR DEN WINTER

**ZI** Bei Zermatt Tourismus ist der Winter für die Vermarktung der Destination schon Monate das Thema. Seit September arbeitet die 26-jährige Aargauerin Corinne Ulrich neu bei Zermatt Tourismus und mischt die Social-Media-Kanäle so richtig auf. Ein Ein- und Ausblick.

Die Massnahmen von Zermatt Tourismus sind seit Monaten breit gefächert (siehe unten). Eines der Ziele ist die Erhöhung der Zahl der Social-Media-User. Dies als Vorbereitung für die Wintersaison, damit über die Wintermonate die Reichweite noch höher ist. Dafür setzt sich seit dem 1. September die neue Social-Media-Managerin Corinne Ulrich ein. Sie postet Live-Erlebnisse auf Facebook, betreut den Instagram- und den Twitter-Account. Denn Bilder auf Social Media transportieren Emotionen. So sollen Gäste auf Zermatt – Matterhorn aufmerksam gemacht und in ihrem Fernweh aktiviert werden. Auf der Agenda von Corinne Ulrich: neue Social-Media-Kanäle prüfen, Monitoring, Reichweiten kontrollieren, Traffic aufbauen. Wer von den Zermatter Leistungsträgern an der e-Fitness-Social-Media-Schulung von Corinne Ulrich vom 28. November dabei war, kennt die Tricks und Möglichkeiten, wie man sich im Web Aufmerksamkeit verschafft.

Die Social-Media-Community verhält sich schnell, spontan, mehrsprachig. Darum auch der spontane Wechsel der

Sprachen Englisch, Deutsch und Französisch. Einer der Posts auf dem Facebook-Account lautet denn auch: «Just awesome, this job, this life.» Damit gibt Corinne Ulrich ihrer Begeisterung über Zermatt Ausdruck. Das Echo in der Community ist immer gross. Einer der nächsten Coups ist das Engagement von einem Duzend Profi-Bloggern und Social Media-Aktivistinnen aus dem deutschsprachigen Raum. Sie widmen sich den Themen Zermatter Winter mit Igludorf, Pisten, Wanderwegen, Kulinarik, Bergbahnen mit Schwerpunkt im Premium-Segment.

Likes	Stand Mitte Nov.	Stand Ende Nov.
Facebook	81'000	95'000
Instagram	21'500	29'000
Twitter	11'500	12'300

### Breit gefächerte Winterpromotion

Zermatt Tourismus hat sich für die Lancierung der Wintersaison einer breit gefächerten Winterpromotion gewidmet. Hier weitere Beispiele:

- Beilage der «Schweizer Illustrierten» am 4. November. Auflage 173'000, Reichweite 693'000 Leser, Sonderhefte auch in den Sprachen Englisch und Französisch. Sie stehen den Leistungsträgern zum Auflegen für Gäste zur Verfügung.
- Branding-Kampagne «Zermatt garantiert Schnee»



Die Social-Media-Managerin: Corinne Ulrich.

- Grösste Live-TV-Sendung der Schweiz aus Zermatt: SRF bi de Lüt Winterfest, 3. Dezember 2016
- Angebotswerbung online für Skitest und Ski-Activ-Pauschalen