

# Zurück auf die Schulbank



## Liebe Insiderinnen, liebe Insider

Seit bald neun Jahren darf ich in der Vermarktung der Destination mitwirken. Es hat sich einiges getan – Stichwort Digitalisierung. Treiber wie das Verlangen nach Convenience, Individualisierung und Personalisierung oder steigende Erwartungen beeinflussen das Verhalten des heutigen Konsumenten. Dies trifft auch auf unseren Gast zu.

Die digitale Transformation verändert die Welt – und damit auch das Marketing der Destination. Wichtiger denn je ist es, am Puls der Zeit zu bleiben.

Seit Oktober 2018 absolviere ich die Weiterbildung Executive Master of Business Administration in Smart Marketing. Der Fokus ist

«Wir stehen alle  
vor denselben Herausforderungen.»

klar: Neues Know-how, Strategien, Trends und Methoden erlernen und erkennen. Nicht aber nur das; dank dem neuen Netzwerk, welches sich hier eröffnet, habe ich die Möglichkeit, in andere Branchen hineinzusehen. Dieser Erfahrungsaustausch ermöglicht neue Blickwinkel. So stelle ich fest, dass wir alle vor denselben Herausforderungen stehen.

Während meiner Weiterbildung lerne ich diverse Instrumente kennen, welche uns die Arbeit erleichtern und verbessern können. Ein Beispiel: Mittels des eingeführten Destinations-CRM (Kundenbindungsmanagement) und dessen gesammelten Daten wird die Vermarktung gezielter, gastorientierter und kostensparender. Die gewonnenen Daten unterstützen uns aber nicht nur in der Vermarktung, sondern auch bei der Produktgestaltung und machen die Destination damit wettbewerbsfähiger. Denn schlussendlich haben wir alle ein gemeinsames Ziel: Wir etablieren Zermatt – Matterhorn als die begehrteste hochalpine Tourismusdestination weltweit!

Die Instrumente allein machen den Mehrwert noch nicht aus. Ein weiterer wesentlicher Faktor ist jeder einzelne Mitarbeitende. Hier ist es wichtig, dass seine digitalen Kompetenzen gestärkt und gefördert werden. In der heutigen Zeit ist Schnelligkeit und Agilität ein Muss. Gleichzeitig spielt das Markenimage weiterhin die zentrale Rolle. Dank der digitalen Transformation werden Prozesse automatisiert. Somit haben wir die gewonnene Zeit zur Verfügung, um uns dem Wichtigsten zu widmen: unserem Gast! Denn in der digitalen Welt sind Emotionen und persönlicher Austausch gefragt denn je. Und wer hat dies besser im Griff als wir, die Leistungspartner der Destination?

*Auf bald online oder offline*

*Janine Imesch,*

*Leiterin Marketing von Zermatt Tourismus*