

GRF-Strategie 2020.



GRF-Strategie 2020.



Segmente



Digitalisierung



Innovation &
Research

Produkt- &
Erlebnis-
marketing

Shared
Services

Graubünden Ferien
Mehr Gäste für Graubünden!



GRF-Leistungssportfolio.

Innovation & Research

- Themenführung und Vertretung, Wissensvermittlung
- Kompetenzstelle Digitalisierung
- Kompetenzstelle Segmentierung
- Management Innovationsprozess
- Leitung Innovationsprojekte



Produkt- & Erlebnismarketing

- Operatives Marketing
- Produktentwicklung



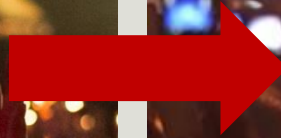
Shared Services

- Shared Services
- Beratungs-/Unterstützungsleistungen
- Aufbau und Pflege Partnerschaften



Kompetenzstelle Digitalisierung.

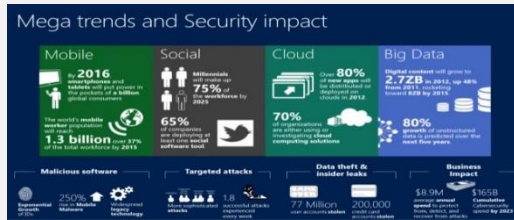
Die Welt ist «digital».



Quelle: <http://www.best-of-80s.de/musik-allgemein-music-general-23/peter-gabriel-so-tour-1987-dvd-live-athens-21860/index3.html>

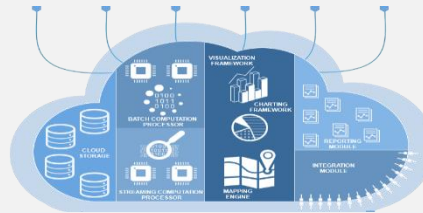
Digitalisierung.

Trend Scouting Studien
Influencer Talks
Marktforschung
Trendstudien Workshops
 Institutes



Generierung von relevanten Informationen

Aufbau Wissensplattform
Abgleich mit touristischen Rahmenbedingungen
Filtern nach Kategorien
Priorisierungen



Verarbeiten & Adaption in Cases

Handlungsempfehlungen
Workshops
Digital Day Forum



Vermittlung & Umsetzung der Erkenntnisse

Digitalisierung entlang der touristischen Wertschöpfungskette.



Internet of Things

Virtual Reality

Smart Home

Automation

Augmented Reality



Kompetenzstelle Segmentierung.

Drei Massnahmenpakete...

- **Wissensermittlung** (Generierung von relevanten Informationen)
- **Wissen aufarbeiten** / Bewertung von Trends (Verarbeitung & Adaption in Cases)
- **Wissensvermittlung** (Vermittlung und Umsetzung der Erkenntnisse)

...am Beispiel von Spiritualität.



Wissensermittlung (relevante Informationen)

- Markt-Analyse «Spiritualität» als Ganzes (bspw. Sinnmärkte – Der Wertewandel in den Konsumwelten)
- Sekundärforschung «Multireligiöse und multiethnische Gesellschaften» (Max Planck Institut)
- Sekundärforschung «Spirituelle Tourismus im Trend – Marktchancen für heilige Räume» (Alexandra Graf, Institut für Freizeitwirtschaft)
- Evtl. Gästebefragung Graubünden zusammen mit dem ITF / HTW

...am Beispiel von Spiritualität.



Wissen aufarbeiten & Bewertung von Trends

- Qualitative Trendanalyse (auf Grundlage von vorhandenem Wissen aktuelle Entwicklungen beschreiben und in die Zukunft extrapolieren)
- Szenarientechnik (Entscheidungspunkte und Gestaltungsoptionen sowie Folgen möglicher Handlungen)
- Roadmapping (Methode zur Strukturierung und Visualisierung einer möglichen Entwicklung)
- Partizipative Methoden (heterogene Gruppen in dialogischen Auseinandersetzungen zu Zukunftsperspektiven)

...am Beispiel von Spiritualität.



Wissensvermittlung & Umsetzung der Erkenntnisse

- Trendreport (mit wichtigsten Erkenntnissen zum Markt sowie Übersicht zur Konkurrenz)
- Handlungsempfehlungen für Leistungsträger
- Überführung in Innovationsprozess wenn Empfehlung GR = GO
- Evtl. Keynote an einer Veranstaltung durch Experten
- Installation einer möglichen Fachgruppe zum Thema

Innovation.

GRF Strategie 2020 – Innovationsprozess.



Entscheidungskriterien für eine Idee / Chance als «Innovationsprojekt».

Potenzial des Produkts:

- Signifikanter Anstieg der Gästezahlen
- Kundenbindung

Überregionale Relevanz:

- Wirkung für mindestens zwei Destinationen am Markt

Nachhaltige Wertschöpfung:

- Längerfristig andauernde Wertschöpfungswirkung

Umsetzbarkeit:

- Umsetzung in realistischem Zeitrahmen

GRF-Leistungssportfolio.

Innovation & Research

- Themenführung und Vertretung, Wissensvermittlung
- Kompetenzstelle Digitalisierung
- Kompetenzstelle Segmentierung
- Management Innovationsprozess
- Leitung Innovationsprojekte



Produkt- & Erlebnismarketing

- Operatives Marketing
- Produktentwicklung



Shared Services

- Shared Services
- Beratungs-/Unterstützungsleistungen
- Aufbau und Pflege Partnerschaften



Operatives Marketing.

Die 6 Segmente.

1. Ski & Snowboard
2. Nordic
3. Bike
4. Graubünden: mein Bergdorf
5. Familien
6. Wandern





Segment Ski & Snowboard.

Segment Ski & Snowboard



Teilsegmente



Zusatzangebote



Communities



Mediennutzung



Kaufverhalten



Konsumverhalten



Reisebedürfnis



Segment Nordic.

Segment Bike.



Segment GR: mein Bergdorf.



Segment Familien.



Segment Wandern.



Wanderkampagne Sommer 2016.



Wander-App



Steinbock Motivation



Wander-Tipps (Total 20)



Push-Nachrichten

Hauptpreise

Sofortpreise

Lancierungs-Event
(Rucksack)

TV Tag-On
(Logo)

Plakate
(Logo)



Apps der Woche

Bock aufs Wandern

Nicht Wanderbook, sondern **Wanderbock** heisst die App von Graubünden Tourismus. Sie enthält Wander-tipps – für einmal nicht nach Stunden oder Kilometern eingeteilt, sondern nach Anzahl Schritte. Die App zählt selbst die Schritte des Nutzers. Wer 100'000 tut, kann Wanderferien gewinnen. Unterwegs werden Etappenziele freigeschaltet. Gratis iOS, Android.



Modell Segmente.

Themenübergreifende Elemente: z.B. Kultur / Entspannung / Kulinarik

Bike

CHF
40'000

Wandern

CHF
40'000

Ski /
Snow-
board

CHF
40'000

Nordic

CHF
40'000

KuF

CHF
20'000

Familien

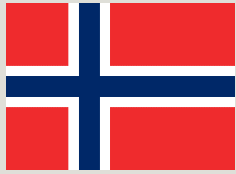
CHF
20'000

Fokus CH / DE und weitere Märkte je nach Relevanz

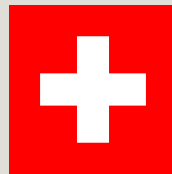
Fokus CH

Geografischer Fokus.

- Je nach Segment, Berücksichtigung passender Märkte



- Starker Fokus auf Schweizer und Deutsche Gäste



Subthemen 2017.

Kunst



Weitwandern



Bahnreisen



Urlaub mit Hund



Subthemen in Evaluation.

Architektur



Skitouren



UNESCO



Gesundheit/
Wellness



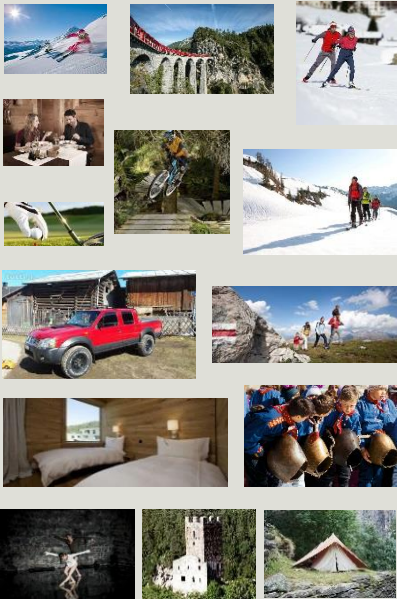
Rhein/
Wasser



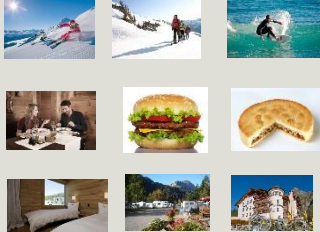
Produktentwicklung.

Auswahlkriterien Produktentwicklung.

Angebote „sichten“

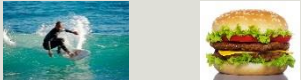


Angebote „sortieren“



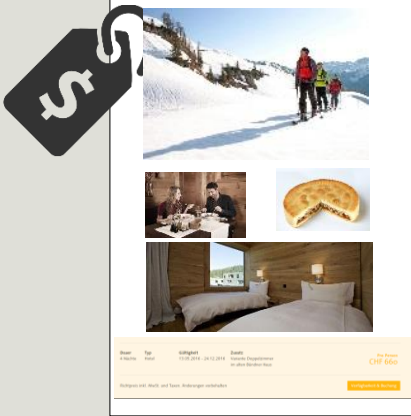
tauglich

untauglich



Nicht Bestandteil der
Tourismuspalette

Angebote „bündeln“



GRF-Leistungssportfolio.

Innovation & Research

- Themenführung und Vertretung, Wissensvermittlung
- Kompetenzstelle Digitalisierung
- Kompetenzstelle Segmentierung
- Management Innovationsprozess
- Leitung Innovationsprojekte



Produkt- & Erlebnismarketing

- Operatives Marketing
- Produktentwicklung



Shared Services

- Shared Services
- Beratungs-/Unterstützungsleistungen
- Aufbau und Pflege Partnerschaften



Shared Services.

- GRF baut Shared Services (insb. ICT-Dienstleistungen) auf und bietet diese Destinationen und Leistungsträgern an.
- GRF bietet Beratungs- und Unterstützungsdienstleistungen im Digital-Umfeld für alle Destinationen und Leistungsträger an.
- GRF baut ein schlankes Lieferanten- und Partnernetzwerk auf, welches die Shared Services unter der Leitung von GRF entwickelt, einführt und betreibt.

Lieferanten- und
Partnernetzwerk



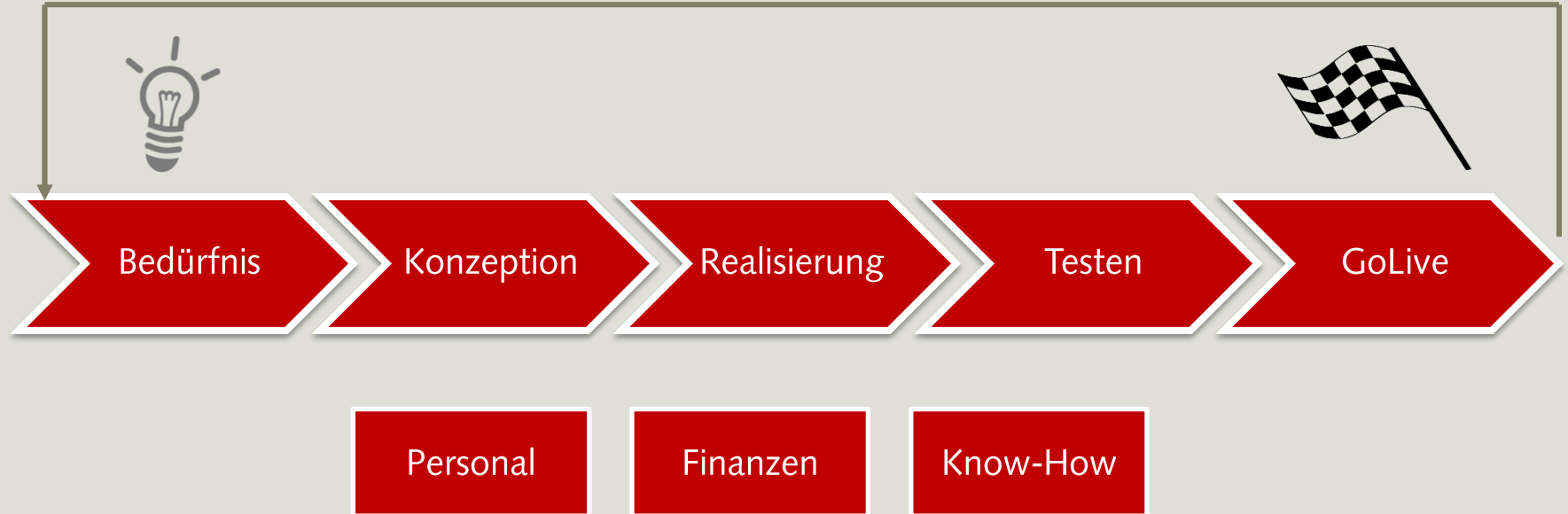
GRF



Destinationen &
Leistungsträger

Prozess.

Betrieb, Controlling, Weiterentwicklung



Shared Services.

Kundengewinnung und Kundenbindung

Inhalt

- SEO
- Bild, Video, Text
- Eigene Website
- Ext. Präsenzen (Reiseportale, Bewertungsplattformen, etc.)
- Social Media

Vermarktung

- SEA / GDN
- Performance Marketing
- Content Marketing
- Social Advertising
- Permission Marketing

Absatz

- Datenqualität
- Verfügbarkeiten
- Stornobedingungen
- Preisgestaltung und -steuerung
- Vertriebsnetze
- Direktbuchung
- Zertifizierungen

Prozesse / Tools (Social Media HUB, CRM, ICT-Lösungen)

Beispiele Bereich «Inhalt».

Bild



Text

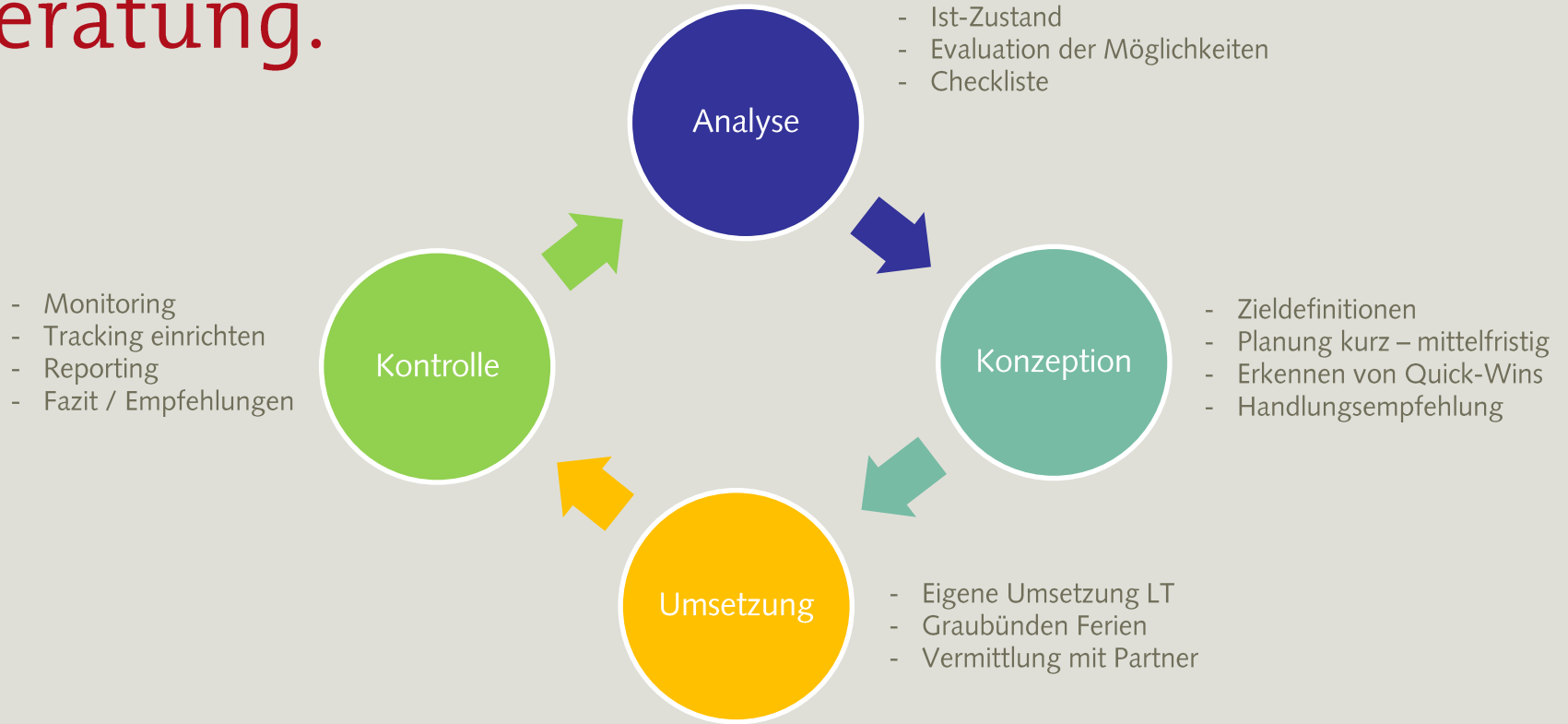


Video

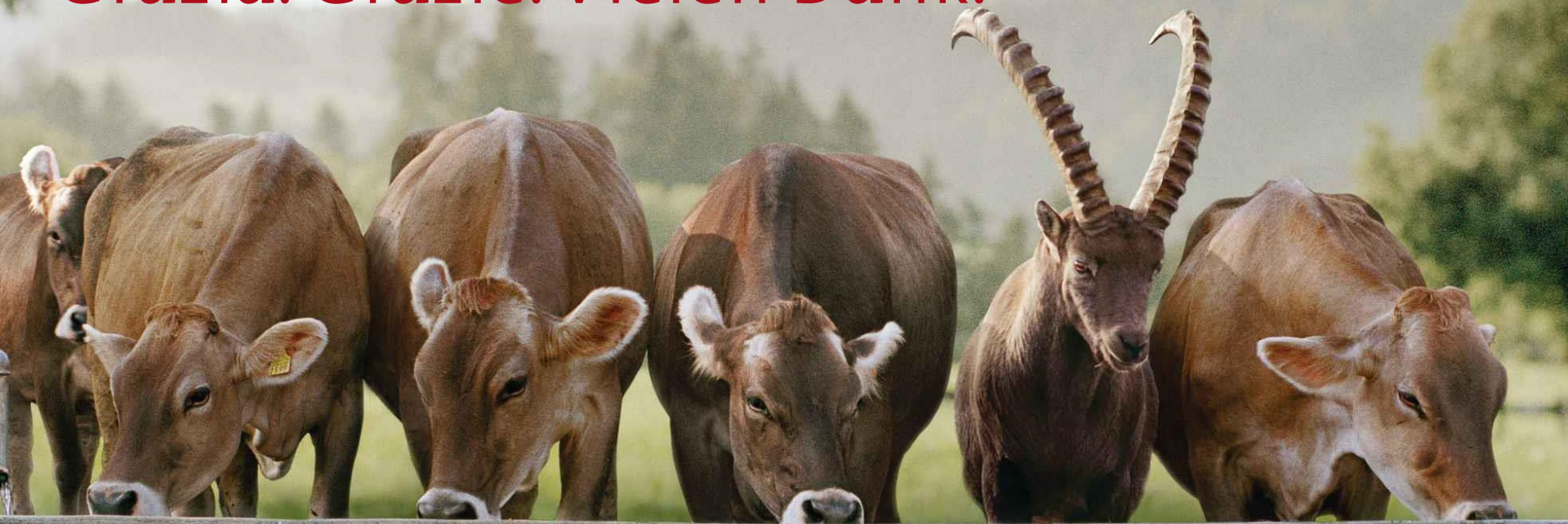


Partnernetzwerk aus lokalen Fotografen, Textern, Redaktoren, Multimedia Designern, Schulen usw.

Beratung.



Grazia. Grazie. Vielen Dank.



Diese Strategie-Präsentation finden Sie auch online unter:
www.graubuenden.ch/ueber-uns