

Erster CAS in Digital Marketing für den Tourismus

Teilnehmende der erstmals durchgeführten Weiterbildung «CAS in Digital Marketing für den Tourismus» haben abgeschlossen.



Der erste Jahrgang des CAS in Digital Marketing für den Tourismus (oben v.l.): Emmanuel Fragnière, Michael Fux, François Zimmermann, Jeremy Kunz, Silvio Burgener. (Mitte v.l.): Roland Schegg, Beatrice Meichtry, Adrian Schnyder, Andreas Zenhäusern. (Untern v.l.): Enzio Bregy, Annick Constantin, Amanda Kuonen, Beatrice Page, Marc Schnyder.

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 – 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 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.

Vier Module

Die Weiterbildung fand in vier Modulen statt. 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 dritten Teil 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.

Grundlagen und Werkzeuge der Marketing-Intelligence wurden im abschliessenden Modul vermittelt.

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

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.»

Praxisorientierte Projektkonzepte

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

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

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.» (htr)

Publiziert am Mittwoch, 03. Juli 2019