

Das sind die Absolventen des CAS-Digital Marketing

Das Institut Tourismus der HES-SO Wallis und ritzy* Weiterbildung haben zum dritten Mal ein CAS in Digital Marketing für den Tourismus durchgeführt.



Absolventen und Absolventinnen sowie Verantwortliche CAS Digital Marketing (v.l.): Marcel Winter, Fabian Bichsel, Sonja Dähler, Fabio Zerzuben, Christian Bürgi, Siona Lang, Melanie Wyer, Emmanuel Fragnière, Monika König, Claudio Della Bianca, Roland Schegg, Michael Fux, Andreas Zenhäusern.

Bild: zvg

Wer heute seine Zielgruppen besser kennen und erreichen will, muss die Möglichkeiten der digitalen Tools und der sozialen Medien nutzen. Kunden kaufen Produkte und Dienstleistungen, die möglichst genau ihre individuellen Bedürfnisse treffen, ihre Träume und Sehnsüchte erfüllen. Das bedeutet: Die Herausforderungen im digitalen Marketing nehmen an Komplexität zu.

Gesamtheitliches Verständnis im digitalen Marketing

Das CAS Digital Marketing war bereits die dritte erfolgreiche Durchführung innerhalb von drei Jahren. Claudio Della Bianca, Geschäftsführer Bellwald Tourismus meint: «Die Weiterbildung war dank aktuellen Beispielen und unter Einbezug von Fachexperten aus der Tourismus- und Marketingbranche sehr praxisbezogen.»

Monika König, Leiterin Marketing und Kommunikation bei der Aletsch Arena AG sagt: «Das digitale Marketing bietet heute viele Tools, welche bei der Generierung von Kundendaten unterstützen. Das CAS hat aufgezeigt, wie wichtig es für den Tourismus ist, diese Vielzahl von Daten gezielt zu nutzen. Dies mit dem Ziel eine 360°-Sicht auf den Gast zu erhalten und ihm entlang seiner Kundenreise Mehrwerte zu bieten.»

Projektkonzept aus dem eigenen Betrieb

Für Andreas Zenhäusern, Leiter des CAS in Digital Marketing for Touristic Services, ist klar, dass der praktische Ansatz den Erfolg dieser Weiterbildung ausmacht. «Ziel ist es nicht nur die Trends und Herausforderungen sowie die Tools im digitalen Marketing zu kennen, sondern die Instrumente gezielt einzusetzen, um den Kunden zu kennen, zu verstehen und zu begeistern.»

Die Teilnehmenden wählten für die Modulevaluationen sowie die Schlussarbeit selber ein Projekt aus ihrem Unternehmen aus und setzten dieses um. Christian Bürgi, Social Media Manager Zermatt Tourismus sagt: «Da die Themen für die Modularbeiten und das Abschlussprojekt selbst bestimmt werden konnten, wurden die zeitlichen und finanziellen Ressourcen vollständig für den eigenen Betrieb eingesetzt.»

Positives Fazit

Sowohl die Teilnehmenden als auch die Verantwortlichen sind zufrieden mit der dritten Durchführung der Weiterbildung. «Neben der wertvollen Weiterbildung habe ich den Austausch mit den Dozenten, Fachexperten und den Teilnehmenden sehr geschätzt. Das Netzwerk werden wir über das CAS hinaus beibehalten», fasst Sonja Dähler, Marketingleiterin Obergoms Tourismus zusammen. (htr/lm)

Publiziert am Freitag, 18. Juni 2021