

### **Live-Kommunikation schafft den direkten Kontakt zum Empfänger und gewinnt deshalb stärker an Bedeutung.**

Seit mehr als 20 Jahren präsentiert sich Swiss Golf mit den angeschlossenen Partnern an heimischen Ferienmessen und Golfturnieren in der Schweiz: Der Golfmesse (FESPO) in Zürich, an der Travel Expo in Luzern und an Golfevents. Schöne Begegnungen und konstruktiv freundliche Face to face Dialoge mit Freunden resultierten daraus. Die Nähe zum Kunden ist spürbar, zeitgleich kann man in ungezwungener Atmosphäre Kundenbedürfnisse evaluieren und Werbebotschaften werden an Events nachweislich positiver wahrgenommen.

In dieser Zeit hat das Team von Swiss Golf & Snow immer wieder Besucher, mit den unterschiedlichsten Bedürfnissen auf der Suche nach Ferienangeboten in der Schweiz, unterstützt. Und die Erfahrungen in dieser Zeit zeigen klar, Schweizer Gäste vermissen ihre Leistungsträger im Schweizer Markt. Es fehlen übergreifende Präsenzen und Organisationen, Angebote und kompetente Berater, an diesen Events. Die Schweizer Gäste und Besucher haben zu recht auch wenig Verständnis für diese Absenzen.

Dafür sind die Nachbarstaaten wie Österreich, Deutschland und Südtirol, seit mehr als zwanzig Jahren, aussergewöhnlich präsent. Dieses Potenzial des Schweizer Marktes und dessen zahlungskräftige Gäste haben die Nachbarstaaten definitiv erkannt. Die Gastgeber sind aufmerksam, kompetent und freundlich. Leidenschaftlich verwöhnen sie ihre Besucher bereits vor Ort. Vertrauen beim Kunden aufbauen und glaubwürdig kommunizieren, das ist die Basis für einen erfolgreichen Verkauf.

Der Heimmarkt ist kein Selbstläufer mehr. Dies kann man gut an den kontinuierlich sinkenden Marktdaten von heimischen Gästen in der Schweiz erkennen. Mit mehr Kundennähe können wir den profitablen Schweizer Markt und dessen treue Gäste besser pflegen. Im Premium Segment müssen die Menschen unsere Nähe spüren. Niemand darf das Gefühl haben mit seinem Bedürfnis alleine gelassen zu werden. Aufmerksames Zuhören sind die Grundlage jeder erfolgreichen Kommunikation, also Ohren spitzen! Eventuell könnten so auch Ressourcen beim Aufbau volatiler Fernmärkte eingespart werden?

Was sind eigentlich die Aufgaben an Messen? Die Erfahrung von move communication: Stammgäste an die Messe einladen, Produktpräsentation, Kundenevents, Kundenbetreuung, Benchmark, Marktforschung sowie die Suche und Entwicklung neuer Ideen und Innovationen, es wäre also einiges zu tun...

Es sind unterschiedliche Komponenten die zusammen spielen und zu einer Pattsituation, wie wir sie erleben, führen. Was wir brauchen sind leidenschaftliche und themenkompetente Touristiker, die Projekte mit pragmatischen Tools angehen und strukturiert umsetzen, vor allem im Heimmarkt.

**Es stellt sich die Frage: Auf was warten wir noch? Bis der letzte Gast seine Ferien im Ausland bucht?**

#### **Zur Live-Kommunikation Studie:**

[http://www.ch-karriere.ch/index.php?view=article&id=183%3Aerste-studie-zur-live-kommunikation-in-der-schweiz-veroeffentlicht&option=com\\_content&Itemid=61](http://www.ch-karriere.ch/index.php?view=article&id=183%3Aerste-studie-zur-live-kommunikation-in-der-schweiz-veroeffentlicht&option=com_content&Itemid=61)