

Destinationsmarketing



Wettbewerbs- und Marktanalyse

Vorsprung ist immer nur Wettbewerbsvorsprung.
Der Blick von außen hilft, den Blick von innen zu schärfen.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- neutrale Wettbewerbsanalyse
- Markt- und Zielgruppendefinition
- Kommunikationsarchitektur



Markenpositionierung

Marke ist eine Sache des menschlichen Gehirns,
nicht der Konsumgüterindustrie.
Marke verbindet Werte zwischen dem Hersteller
und seinem Kunden.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- vom Markenkern zur Gestaltwahrnehmung
- Marke ist Macht
- strategische Markenführung



Werte und Kommunikation

Werte statt Nutzen! Von der Nutzenargumentation
zur wertvollen Inszenierung.
Investitionsgüter Made in Germany.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- Grundlagen der Wahrnehmungspsychologie
- Ausrichtung der Marketingstrategie
- strategische Kommunikation

GRUPPE DREI®

Chancen für Branchen, Programme für die Zukunft!
Fordern Sie Ihren gedruckten Themenflyer an oder nutzen Sie
unsere Download-Möglichkeit unter www.gruppedrei.com



Vertriebschulungen
Verkaufsexpertise
Presales / Altersales



Investitionsgütermarketing
Markenpositionierung
Unternehmenskommunikation



Handelsmarketing
Konsumentenpsychologie
POS / POP



Standortmarketing
Regionalmarketing
Bürgerbeteiligung



Eye Tracking
Fokusgruppen
Qualitative Interviews



Messe-Gestaltung
Product Placement
Markenlebenszyklus

GRUPPE DREI®
STANDORTMARKETING

GRUPPE DREI®
STANDORTMARKETING

GRUPPE DREI® GmbH

Robert-Bosch-Straße 9
D-78048 VS-Villingen

Telefon +49 (0) 7721 8421-0
Telefax +49 (0) 7721 8421-33

info@gruppedrei.com
www.gruppedrei.com

Hegau-Tower
Maggistraße 5
D-78224 Singen am Hohentwiel

Telefon +49 (0) 7731 1481-6600
Telefax +49 (0) 7731 1481-6603

bodensee@gruppedrei.com
www.gruppedrei.com



DESTINATIONSMARKETING
TOURISMUSWERBUNG
MANAGEMENT



Mitglied GWA

„Tourismus, der nicht als Wirtschaftsfaktor verstanden wird, bleibt Spielerei. Als Wirtschaftsfaktor aber gibt es nur eines: Professionalität!“

Prof. Alexander Doderer

Wirtschaftsfaktor

Tourismuswirtschaft wird ein immer wichtigerer Wertschöpfungsfaktor für zahlreiche deutsche Regionen. Lange Zeit belächelt, etabliert sich die Branche zusehends. Dennoch ist nicht alles eine Destination, die dies von sich behauptet.

Selbstüberschätzung und unrealistische Produkteinschätzungen kennzeichnen bisweilen die Angebotspalette. Wer den Wirtschaftsfaktor Tourismus wirklich ernst nimmt, verfügt über eine präzise Stärken-Schwächen-Analyse der Destination. Alleinstellungsmerkmale, Entwicklungspotenziale und Zielgruppenaffinität sind wichtige Voraussetzungen. Markenpositionierung und Markenversprechen müssen codiert werden. Vertriebsstrukturen und Kommunikationspläne sind schließlich zu erstellen und umzusetzen – jede Menge Arbeit!

Bei all dem bleibt nicht selten das Thema Innenmarketing ganz auf der Strecke. In der Konsequenz bedeutet dies auch, dass der Gast nicht die Destination aus einem Guss mit einer emotionalen Aura erlebt, sondern ein diffuses Etwas, das schlimmstenfalls nicht die Kraft hat, zum Wiederholungsbesuch anzuregen.

Qualität erleben

In einer Welt, die von den meisten Menschen eher als instabil und unruhig empfunden wird, hat Wertschöpfung aus Rekreation ein besonders hohes Zukunftspotenzial. Menschen sind aber anspruchsvoll. Touristen suchen nach Gegenwelt und der Emotion des besonderen Erlebnisses.

Die moderne Hirnforschung, die Sozialpsychologie und die Milieuforschung bieten heute eine Fülle an wichtigen Hinweisen, wie zeitgemäßer Tourismus organisiert werden muss, damit er auch wirklich funktioniert. Nein, es liegt nicht nur an der Website!

Die Chancen sind also wirklich groß! Umso größer sind aber auch die Risiken. Deshalb ist eine professionelle Herangehensweise von entscheidender Bedeutung. **GRUPPE DREI** kann auf über 20 Jahre erfolgreiches Tourismusmarketing zurückblicken. In der gesamten Bundesrepublik betreuen wir Destinationen und stellen sie so auf, dass die Ankünfte und Übernachtungen nachhaltig ansteigen. Zudem verfügen wir über langjährige Erfahrung in der Moderation und Koordination von Leistungsträgern und Protagonisten – eine wichtige Kompetenz für erfolgreiches Innenmarketing!

Lösungen

GRUPPE DREI bringt Vorsprung in Ihre Destination.

- Markenpositionierung für Orte und Regionen, Markenarchitektur und Struktur
- Botschaften, Slogans, Logos/CD und Markenschutz (Empfehlung)
- Transfer der Alleinstellungsmerkmale in zielgruppenkonforme Kommunikation
- Organisation und Moderation des Innemarketings, Impulsreferate und Workshops
- Kundentypologie und Selbstbild, Sehnsuchtsmatrix für treffsicheren Vertrieb

Unsere Tourismusstrategien und Markenpositionierungen machen aus Gästen Wertschöpfungsfaktoren. Tourismuswirtschaft ganzheitlich verstanden, sichert geostationäre Arbeitsplätze und regionale Zukunft. Wir heben die Werte des ländlichen Raums und setzen sie in Erlebniswerte für Touristen um – top down oder bottom up – je nach Ihren Gegebenheiten.