



Schweiz.
ganz natürlich.



Content Marketing 2.0.

Projektskizze.
RDK Meeting, 13.01.16



Wandel im Marketing.

- Digitalisierung → Online, mobil, Informationsflut
- Word of mouth → Social Media
- BtC → CtC (sharing)
- Push Promotion → Promotion on Demand
- TV Spot → Viral Spot
- Primetime → All the time (permanenter Infokonsum)

Wandel im ST Marketing.

- Produktmarketing → Erlebnismarketing
- Saisonpromotion → Segmentierung
- Breitenmarketing → Precision Marketing
- Alterssegmentierung → Communities & Lebenssituation
- Marketingaktivitäten → Customer Journey
(SMT – Segment, Mix, Timing)
- Infoaufbereitung → Multi-Content-Beschaffung (Branche, Media, UCG, etc.)

Ziele im Content Marketing 2.0. (I)

Das Content Marketing 2.0 ...

- ist der Erfolgsschlüssel zur Erlebnisführerschaft.
- unterhält ein schweizweites Netzwerk an Content-Lieferanten.
- beliefert den pot. Gast/Fan schnell (kurze Vorlaufzeiten, hoher Aktualitätsgrad).
- beliefert den pot. Gast/Fan kontinuierlich (Dialog).
- kommuniziert Geschichten (Storytelling).
- passt das Wording der Geschichten dem Format an (Post, Blog, Reportage).
- macht Headlines zu Click-Magneten (Power-Wording).
- vermittelt immer mehr per Bild und Video.
- passt die Aufbereitung der Nutzungssituation des Kunden an (z.B. GoPro, UGC).



Schweiz.
ganz natürlich.

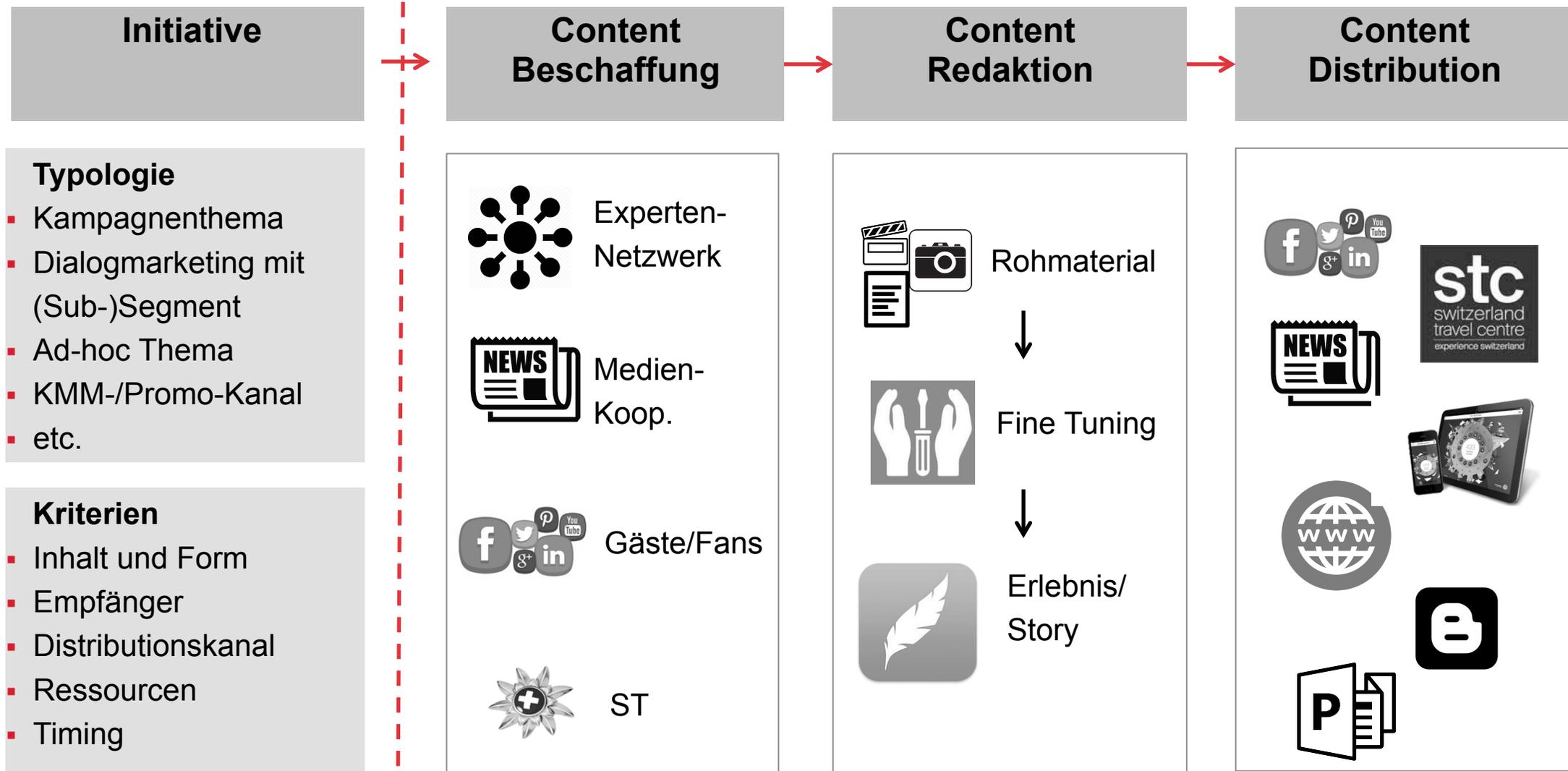
Übersicht Segmente Leisure.

Summer	 Nature Lover <ul style="list-style-type: none">▪ Ecotourist▪ Typically Swiss Romantic	 Outdoor Enthusiast <ul style="list-style-type: none">▪ Hiker▪ Biker & Cyclist	 Attractions Tourer <ul style="list-style-type: none">▪ Attractions, History & Heritage Explorer	 Lifestyle Traveller <ul style="list-style-type: none">▪ Luxury Traveller▪ Gourmet	 Spa & Vitality Guest <ul style="list-style-type: none">▪ Spa & Vitality Guest▪ Well Ager	 Family <ul style="list-style-type: none">▪ Family with Toddlers▪ Family with Kids
Winter	 Snow Lover <ul style="list-style-type: none">▪ Winter Magic Romantic	 Snow Sports Enthusiast <ul style="list-style-type: none">▪ Skier▪ Free Rider▪ Cross-country Skier	 Attractions Tourer <ul style="list-style-type: none">▪ Attractions, History & Heritage Explorer	 Lifestyle Traveller <ul style="list-style-type: none">▪ Luxury Traveller▪ Gourmet	 Spa & Vitality Guest <ul style="list-style-type: none">▪ Spa & Vitality Guest▪ Well Ager	 Family <ul style="list-style-type: none">▪ Family with Toddlers▪ Family with Kids
Cities	 City Breaker <ul style="list-style-type: none">▪ Urban Lifestyle Seeker▪ Sightseer	 Culture Traveller <ul style="list-style-type: none">▪ Culture Traveller	 Attractions Tourer <ul style="list-style-type: none">▪ Attractions, History & Heritage Explorer▪ Day Tripper	 Lifestyle Traveller <ul style="list-style-type: none">▪ Luxury Traveller▪ Gourmet		



Schweiz.
ganz natürlich.

Modell Content Marketing 2.0.



Fazit.

1. **Content is king.** Erfolg/Misserfolg sprich Visibilität wird gesteuert durch
 - die besten Geschichten
 - starke und aktuelle Bild- und Filmwelten
 - relevanten, attraktiven und nützlichen Content
2. Schweiz Tourismus kann nicht alles selber machen. Um schnell zu gutem und aktuellem Text-, Bild- und Videomaterial zu gelangen, ist ein **schweizweites Netzwerk** aus Content-Experten (Locals aus Branche, Journalisten, Experten) essentiell.

Ausgangslage.

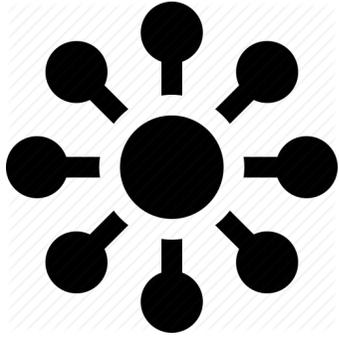
ST stellt innerhalb seines Grundauftrags diverse „Plattformen“ gratis zur Distribution von Geschichten zu Verfügung. Die Selektion der Geschichten/Inhalte erfolgt durch ST.*

- Social Media Kanäle 2'500'000 Fans
- eNewsletter 750'000 Abonnenten
- Magazin (Swiss Cities, Sommer, Winter) 1'600'000 Exemplare
- Proaktive Medienarbeit Schweiz & Ausland
- Kooperationen (z.B. Coop Zeitung, National Geographic, etc.)

* Bei bezahlten Plattformen (siehe Partnermodell) bestimmt der Partner die Geschichten/Inhalte.



Schweiz.
ganz natürlich.



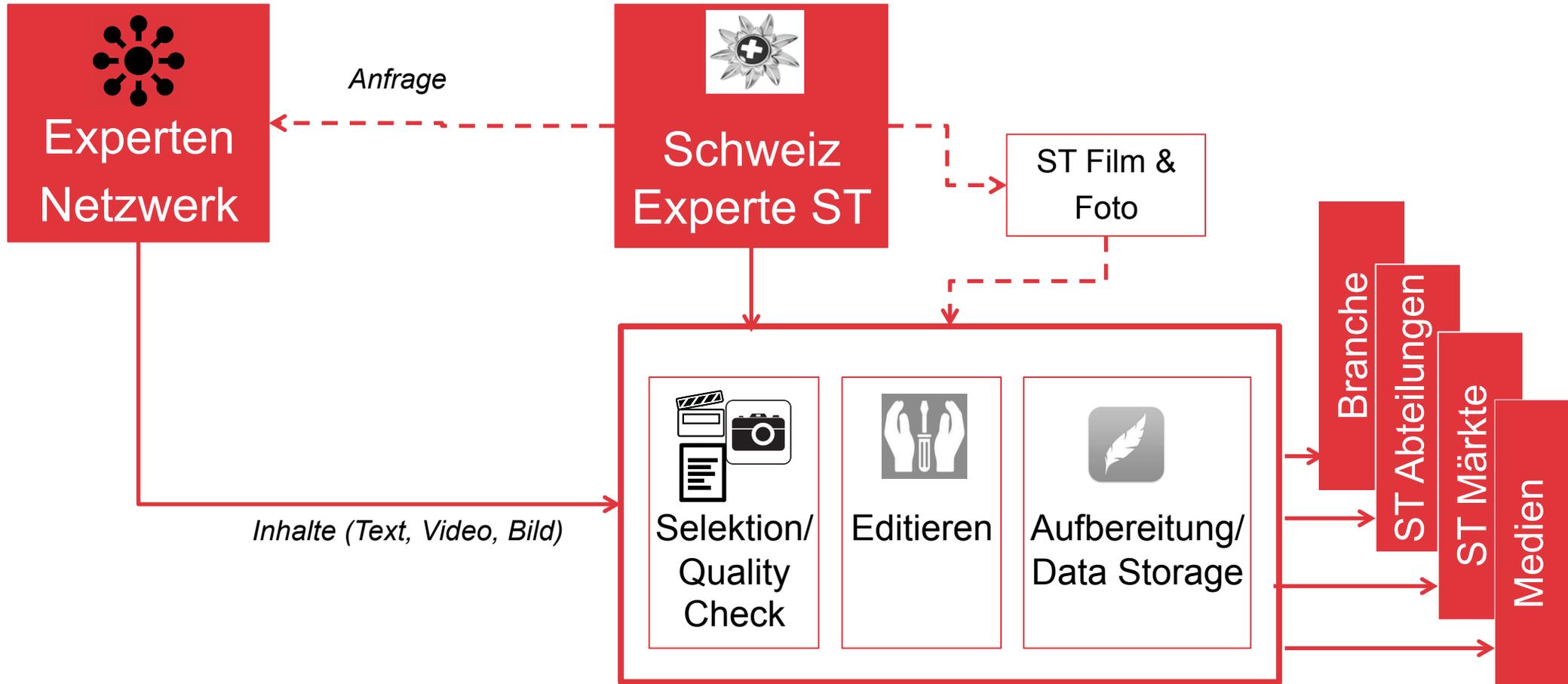
Idee:

Schweiz Tourismus koordiniert ein schweizweites Netzwerk von Content-Experten innerhalb der Branche.



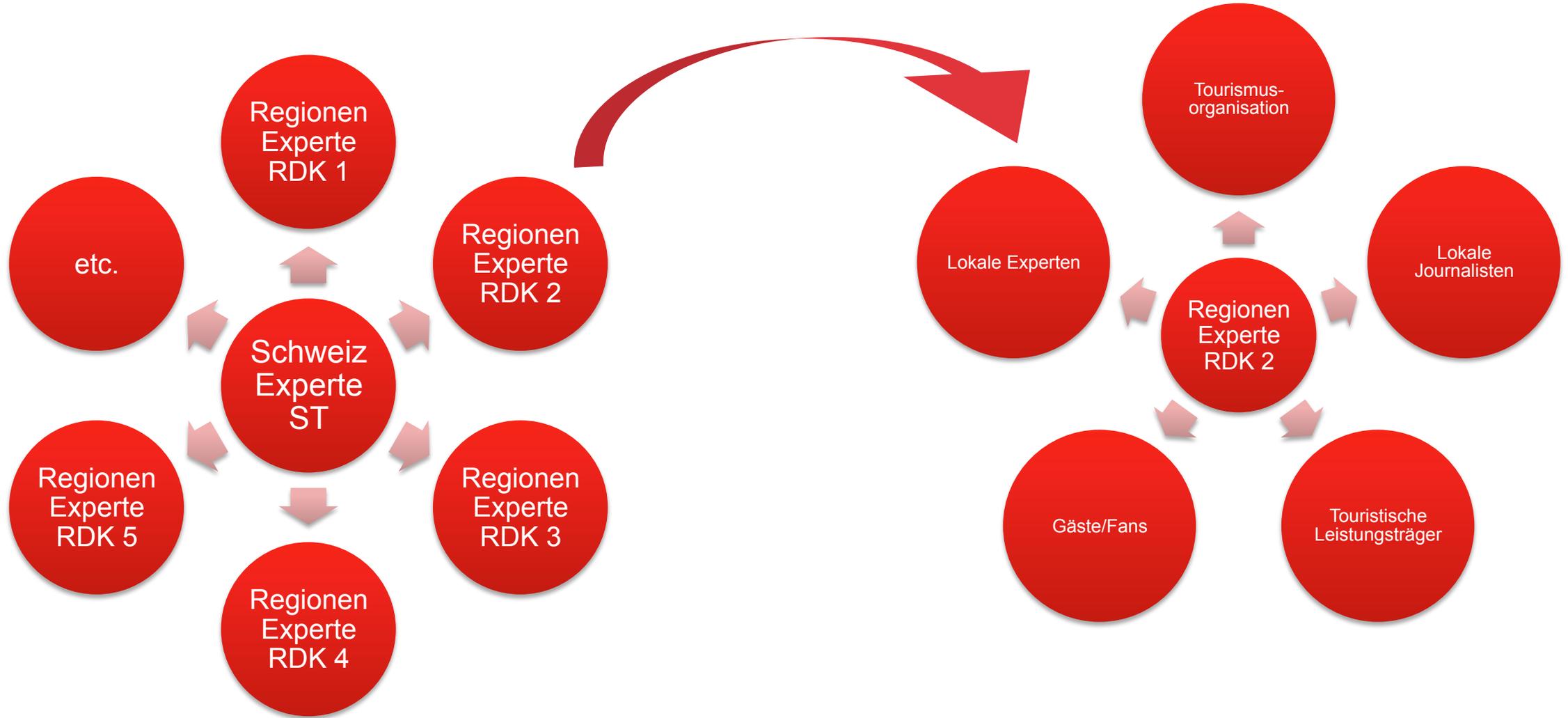
Schweiz.
ganz natürlich.

Content Beschaffung, Redaktion, Distribution.





Umsetzungsvorschlag.



Content Netzwerk. (I)

Aufgaben des Regionen Experten

- Vertritt die ganze geografische Region (nicht nur zahlende Partner).
- Sucht und liefert proaktiv gute Inhalte (Text, Bild, Video) zu Geschichten.
- Bearbeitet Content-Anfragen von ST Schweiz Experten und termingerechte Lieferung der Inhalte (Text, Bild, Video) - z.T. auch kfr. Medienanfragen!
- Stellt die Qualität und Vollständigkeit des geforderten Contents sicher.
- Fungiert als themenübergreifender SPoC innerhalb der regionalen Tourismusorganisation sowie der touristischen Region
- Aufbau und Pflege des regionalen Content-Netzwerks (Destinationen, Leistungsträger, Lokalmedien, etc.)

Content Netzwerk. (II)

Anforderungen an Regionen Experten

- Grosse Begeisterung für seine Region als Reise- und Erlebnisdestination
- Überdurchschnittliche touristische **Produkt-Kenntnisse, Erfahrung** sowie **Seniorität**.
- Recherche-Kompetenz & **journalistisches Gespür** für Geschichten. Hoher Grad an Eigeninitiative
- Erfüllung der übergreifenden Organisation- und Koordinationsanforderungen
 - Inhalt (Qualität, Vollständigkeit, gesamtsregionale Abdeckung, Klassiker/Geheimtipps)
 - Zeit (Termine, Kurzfristigkeit, Aktualität)
 - Kommunikation (Informationsfluss, SPoC-Funktion, Stellvertretung)

ST Schweiz Experte.

Aufgabe des Schweiz Experten ST

- Koordination/Organisation/Logistik des Experten Netzwerks.
- Organisiert Fachaustausch für Netzwerk-Mitglieder (Storytelling, Bildauswahl, Texten, Geschichten suchen/finden/lancieren).
- Sendet und koordiniert Content-Anfragen an Netzwerk-Mitglieder.
- Sichtet, kontrolliert und bewertet Inhalte von Netzwerk-Mitgliedern (Vollständigkeit, Originalität, Qualität, Aktualität, etc.).
- Editieren, verdichten und neu verpacken; ergänzen mit Bild- und Videomaterial; Geschichten entwickeln.
- Aufschalten der Geschichten in Content DB & Koordination der Distribution.

Timing.

1. Zustimmung zum Konzept 28.1.2016
2. Kommunikation des dezidierten Content-
Managers durch RDK-Mitglieder 29.2.2016
3. Definition der genauen Prozesse zwischen
Schweiz Experten und Regionen Experten 15.3.2016
4. Kick-Off Meeting mit Experten-Netzwerk 1.4.2016
5. Start Umsetzung April 2016
6. Laufend Fachaustausch Ganzes Jahr

Diskussionspunkte.

1. Sind die Regionen bereit die regionale Koordination des Contents zu übernehmen und je 1 dezidierten Regionen Experten für das Netzwerk einzusetzen?
2. Sind die angedachten Prozesse effizient?



Schweiz.
ganz natürlich.