

# Ausschreibung

## Arbeitsgemeinschaft / Marktoffensive China 2018

### Unsere Zielgruppe - Generation 2.0.

- Geboren ab Mitte der 80iger
- Kommen aus dem urbanen Raum
- 66% verheiratet mit einem Kind
- Kennen Europa schon (Urlaub mit Eltern / Studium)
- Hoher Ausbildungsgrad (über 53% Bachelor)
- Interesse an Natur- Kulturattraktionen
- Interesse an Regionalität (Kulinarik, Volkskultur etc)
- Reisen mit Freunden oder Familie in Kleingruppen (4-10 Personen)
- Sprechen und verstehen Englisch
- 80% Social Media Distributoren

### Kurzer Rückblick 2017 (Stand 15. November 2017)

- Aufbau diverser chinesischen Social-Media-Kanäle  
WEIBO mit derzeit über 1.000 Followers und ca. 15.000 Lesern / Posting
- Online Marketing Kampagnen: cTrip, Weibo und Facebook
- Abschluss von Marketingvereinbarungen mit chinesischen Reiseveranstaltern
- Produktentwicklung zu den Themen: Hochzeitsreise, Familienurlaub, Winterangebote, Sommer-Camps, Musik-Camps etc....
- Printmaterialien: Image-Broschüre, Hochzeitsbroschüre, Winter-Angebot, Familie Angebot etc.
- 6 Medienkooperationen (Drivetour, Europe Weekly etc...)
- 2 Messeauftritte (Wien & China) 4RV Workshops
- 2 Verkaufsreisen in China
- 2 durchgeführte Famtrips
- 5 betreute Blogger / KOL Reisen
- Tourism Media Beijing verleiht Kärnten Auszeichnung  
„2017 Top 5 Overseas Destination – Outdoor Tour“
- + 21,2% (Jan-Sept2016: 14.550 ÜN / Jan-Sept2017: 18.465 ÜN)

### Überblick Marketingaktivitäten 2018:

- Image-Broschüre
- Broschüre Angebotsgruppe China
- Div. Broschüren für entwickelte Produkte
- Online Marketing auf diversen chinesischen Kanälen  
zB: cTrip, Weibo, WeChat, Facebook für Übersee Chinesen
- Printmedienkooperationen
- Pressearbeit: Einzelrecherchen Journalisten
- Pressearbeit: Blogger- Influencer, KOLs
- ÖW Kooperation Premium „NATUR“
- Diverse RV-Workshops und Messe-Auftritte in China
- Verkaufsfördernde Aktivitäten: div. Sales-Touren in China
- Verkaufsfördernde Aktivitäten: Famtrip Reiseveranstalter