

Produkt- und Marketingkriterien China – Generation 2.0. - Erlebnisprogramm

Ausgangssituation:

China ist der schnellst wachsende Auslandsreisemarkt
Jahr 2000: 10 M => Jahr 2012: 83 M

Platz 1: für Ausgaben € 229 pro Tag pro Person

Platz 2: für Anzahl der Auslandsreisen

Platz 4: Anzahl der Übernachtungen bei Auslandsreisen

Veränderung im Reiseverhalten:

Shopping gilt nicht mehr als Nummer 1 Reisemotiv „Status-Symbol“ hat sich verändert. Der Status bezieht sich auf „Experiences“ Erlebtes – Erreichtes – Gesehenes.

Nur mehr 20% reisen in organisierten Gruppen Trend geht zu Kleingruppen wie Freunde, Familie oder als Paar mit oder ohne Kind.

Unsere Zielgruppe: „Generation 2.0. – Online Traveller“

- 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

Konzept: Modul Baukasten:

Um dem chinesischen Gast ein individuelles, maßgeschneidertes Programm bieten zu können werden keine All-Inklusive Packages geschnürt sondern ein Modul-Bauset kreiert.

Der Incoming Partner, der chinesische Reiseveranstalter aber auch der individuelle Reisegast sollen die Möglichkeit haben, aus verschiedenen Modulen das passende Reiseprogramm zusammenstellen zu können.

D.h. im Bereich der Unterkunft, der Verpflegung sowie bei dem Erlebnisprogrammen sollen einzelne buchbare Module entstehen, die man individuell kombinieren kann.

Produkt- und Marketingkriterien:

Produktkriterien:

- Der Partner verfügt über chinesisch und/oder englisch sprechendes Personal in den relevanten Bereichen wie Reservierung und Betreuung vor Ort.
- Das Produkt wird dem Gast durch eine konkrete Vermittlungsleistung näher gebracht (direkt Buchbar)
- Das Produkt ist schlüssig so aufbereitet, dass es individuell erlebbar ist
- Die Programme werden ohne Anfahrt und Abfahrtszeiten kalkuliert
- Ab den Halbtages-Programmen muss eine Verpflegung (warme Speise) mit einbezogen werden
- Das Programm muss zeitlich so kalkuliert sein, dass Foto-Pausen und Raucher-Pausen inkludiert sind. (muss nicht ausgewiesen werden)
- Die Mobilität vor Ort sowie die einfache Erreichbarkeit und Zugänglichkeit des Produktes sind sicher gestellt. (besonders der Zugang zu Naturerlebnissen)
- Das Programm muss deutlich erkennbar sein ob auch Familien bzw. für Kinder geeignet. Besondere Angebote/Erlebnisse für Kinder werden zusätzlich ausgewiesen.
- Der Partner muss sich mit der chinesischen Kultur, Verhalten und Social-Media Verhalten vertraut machen. (Schulung)
- OPTIONAL: Das Programm bietet im Anschluss die Möglichkeiten regionale Produkte auch zum Einkaufen anzubieten.
-

Marketingkriterien:

- Der Partner hat eine Homepage in Chinesischer und/oder Englischer Sprache
- Die Homepage des Partners hat eine Mobil-Version.
- Das jeweilige Programm (Varianten) wird detailliert, mit Bildern und/oder Videos auf der Homepage in chinesischer und/oder englischer Sprache vorgestellt.
- Die Mehrsprachigkeit der Werbemittel (mind. Englisch) ist sichergestellt.
- Optional: WeChat, YouKu Account
- Optional: Das Programm ist online über die Homepage buchbar

Varianten:

Das Erlebnisprogramm soll am besten in mehreren Varianten zur Verfügung stehen. Somit erhalten der Individualgast als auch der Reiseveranstalter die Möglichkeit Kombinationen zu wählen. Dem chinesischen Gast sind Flexibilität und eine große Auswahl an Möglichkeiten enorm wichtig.

Ab einem Programm von 4 Stunden (halbtägig) muss eine warme Speise (Auswahl an regionalen Speisen) angeboten werden.

Alle Varianten sind ohne An- und Abreise zu kalkulieren.

Varianten:

- 2 Stunden Programm
- 3 Stunden Programm
- Halbtägiges Programm
- Ganztägiges Programm



Interessenbekundung Beteiligung China – Generation 2.0.

Ich habe Interesse, mich am Thema der Kärnten Werbung „China – Generation 2.0.“ zu beteiligen und das dafür vorgesehene Produkt hierfür einzureichen / zu entwickeln. Die Teilnahmeabsicht ist auf 2 Jahre ausgelegt.

Mit folgendem Produkt möchte ich an der Marktbearbeitung China teilnehmen und bestätige, dass die angeführten Produkt- und Marketingkriterien erfüllt werden.

Zusätzlich zu diesem Dokument übersende ich in englischer Sprache folgende Informationen:

- Headline – Überschrift
- OPTIONAL: Unterüberschrift (1 Satz über Erlebnis)

- Kurbeschreibung max. 600 Zeichen
- Detailbeschreibung: max. 4.000 Zeichen

- 2 – 4 Bilder maximale Auflösung
- OPTIONAL: Video-Links etc.

Ort, Datum, Unterschrift & Firmenstempel

Auftraggeber: _____

Ansprechpartner: _____

Email: _____

Telefon: _____

Homepage: _____

Bitte beachten Sie, dass nur vollständig eingereichte Module in die Auswahl kommen. Die Bilder, die diesem Antrag angehängt wurden, dürfen seitens der Kärnten Werbung online und offline für Werbezwecke genutzt werden.

Bitte senden Sie Ihre Teilnahme-Unterlagen bis zum 8. Januar 2016 an andrea.leitner@kaernten.at. Die Termine für die Workshops folgen.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!