

Produkt- und Marketingkriterien China – Generation 2.0. – Hotellerie

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 Betrieb verfügt über chinesisch und/oder englisch sprechendes Personal in den relevanten Bereichen wie Reservierung, Rezeption (Concierge) und Service.
- Für Incoming Partner inkludiert der Betrieb eine Provision von 25% im Übernachtungspreis.
- Für chinesische Reiseveranstalter inkludiert der Betrieb eine Provision von 15% im Übernachtungspreis.
- Der Betrieb hat einen ausgewiesenen Raucherbereich. (Terrasse etc.)
- Der Betrieb bietet am Frühstücksbuffet auch warme Speisen an (Eierspeise etc.)
- Der Betrieb bietet die Möglichkeit die Speisen in kleinen Portionen kombiniert zu verzehren. (Family-Style, Tapas-Style)
- Der Betrieb verfügt über eine chinesische und/oder englische Speisekarte. Idealerweise auch mit Bildmaterial ergänzt.
- Der Betrieb muss sich mit der chinesischen Kultur, Verhalten und Social-Media Verhalten vertraut machen. (Schulung)
- OPTIONAL: Der Betrieb bietet die Möglichkeit selbstgemachte Speisen zum Verkauf anzubieten. (Marmeladen, Honig, Kräutermischungen etc..)

Marketingkriterien:

- Der Betrieb hat eine Homepage in Chinesischer und/oder Englischer Sprache
- Die Homepage des Betriebes hat eine Mobil-Version.
- Der Betrieb ist online über die Homepage und/oder über Buchungsplattformen buchbar.
- Die Mehrsprachigkeit der Werbemittel (mind. Englisch) ist sichergestellt.
- Optional: WeChat, YouKu Account



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:

- Digitales Fact Sheet über das Hotel und/oder
- Digitale Hotel-Broschüre

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

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

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!