

Schlusspräsentation

«Marketingkonzept zur Optimierung der Webseite www.tourismus-solothurn.com »

Jessica Mair und Laura Scheidegger

Präsentationsablauf

- ▶ Aktueller Stand der Bachelor Thesis
 - Ziele der Bachelor Thesis
 - Ausgangslage
 - Strategieentwicklung
 - Massnahmen
 - Fazit

- ▶ Diverses und Fragen

Ziele der Bachelor-Thesis

- ▶ Positionierung der Webseite
- ▶ Strategie-Entwicklung für die Webseite
- ▶ Gezielte Vermarktung der Webseite
- ▶ Finanzierungsmöglichkeiten der Webseite

Vorgehen

- ▶ Professioneller Input durch Projektleiter Webapplikationen
Michael Primessnig

- ▶ Literaturrecherche

- ▶ Analysephase
 - Umwelt
 - Konkurrenz
 - Kunden/Markt
 - Webseite www.tourismus-solothurn.com
 - SWOT-Analyse

Vorgehen

- ▶ Konzeptphase
 - Positionierung
 - Strategie
 - Vision
 - Mission
 - Ziele
 - Massnahmen
 - Aufbau/Struktur, Benutzerfreundlichkeit und Auffindbarkeit der Informationen
 - Gezielte Vermarktung der Webseite
 - Finanzierung der Webseite

Ausgangslage

Problemstellung:

- ▶ Kantonal betriebene Webseite fördert v.a. Städte Solothurn und Olten.
- ▶ Webseite www.tourismus-solothurn.com fördert auch die vernachlässigten ländlichen Regionen.
- ▶ Ziel ist mit einer konkurrenzfähigen Webseite die kantonal betriebene Webseite abzulösen.

Ausgangslage

SWOT-Analyse		Interne Analyse	
		Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)
Externe Analyse	Chancen (Opportunities)	<p>(1) Grosses Angebot auf der Webseite vorhanden, um breite Zielgruppe anzusprechen</p> <p>(2) Ansprechendes Bildmaterial erzeugt nachhaltige Wirkung</p>	<p>(3) Informationen auf der Webseite eliminieren, um die Benutzenden besser informieren zu können</p> <p>(4) Einheitlicher Buchungsweg für alle Angebote erhöht die Benutzerfreundlichkeit</p>
	Gefahren (Threats)	<p>(5) Alle Regionen auf der Webseite vertreten, doch Konkurrenzwebseite ist professionell aufgebaut</p> <p>(6) Links abbauen, um Komplexität der Webseite abzubauen</p>	<p>(7) Städtetourismus fördern, da die Touristinnen und Touristen vor allem die Städte Olten und Solothurn besuchen</p> <p>(8) Fehlender Gesamtüberblick erzeugt negative Assoziationen</p>

Strategie- entwicklung: Positionierung

- ▶ Sanfter Tourismus:
 - Alternative zum klassischen Massentourismus.
 - Einklang mit der sozialen und natürlichen Umwelt.
 - Basis zur Sicherung für wirtschaftlich nachhaltigen Tourismus.
 - Gemeinden und Regionen stehen im Vordergrund.
 - Die Interessen der regionalen Bevölkerung sollen berücksichtigt werden.

Positionierung

- ▶ Sanfter Tourismus:
 - Kanton Solothurn viele Möglichkeiten im naturnahen Tourismus.
 - Breites Netz an Wander- und Velowegen.
 - Zahlreiche Angebote im Sport und im Abenteuerbereich.
 - Städte Solothurn und Olten legen ihr Hauptaugenmerk auf Geschichte und Seminar-tourismus.

Strategie

- ▶ Differenzierung durch breites regionales Angebot

Wettbewerbsstrategie nach Porter		Strategischer Vorteil	
		Besondere Produktmerkmale	Kostenvorsprung
Zielmarkt	Gesamtmarkt	Differenzierung	Kostenführerschaft
	Teilmarkt		Nischenstrategie

Strategie

▶ Vision:

- *Unsere Webseite www.tourismus-solothurn.com steht für den sanften Tourismus im Kanton Solothurn und soll alle Regionen gleichermassen gezielt fördern.*

▶ Mission:

- *Wir bieten einer breiten Zielgruppe ein vielfältiges Angebot von regionalen Besonderheiten und Aktivitäten im Kanton Solothurn an.*

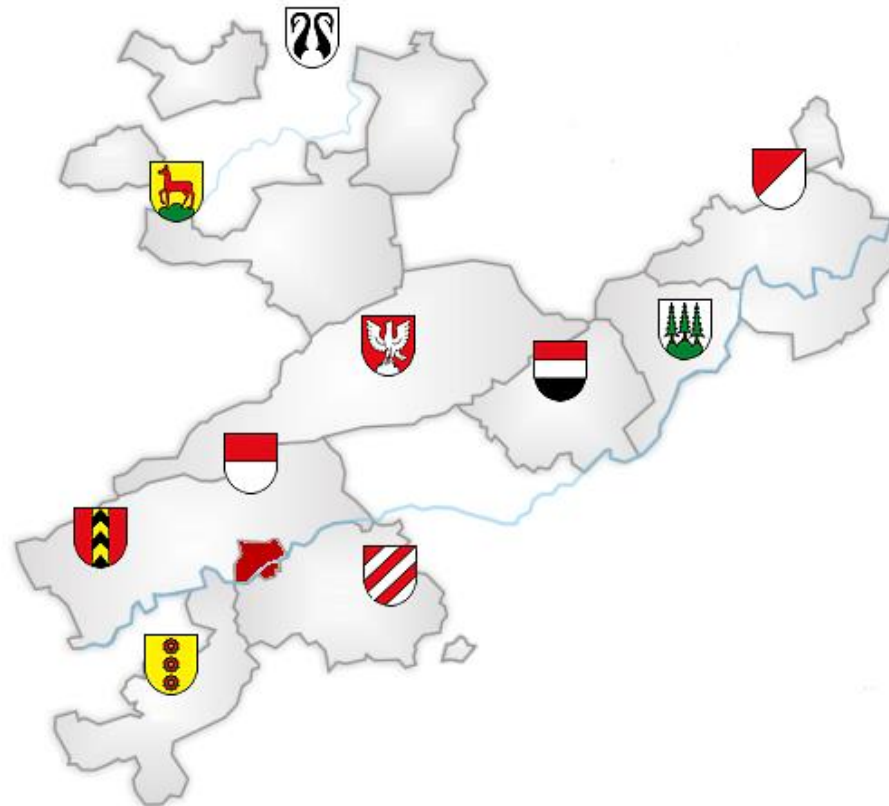
Strategie

▶ Ziele:

- *Die Benutzerfreundlichkeit (Usability) steigern.*
- *Informationsbeschaffung und Buchung den Nutzenden möglichst einfach zugänglich machen.*
- *Gewinnung und Überzeugung von bisherigen und potentiellen Kundinnen und Kunden.*
- *Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit gewinnen.*
- *Eine konkurrenzfähige Webseite anbieten.*

Massnahmen Aufbau/Struktur

Startseite:



Aufbau/ Struktur

Startseite:

Nach Angeboten	Nach Regionen	Nach Zielgruppen
Aktuell	Aktuell	Aktuell
Angebote	Wasseramt	Vereine
- Toptipps	- Informationen	- Topangebote
- Wandern	- Topangebote	- Buchen
- Abenteuer	- Unterkünfte	Familien
- Kultur	- Restaurants	Firmen
- Kurse	- Buchen	Schulen
- Sport	- Karten	Rollstuhlgängige
Unterkünfte	- Galerie	Unterkünfte
- Hotels	Solothurn	Restaurants
- Jugendherbergen	Olten	Karten
- Bed & Breakfast	Thal	Galerie
- Camping	Lebern	Intern
Restaurants	Gösgen	
Buchen	Gäu	
Karten	Dorneck	
Galerie	Bucheggberg	
Intern	Thierstein	
	Intern	

Aufbau/Struktur

Startseite:

- ▶ Presse, Infos, Kontakt, Werbeartikel und Links horizontal am unteren oder oberen Rand der Webseite.
- ▶ Rubriken mit Doppelbenennungen auf einen Begriff gekürzt oder in zwei Rubriken aufgeteilt.
- ▶ Fixe Integration von Logo als Rückführung zur Startseite.

Aufbau/Struktur

Webseiten:

- ▶ **Aktuell:** Neuigkeiten und Informationen zur Region sowie Angeboten
- ▶ **Angebote:** Unter Toptipps Spezialangebote, weiteren Rubriken Wandern, Abenteuer, Kultur, Kurse und Sport Informationen und spezifische Angebote zum Thema, Buchungen unter Rubrik «Buchen».
- ▶ **Unterkünfte:** Hotels, Jugendherbergen, B&B sowie Campingplätze, Buchung bzw. Reservation Verweis auf die Webseite der Unterkünfte
- ▶ **Restaurants:** Restaurants, Reservation Verweis auf deren Webseite
- ▶ **Buchen:** Einheitliche Buchungsplattform für sämtliche Angebote, Kontaktformular für zusätzliche Informationen
- ▶ **Karten:** Informationen über einzelnen Regionen sowie Kartenmaterial
- ▶ **Galerie:** Fotografische und filmische Impressionen
- ▶ **Intern:** Informationen nur mit Passwort zugänglich

Benutzerfreundlichkeit



University of Applied Sciences Northwestern Switzerland
School of Business

Student Project

Startseite:

- ▶ Gesamte Startseite ersichtlich ohne scrollen
- ▶ Verringerung der Links
- ▶ Screenshots durch Bildmaterial ersetzen

Benutzerfreundlichkeit



University of Applied Sciences Northwestern Switzerland
School of Business

Student Project

Webseiten:

- ▶ Dürfen etwas länger sein als Startseite
- ▶ Verringerung der Links
- ▶ Screenshots durch Bildmaterial ersetzen, Fokussierung auf Kernbilder
- ▶ Einheitliches Farb- und Schriftkonzept
- ▶ Einheitliches Buchungsformular

Auffindbarkeit der Informationen

Startseite:

- ▶ Informationen auf Startseite stets aktuell
- ▶ Änderung der Rubriken
- ▶ Spalte rechts:
 - Integration eines Suchfelds (bisher unter Infos)
 - Infos zu Wetter oder Partnern (Logos)
 - Keine Angebote

Auffindbarkeit der Informationen

Webseiten:

- ▶ Verringerung der Anzahl Informationen

- ▶ Kerninformationen:
 - Angebote: kurzer Beschrieb und Preis sowie Zielgruppe
 - Topangebote: speziell gekennzeichnete Angebote
 - Angebotsspezifisches Material: Karten, Buchungsformular, Galerie, Wetter

- ▶ Informationen zu Anpassungen der Seite nicht kommunizieren

Auffindbarkeit der Informationen

Webseiten:

- ▶ Links: Von der Seite wegführende Links in neuer Registerkarte, auf der Seite bleibende in demselben Fenster
- ▶ Karten: Gliederung nach Stadt- und Wanderkarten, jeweils nur eine Ausführung jeder Karte
- ▶ Fotografien: Fokussierung auf Kernbilder
- ▶ Galerie: Bildmaterial nach Themen sortiert

Gezielte Vermarktung: Place

- ▶ Distribution verläuft über lokale, regionale und nationale Plattformen.
- ▶ Regional und lokal werden Zeitungen, Radio und Flyer eingesetzt. National wird mit Hilfe von Sponsoring an Events gearbeitet.
- ▶ Social Media sorgt dafür, dass der Kontakt mit den Besuchenden gepflegt werden kann.
- ▶ 1. regional bewerben
- ▶ 2. national bewerben
- ▶ 3. Süddeutschland bewerben
- ▶ Die Webseite mit ihren Angeboten steht bei der Distribution im Vordergrund.

Product

- ▶ Das Produkt besteht aus der Webseite www.tourismus-solothurn.com.
- ▶ Auf dieser Webseite werden Verpflegungs- und Übernachtungsmöglichkeiten sowie Sehenswürdigkeiten und Ausflüge in der ganzen touristischen Region des Kantons Solothurn angeboten.

Promotion

- ▶ Flyer
 - Kleiner Aufwand, grosse Wirkung.
- ▶ Radio 32
 - Kurz-Spot mit einer Dauer von fünf bis zehn Sekunden.
- ▶ Social Media
 - Pflege der Kommunikation mit Interessierten
- ▶ Sponsoring Jodlerfest
 - Informationsstand am Jodlerfest, um über Angebote auf der Webseite zu informieren.
- ▶ Inserierung lokale Zeitungen
 - Inserat in der az Solothuner Zeitung, im az Grenchner Tagblatt oder in der Schweiz am Sonntag Ausgabe Solothurn/Oberaargau aufschalten.

Price

Werbemittel	Bemerkung	Preis
Flyer	Gestaltung und Layout Flyer A5 farbig: ab CHF 350.00 Flyer drucken: ab CHF 200	Gestaltung und Layout: CHF 350.00 <u>Flyer drucken: CHF 200.00</u> <u>Total: CHF 550.00</u>
Radio 32	Spot-Produktion: ab CHF 380.00 Durchschnittlicher Preis pro Sekunde in der Prime Time: CHF 23.10	Durchsage-Spot: CHF 380.00 <u>10 Sekunden à 23.10: CHF 231.00</u> <u>Total: CHF 611</u>
Social Media	Profil und Seite erstellen kostenlos	<u>CHF 0.00</u>
Sponsoring Jodlerfest	Sponsoring Beitrag für Informationsstand am Jodlerfest: ab CHF 3000.00	<u>CHF 3000.00</u>
az Solothurner Zeitung	1/2-Seite, farbig	<u>CHF 3700.00</u>
az Grenchner Tagblatt	1/2-Seite, farbig	<u>CHF 2390.00</u>
Schweiz am Sonntag Solothurn/Oberaargau	1/2-Seite, farbig	<u>CHF 4580.00</u>

Finanzierungs- möglichkeiten

- ▶ Auftragspauschale
 - Angemessene Auftragspauschale bei direkter Buchung.
 - Auftragspauschale mit einem Prozentsatz von 10% vom Angebotspreis.
 - Weiterführende Möglichkeit Reisebüro in die Webseite integrieren.
- ▶ Werbung
 - Die Webseite kann ebenfalls durch Werbeeinnahmen finanziert werden. Verschiedene Banner mit Werbebotschaften auf der Webseite integrieren.
- ▶ Kanton
 - Im Rahmen der neuen Regionalpolitik werden förderungswürdige Akteure in berg- und ländlichen Räumen finanziell unterstützt. Kanton Solothurn übernimmt die Webseite und finanziert sie somit zu Teilen.

Fazit

Die grosse Hauptstärke der Webseite ist der massiv vorhandene und gut zusammengetragene Inhalt. Wenn dieser noch etwas lesegerechter aufbereitet und benutzerfreundlich strukturiert, gegliedert und angezeigt wird, kann die Attraktivität der Webseite stark gesteigert werden.

(gemäss Michael Primessnig, PL Web-Applikationen)

Diverses und Fragen

- ▶ Diverses
 - Management Summary öffentlich oder vertraulich?
 - Spesen CHF 140.30

- ▶ Fragen?

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!