

## Erwartungen an den Vertrieb in Zukunft

Tourismus2020 Workshop 6./7.5.2013

	<b>Betrieb</b>	<b>Region</b>
Status Quo	<p>Wenig Professionalität im Vertrieb</p> <p>e-Marketing</p> <p>Wissenskonzentration auf junge Generation</p> <p>starke Produkt- aber geringe Prozess- und Vertriebsorientierung</p>	<p>Bildungsrolle ist TVB nicht bewusst</p> <p>Kleinen Regionen fehlen Leitbetriebe</p> <p>Fehlende Performancemessung/Marketingcontrolling</p> <p>Innovationsbewusstsein und Innovationsbudget fehlt</p> <p>schwammige Positionierungen</p>
Bedürfnisse	<p>Unabhängigkeit, kostengünstiger Vertrieb ohne Zwischenhändler</p> <p>flexible Systeme</p> <p>durchgängige Prozessdefinition</p> <p>Abgrenzung der Produkte/Positionierung</p>	<p>TVB als Wissensprovider</p> <p>Kommunikation zwischen Betrieben haben</p> <p>Datenhoheit (Neutralität)</p> <p>Market Intelligence aufbauen</p>
Erwartungen	<p>Anwendungen für Kunden simpel gestalten (Technologie nicht sichtbar)</p> <p>Technologie soll Convenience erzeugen</p>	<p>Schnellere Entscheidungswege</p> <p>mehr Kompetenzen</p> <p>aus Daten Positionierung und Strategie ableiten</p> <p>ständig evaluieren und weiterentwickeln</p>

## **Welche Rolle kommt Tourismusorganisationen (TVBs) künftig zu?**

### **Weg 1:**

Es bleibt so wie es ist. Vertrieb wird vom TVB nicht angetastet.

Nicht jede Tourismusorganisation hat heute oder in Zukunft die Fähigkeit, Vertrieb aktiv zu betreiben und/oder die Vermieter zu schulen und zu betreuen. Der TVB kümmert sich um touristische Infrastrukturen sowie klassische Information und Werbung um Nachfrage beim Betrieb und/oder Wiederverkäufern zu erzeugen.

### **Weg 2:**

Der TVB ermöglicht zusätzlichen Vertrieb über die bestehenden (Online-)Vertriebskanäle. Nicht alle TVBs sind in der Lage entlang der gesamten Customer Journey ihren eigenen Online Vertriebskanal aufzubauen und zu betreuen. Ebenso nicht die Vermieter entsprechend zu schulen und zu betreuen. Seine eigene Online Präsenz erzeugt aber genügend Anfrage, um daraus Buchungen zu generieren. Dieser TVB stellt auf seiner Onlinepräsenz die online buchbaren Angebote seiner Betriebe auf den gängigsten Buchungsplattformen in Form einer Metasuche dar.

### **Weg 3:**

Der TVB ist Vertriebs- und Wissensprovider

Der TVB gibt seinen Mitgliedern ein komplettes Vertriebswerkzeug, um seinen eigenen Vertrieb selbst zu steuern. Er verfügt über eine eigene starke Online Präsenz, die dem Vermieter ermöglicht direkt zu verkaufen. Er schafft die Möglichkeit, dass der Vermieter seine Verfügbarkeiten zentral und einfach auch an andere Vertriebskanäle anbinden kann. Der TVB verfügt über neutrales Marktwissen und gibt dieses an seine Mitglieder durch

persönlichen Kontakt weiter. Der TVB muss sich übergeordnet dieses Marktwissen beschaffen.

Idee Tirol: Installation eines Tourismus Clusters in der Standortagentur, der das Verbindungsglied zwischen Tourismusforschung, IT und Dienstleistungsbranche und Tourismusverbänden ist.

TVB als Wissens- und

Vertriebsprovider -

Erfolgsfaktoren:

Lokales Wissen und Nähe

Neutralität

Input und Sichtweise von  
außen

Transparenz

skalierbare Systeme

"Auskoppelung" in andere Branchen

Kommunizierbarer und erkennbarer Nutzen

genügend Starthilfe