

Kompetenz schafft Vertrauen.

Unsere Dienstleistung

## Strategisches Marketing für Freizeitimmobilien

### Analyse

- **Umweltsituation**

Einsetzen von Analyse Tools

Analyse der Ausgangssituation, des Wettbewerbs, des Standorts, der Nachfrage, der Zielgruppe, Stärken/Schwächenanalyse

- **Unternehmensziele**

Positionierung des Freizeitentrums

Aufbau einer Unique Selling Proposition

Bedürfnisse

Wünsche

### Erkennen von marktlichen Chancen und Problematiken

- Erlebnischarakter (Verlangen beim Kunden generieren, den Kunden abholen und entführen)
- Einzigartigkeit
- Landmark
- Identität
- Namensfindung
- Marke
- Thematisierung
- added Value

### Entwicklung von Marketingstrategien / Auswahl von Marktgestaltungsprogrammen

- Erfolgsvoraussetzungen bestimmen, wie zB Erlebniskompetenz schaffen, die Erlebnissprache der Zielgruppe, Hierarchische Erlebnisstrategie
- Einflussfaktoren berücksichtigen: zB Atmosphäre, Inszenierungskonzept, Leitsysteme,...
- Kundenbindung zB durch personalisiertes Service
- Corporate Identity
- Beschwerdemanagement
- Zahlungs- und Abrechnungssysteme
- Sicherheit
- Reinigung
- Wartung
- Marketingmix
- Kooperationen

[www.immoplusconsult.at](http://www.immoplusconsult.at)

Kompetenz schafft Vertrauen.

### Der Marketing Prozess bestimmt die:

- **Orientierung:** Unternehmerische Vision, Leitbild, Unternehmenspolitik
- **Auswahl:** komplexes strategisches Zielsystem auswählen – Sicherstellung von internen Betriebszielen und externen Marktzielen
- **Positionierung:** Entwicklung einer Strategie unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen
- **Implementierung:** Konzeptionelle Realisierung, Strategie Präzisierung
- **Optimierung:** Kontrolle, Evaluierung, Adjustierung, Optimierung

### Aktuelle Trends die beispielsweise beachtet werden müssen:

- steigendes **Anspruchsniveau** der Urlauber
- Wunsch nach **Zusatznutzen**
- Wunsch nach **Individualität**
- große **Flexibilität** und Kurzfristigkeit
- wachsende **Preisstabilität**
- komplexe **Motiv- und Aktivitätsbündel**
- ständige **Diversifizierung** der Zielgruppen
- steigendes **Markenbewusstsein** der Konsumenten (Zillertal)
- wachsende Nutzung neuer **Erlebnis- und Konsumwelten**

### Fehlerquellen / Defizite

- kein **Interessensaustausch** zwischen den Beteiligten („Stakeholder“)
- **ungeschultes Personal**
- **mangelnder Weitblick** für die unternehmerische **Vision**
- stark ausgeprägtes **Abteilungsdenken**
- **fehlende Identifikation** mit strategischen Zielen
- unzureichende Definition und Umsetzung der geforderten **Qualitätslevels**
- **Kundenorientierung** steht nicht im Vordergrund
- keine **ganzheitliche Wahrnehmung** (Facility Management, Marketing, Feng Shui,...)

Wir unterstützen Sie bei:

- ✓ Der Festlegung der strategischen Marketings
- ✓ Ganzheitliche Betrachtung des Gesamtkonzeptes hinsichtlich Schlüssigkeit, Umsetzbarkeit etc.
- ✓ Implementierung
- ✓ Umsetzungs- und Erfolgskontrolle