

Vom weissen Gold...

...zu goldenen Gästen!



Val Thorens



Val Thorens – in Zahlen

_Entstehung 1971

_26 000 Betten

_2 Millionen Übernachtungen



World's
Best Ski Resort

_30% Gäste aus Frankreich

_70% Gäste aus dem Ausland

_80% Belegung im Winter

Innovation dank integrierter Marketingstrategie

VISION

Wir in Val Thorens sind überzeugt, dass das Schneesportgebiet der Zukunft ein noch höheres Exzellenzniveau erreichen und eine lebendige und einzigartige Beziehung zwischen seinen Gästen, den Einwohnerinnen und Einwohnern sowie der Umgebung schaffen und vermarkten muss.

1

RATIONAL

- Daten als Herzstück der Marketing- und Businessstrategie verwenden
- Ziel: **Effizienz**

2

EMOTIONAL

- Markenspezifische Erlebnisse konzipieren und einmalige Beziehungen schaffen
- Ziel: **Präferenz**



Wozu Innovation, wenn es gut läuft?



*«Am einfachsten lässt sich die Zukunft voraussagen,
wenn man sie selbst gestaltet!»*

UNSERE MARKE STELLT
DIE GÄSTE INS ZENTRUM

UND

TRIFFT SIE
MITTEN INS HERZ

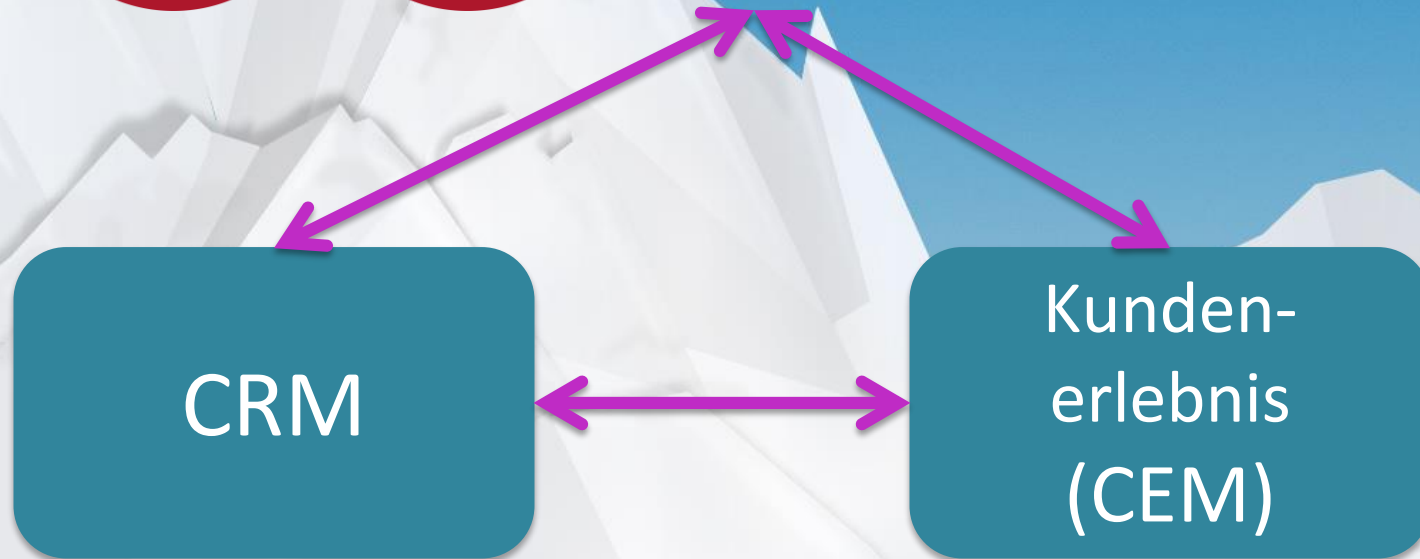


**VAL THO
LAB**

Die Marke als strategisches Entwicklungsinstrument



Val Thorens



**VAL THO
LAB**

AVANT

PENDANT

CRM: Schaffung von Mehrwert



- Maximiser l'expérience du client
- Mettre en avant les offres des partenaires acteurs
- Fidéliser
- Mieux connaître les comportements et parcours clients

- Ecoles de ski
- Centre sportif
- Remontées mécaniques
- Centrale de réservation
- Parkings
- Office de Tourisme



431 969 Contacts dé-doublonnés
 112 140 @mails valides
 166 131 séjours reconstitués



Connaissance client

CYCLE RELATIONNEL ANNUEL

EVENEMENTS – COULISSES – CONSEILS – ACTIVITE – INFORMATION



289 campagnes

1 336 218 @mails envoyés

128 868 cibles (SMS / @)



Avantages & Exclusivités CARTE

- Centre sportif
- Remontées mécaniques
- Centrale de réservation
- Parkings
- Office de Tourisme

- Commerçants
 - Hébergeurs
 - ...
- Partenaires
Alimentent les offres & incentives



PLATE FORME

Offres partenaires
Partages expériences

CYCLE RELATIONNEL SEJOUR

INFORMATION – BONS PLANS – METEO – INFO ROUTE – APPLICATION



51 714 @mails envoyés
 10 665 SMS

APRES

Si client en séjour: SUSPENDU
 Si client hors séjour : CONTINU



Kundenerlebnis: die Strategie in Aktion

Qualitative
Befragungen

Definition
der Personas

Customer
Journey
Mapping

Korrektur-
massnahmen

Gezielte
Schulungen

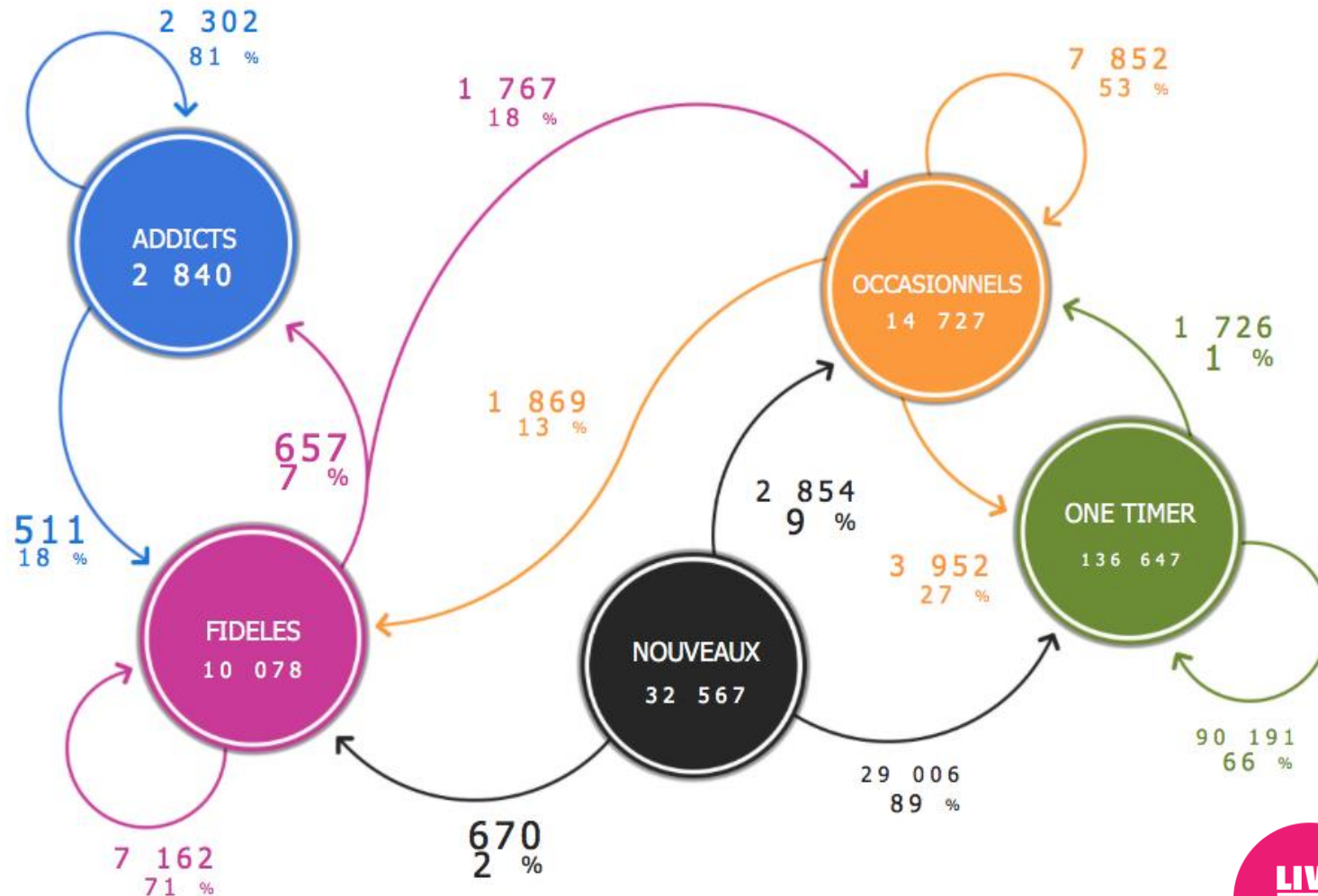
Umsetzung
Erlebnis



Resultate und Ausblick



Die Gäste genauer kennen

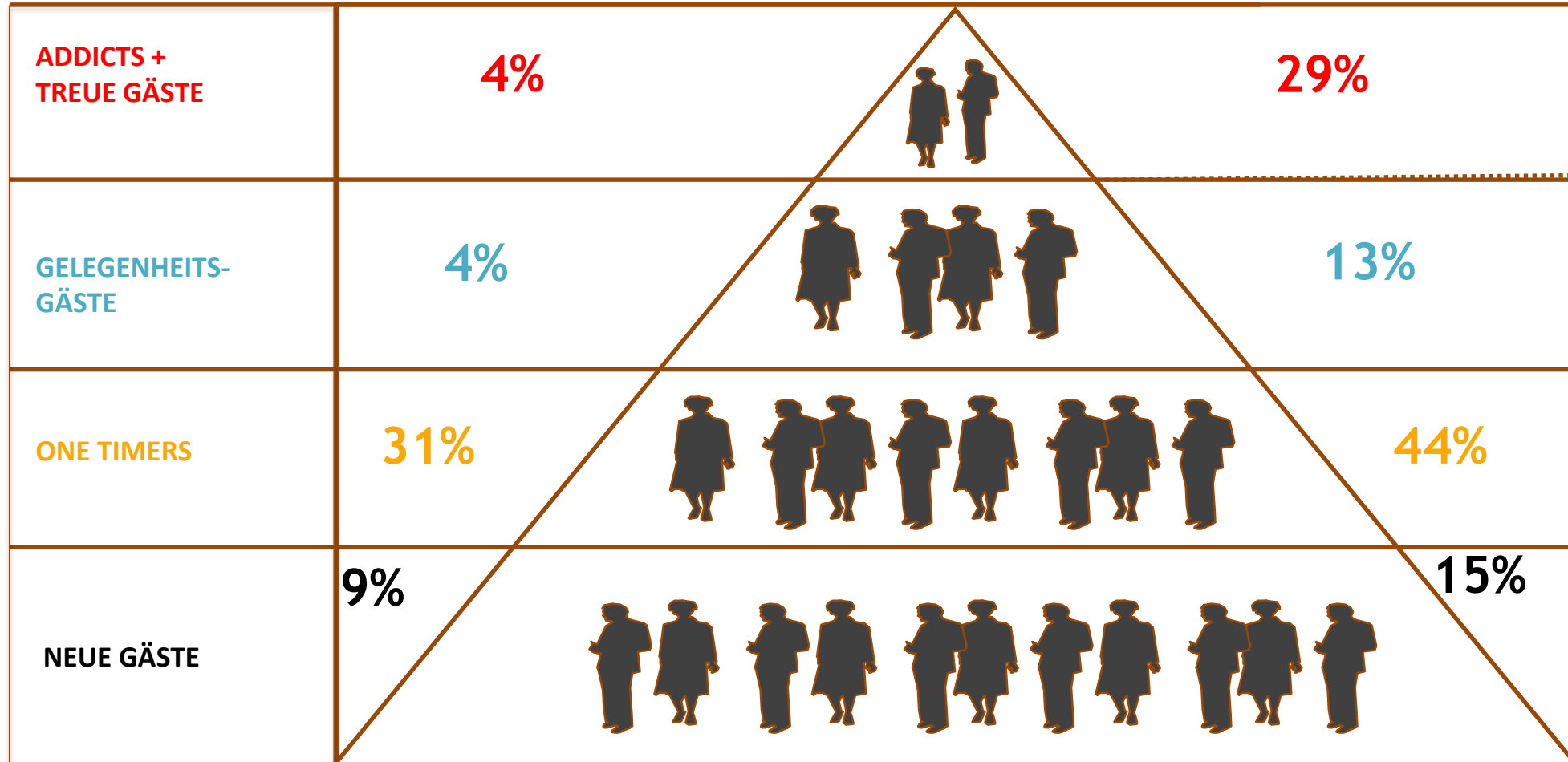


Umsatz nach Segmenten

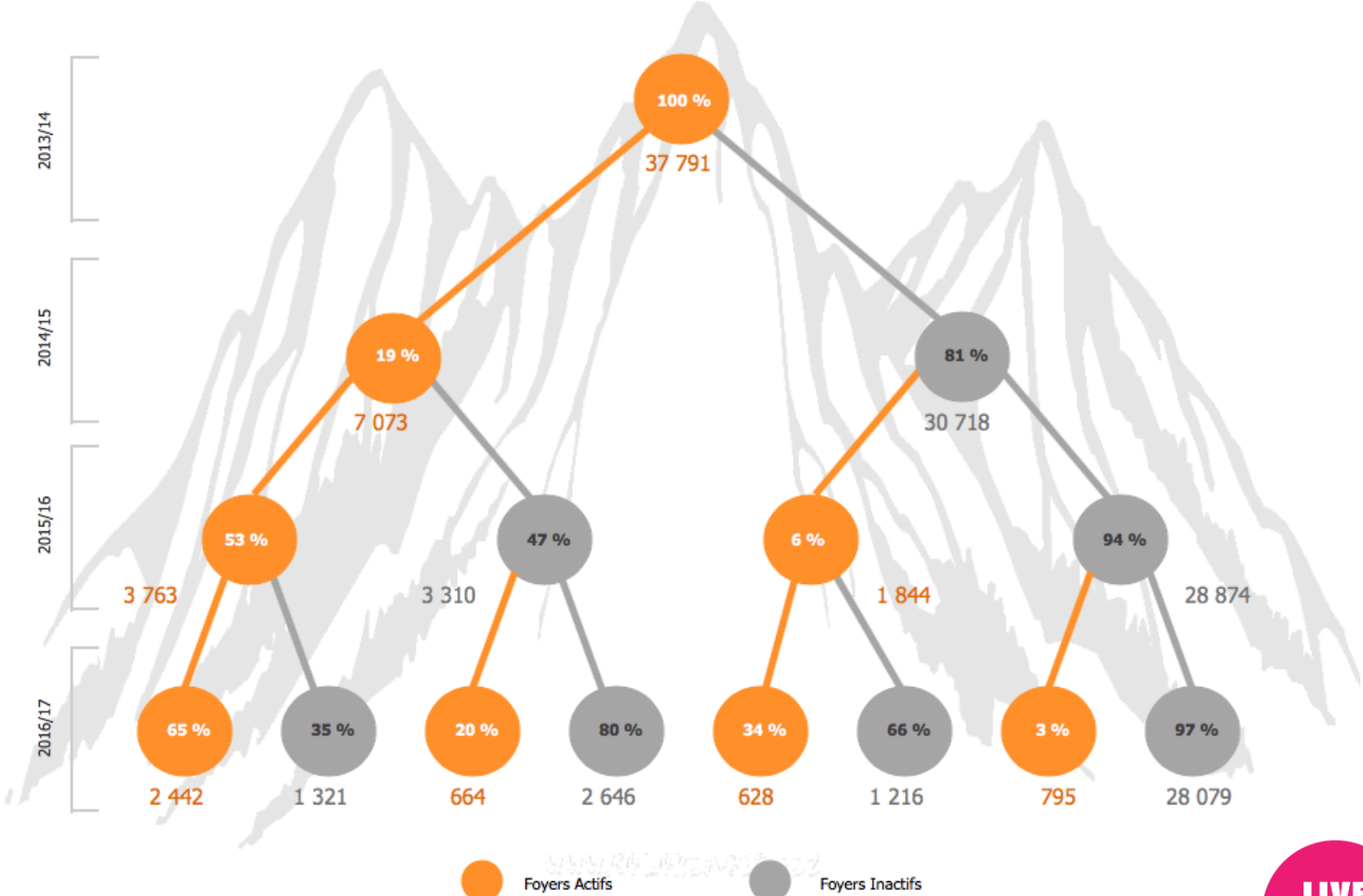
ANTEIL HAUSHALTE

ANTEIL AM UMSATZ

/ 5 Jahre



Treuebaum



Vom weissen Gold zu goldenen Gästen...



**VAL THO
LAB**

ROI dieses Vorgehens?

_Investition: 250 000 EUR

_Lohnsumme: 250 000 EUR

_Betrieb: 250 000 EUR

_zusätzlicher Umsatz / 5 Jahre

= 41 000 000 EUR

Verhältnis: x55



A photograph taken from the perspective of someone on a ski lift. Two women are seated in the foreground, their backs to the camera. They are looking out over a vast, snow-covered mountain range under a clear blue sky. The ski lift's metal frame is visible in the foreground. The woman on the left has dark hair, and the woman on the right has blonde hair styled in a braid. They are wearing winter jackets. The background shows a wide expanse of snow-covered slopes with some ski lift infrastructure visible in the distance.

Danke!

«Gemeinsam können wir
Berge versetzen!»



VAL THO
LAB