

Case Study Innsbruck Tourismus

Presented by Robert Salant



- Start 2011
 - Stadt, TVB, Stadtmarketing
- Weiterentwicklung 2014-15
 - Zusätzliche Markenpartner
 - Logo Clean, Bilderwelten, Corporate Wording, Piktos
 - Merchandising
 - Digital Identity: Interactive Styleguide

INNS' BRUCK

Markenpartner	Stadt	TVBI	IMG	IIG	ISD
	IAP	IOW	CMI	IVB	IAI
	PK	Almen	Stadtturm	Markthalle	Kletterhalle
	...				

Die Marke entlang der Customer Journey



Post-Consumption-Phase:
CRM: Baby come back.
Social Media, Blog, Email Marketing.

Digital Branding/Brand Awareness:
Hier beginnt: merkbar, unterhaltsam, relevant.
Ziel: Neue Kunden. Stammgäste reaktivieren.
Online Kampagnen. **Social Media**. Content Marketing.

Reisereflektion

Consumption-Phase:
Fokus auf das Hier und Jetzt.
Experience the Brand.
Sightseeing, Events,
Essen & Trinken über
Verzeichnisse & App (Mobile) sowie
Social Media: Reiseerlebnis



Inspiration
Infosuche

Discovery Phase:
DMO-Websites, **Social Media**, Blog, Stores
Targeting, Remarketing, Messaging

Buchung

Point of Purchase:
Externe Stellen OTA und Inhouse Channels

Pre-Consumption-Phase: Vorfreude
Eigene Websites, Blog, Reiseführer

Brand Awareness Phase



Social Media in der Customer Journey

Inspirationsphase



INNSBRUCK Innsbruck - Tyrol (Austria)
 April 13 at 11:09pm · 🌐

Neue Infrastruktur / Trails, eigener Downhill-Cup und bekannte Aushängeschilder: Innsbruck wird im Sommer 2016 zur Bike City!

Pre-Trip Phase

INNSBRUCK HOME BLOG SOCIAL WALL FEATURED STORIES

#myinnsbruck

Innsbruck - Die Bike City
 Neuer Infrastruktur, eigener Downhill-Cup und bekannte Aushängeschilder: Innsbruck wird im Sommer 2016 zur Bike City!
 BLOG.INNSBRUCK.INFO

Beiträge filtern: ALLE **DE** EN FR IT

WILLKOMMEN AM BLOG!

#myinnsbruck ist Innsbruck und seine Regionen in seiner ganzen Vielfalt. Hinter unseren Beiträgen stehen Blogger – Menschen mit Geschichten. Mit Neugier: Mit Erlebnissen. Und genau das wollen wir teilen. Unsere ganz persönliche Hauptstadt der Alpen. Wir zeigen Innsbruck, seine Feriendörfer, das Kitztal-Sellraintal und das Sonnenplateau Wenging & Tirol Mitte so, wie wir es lieben.

NEUESTE BEITRÄGE

INNSBRUCK ALPINE TRAILRUN FESTIVAL

Post-Trip Phase

Verena Abenthung, Urban Innsbruck and 1.1K others · Top Comments

143 shares

Write a comment...

Kevin Fredericksen Had some Gluhwein during Oesterfest just in front of the Goldenes Dachl.
 Like · Reply · Message · 2 · April 22 at 1:44am

Adelinde Sacherow love the old part of the city
 Like · Reply · Message · 2 · April 22 at 4:00pm

Gert Van Lommel Im looking forward to my holiday in Innsbruck in June... 🍷
 Like · Reply · Message · 1 · April 21 at 9:23pm

Nick Rutter Had a very good afternoon tea just by the Goldenes Dachl. A wonderful place to visit.
 Like · Reply · Message · 1 · April 21 at 9:05pm

Ana Maria Gonzalez M I love it too 😍😍 magical place ❤️❤️
 Like · Reply · Message · 2 · April 22 at 3:51 am

Janneke Mulik

🥰

Gast

- Mobile: App
- Infos vor Ort
- Signaletik
- Straffung Infomaterial
- Neuauflage
hochwertiges
Gästemagazin

Leistungsträger

- Vermieterakademie
- Vermietercoach
- Div. Coachings /
Schulungen / Infotreffen
- Vermieterportal

- Vermietercoach
- Social Media Qualitätsoffensive:

Schulungspartnerin

 SOCIALWEB

Toolprovider

 ONLIM



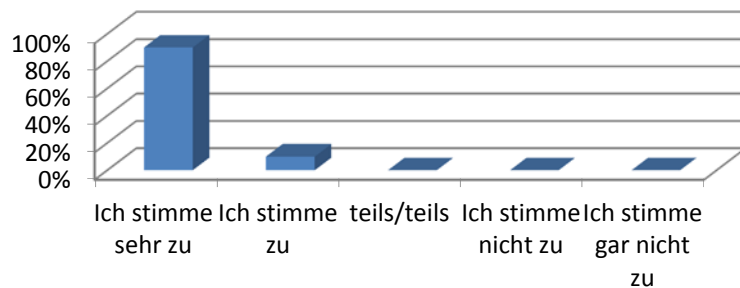
Case Study

- Erstellung des Konzepts (Erstkonzept: 18.10., finale Version: **Jänner**)
- Briefing für die Inhalte der Case Study mit Renate (**Februar**)
- (Ein)Schulung der Betriebe (3.3. und 4. **März**)
- Start der Studie: 4.3.2016
- Zeitpunkt der Auswertung: 22. **April** 2016

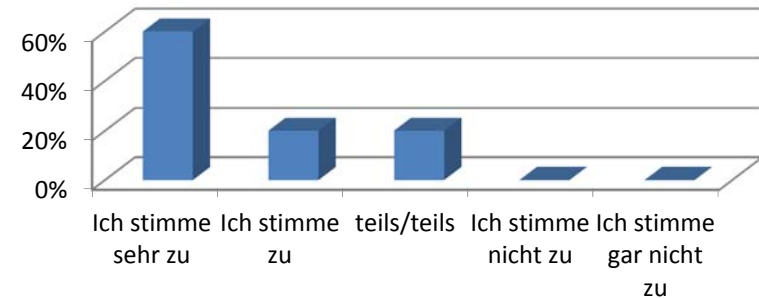
- Konsolidierung Social Media Aktivitäten der Region zur Nutzung von Synergieeffekten
- Selektion Pilot-VermieterInnen (12) nach versch. Aspekten (zB Deskline Kontingente)
- Ziele TVB:
 - Stärkung der Marke.
 - Steigerung Reichweite, Viralität, Interaktion/Engagement.
 - Serviceverbesserung.
- Ziele Vermieter:
 - Knowhow Aufbau,
 - Reichweitensteigerung eigener Content / Marke
 - Zugriff & Vertrieb von hochwertigem Content.

- Basics / Einführung zu Social Media
- Stärken/Schwächen der Social Media Kanäle
- Für welche Bereiche ist Social Media geeignet?
- Welche Inhalte kommen vom TVB, in welcher Form & in welchem Timing?
- Welche Inhalte können vom Vermieter weiter geteilt oder mitverwendet werden?
- Welche Inhalte können eigenständig erweitert/editiert werden?

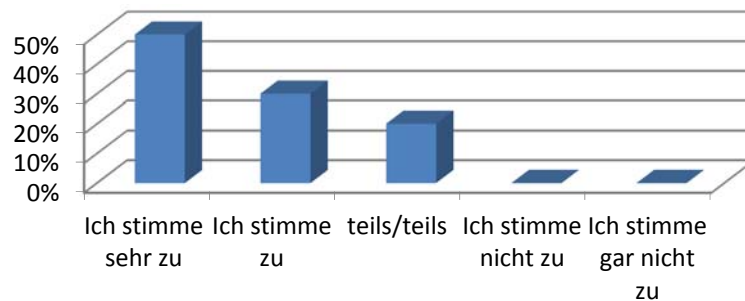
Die Vortragende konnte die Inhalte gut vermitteln.



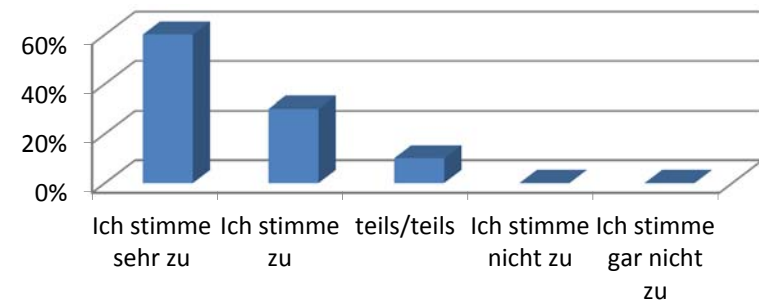
Die Social Media Schulung war dem Wissensstand angemessen.



Die Social Media Schulung hat mir für die alltägliche Arbeit etwas gebracht.



Ich würde die Social Media Schulung weiterempfehlen.





Gasthof Ölberg



Gruberhof



Hotel Cafe Central Innsbruck



Hotel Ramada Innsbruck Tivoli



Kasperhof Apartments Innsbruck

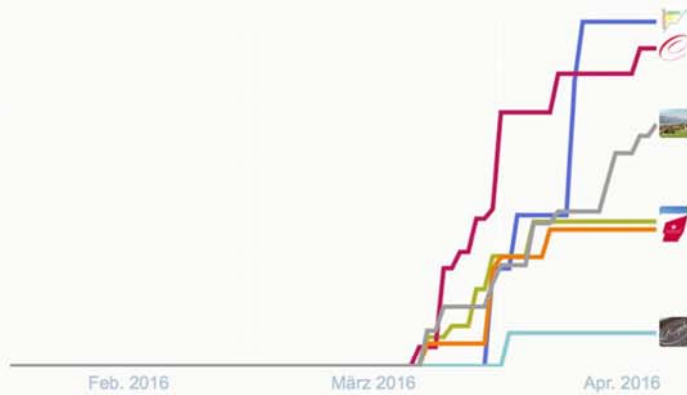


Lans - das Feriendorf über Innsbruck

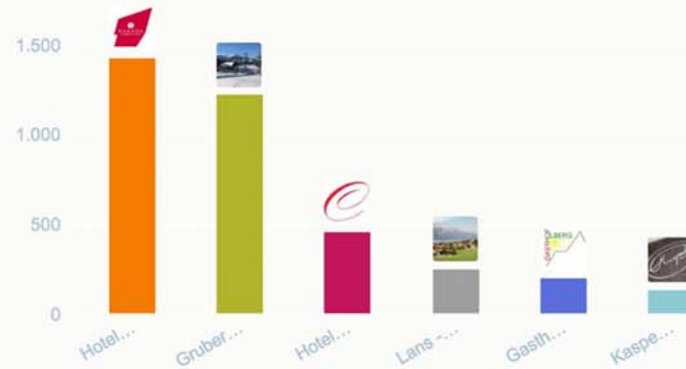
Ergebnisse Case Study

[PowerPoint](#) [PDF](#)

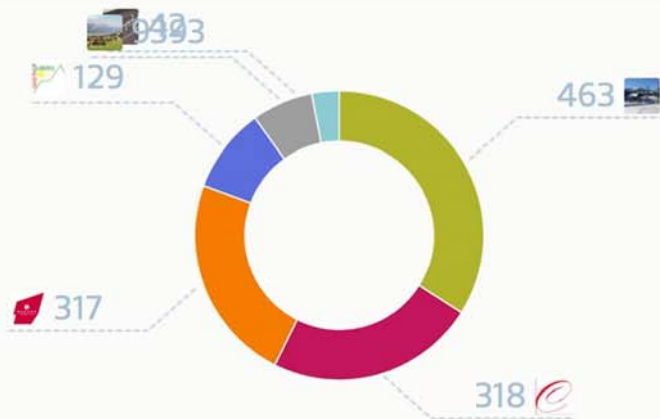
ENGAGEMENT



ANZAHL FANS



GESAMTANZAHL LIKES, COMMENTS, SHARES





- Intensivierung Vermietercoach (System)
- Vermieterakademie