SWISS SNOWSPORTS

Lizenzschulleiterkonferenz

Ort/Datum: Saanen-Gstaad, 15.9.2017, 09h45

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

SWISS SNOWSPORTS

Begrüssung des Präsidenten Karl Eggen

Ort/Datum: Saanen-Gstaad, 15.9.2017

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Herzlich Willkommen
Soyez les bienvenus
Buongiorno
Allegra

Lizenzschulleiterkonferenz, 15.09.2017, Saanen

SWISS SNOWSPORTS

Begrüssung
Jan Brand, Leiter SSS Gstaad

Ort/Datum: Saanen-Gstaad, 15.9.2017

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Programm

- Marketingkommission
- Regionalpräsidentenkonferenz
- Stiftungsratsitzung
- LIZENZSCHULLEITERKONFERENZ
- Produkteausstellung
- Sitzung mit Kollektivmitglieder Kat. B – E
- Präsidentenkonferenz der Kollektivmitglieder Kat. B – E u. Schneesportschulleiter mit u. ohne Lizenz
- Delegiertenversammlung

Schweizer Skischule als Marke

- Produkt (Lehrer/ SSLE/ SSKV/ Erlebnis)
- Qualität
- Nachhaltigkeit
- Glaubwürdigkeit

→ Erlebnisorientierte Gästebetreuung

Wünsche euch allen einen erfolgreichen Schulleiterkurs!

SWISS SNOWSPORTS

Erlebnisorientierte Gästebetreuung

Roland Lymann, lic. oec. HSG
ITW Luzern

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

SWISS SNOWSPORTS

#mymagicmoment

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE
LUZERN

Wirtschaft

Erlebnisorientierte Gästebetreuung in den Schweizer Skischulen

Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Roland Lymann
Dozent

T direkt +41 41 228 99 85
roland.lymann@hslu.ch

Luzern 22.09.2017

EFQM
Recognised for excellence
4 star

Welches Museum würdet ihr besuchen?

SWISS SNOWSPORTS

Welches Visitor Centre würdet ihr besuchen?

SWISS SNOWSPORTS

Warum beschäftigen wir uns mit Erlebnissen?

Nicht nur das Material verändert sich…

…auch das Umfeld des Schweizer Wintertourismus verändert sich…

Mittlerer Tageskartenpreis (2006 bis 2016)
- +16% in CHF
- +77% in EUR

Neue Winterdestinationen

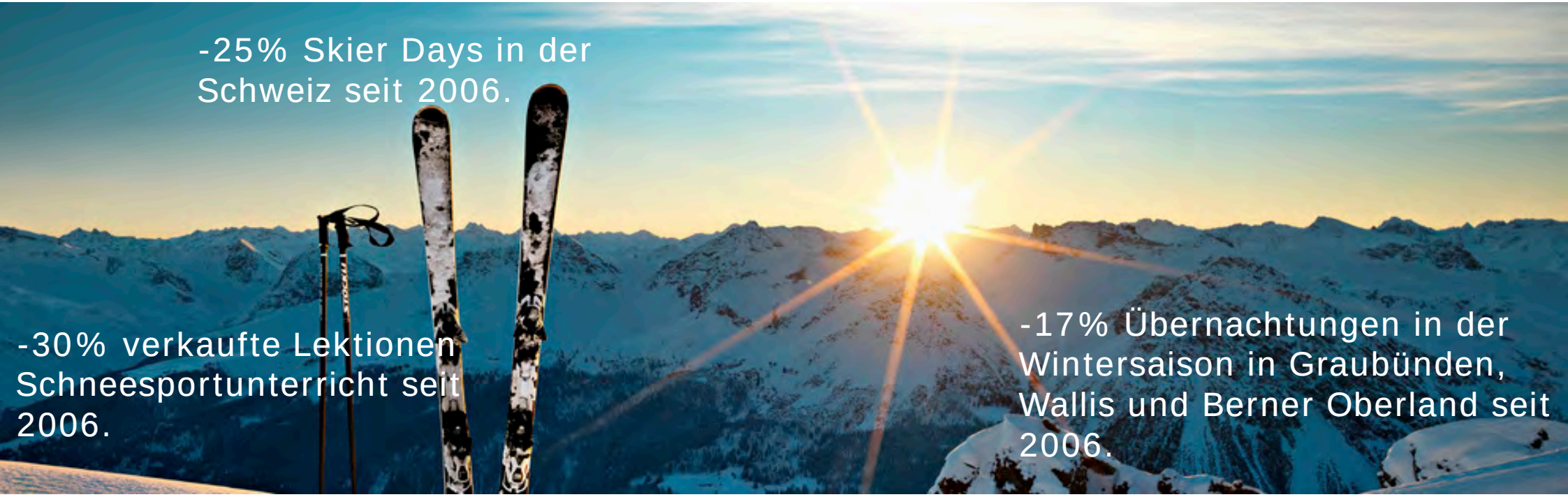
Verändertes Reiseverhalten

Klimawandel

Mehr Freizeitmöglichkeiten

Verändertes Erlebnisverhalten

…und das hat Auswirkungen auf die Nachfrage.



Quelle: Vanat (2016). Saisonbilanz Winter 2015/2016.

Was können wir dagegen tun?

Preis oder Qualität?

SWISS SNOWSPORTS

Die Qualität beeinflusst die Wahrnehmung des Preises.

Trikot: 90.-

Trikot: 10.-

Hohe Qualität = einzige Chance.

Frankfurter Allgemeine — Teurer Franken: Können wir uns die Sch...

Können wir uns die Schweiz noch leisten?

Ein Jahr nach dem Franken-Schock ist die Schweiz immer noch sündhaft teuer. Ein schwacher Trost sind die Sonderangebote einiger Skiorte.

08.01.2016, von JOHANNES RITTER

Teilen | Twittern | Teilen | E-mailen

© DPA

Blick auf den Großen Aletschgletscher unweit der Riederalp.

Aber was heisst Qualität?

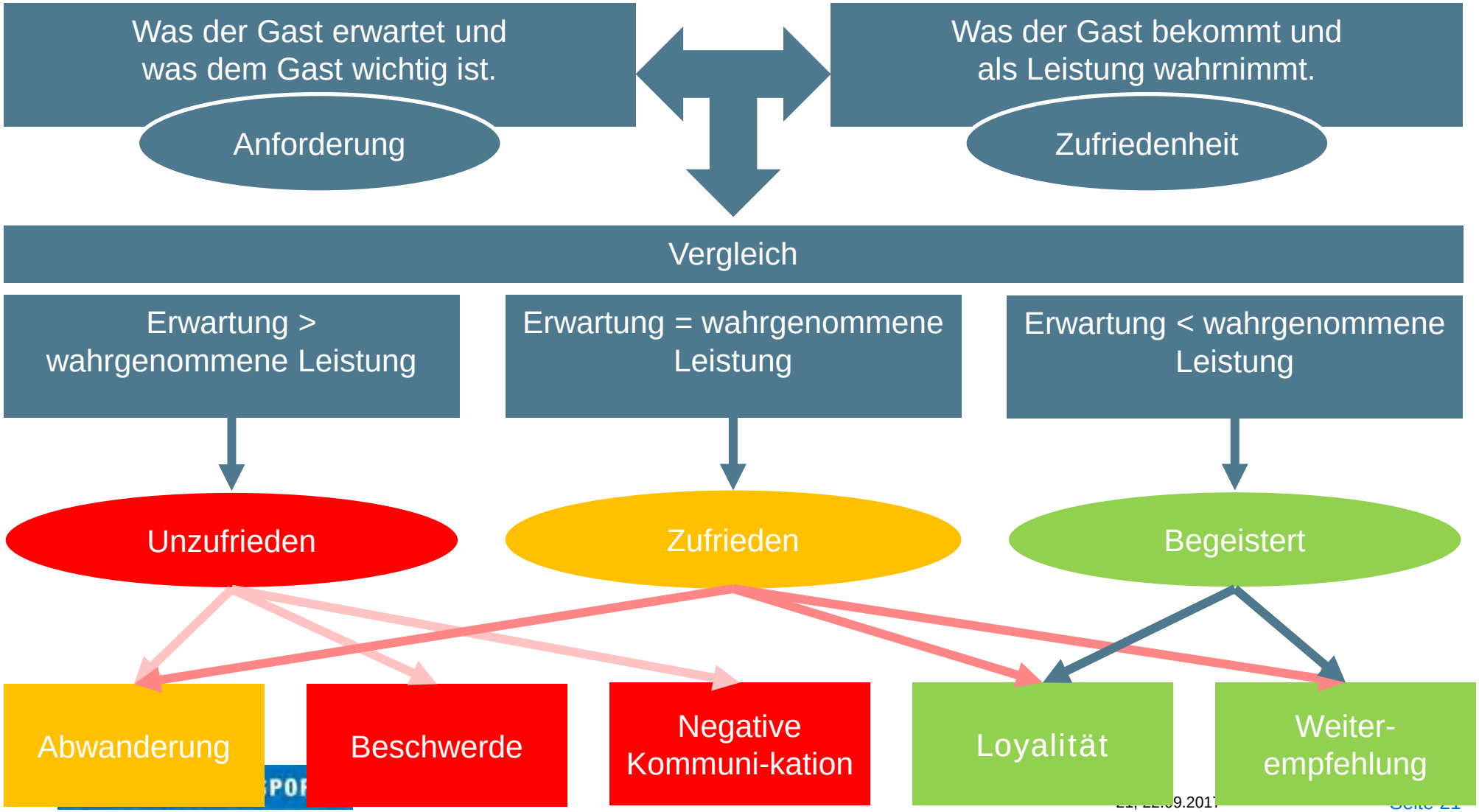
SWISS QUALITY

QUALITY
Our Passion

SWISS
MADE

Zaugg
Swiss Quality

Qualität und Gästeerwartungen.



Quelle: Töpfer, Mann (2008). Kundenzufriedenheit als Basis für Unternehmenserfolg.

Was bestimmt heute die Erwartungen der Gäste?

Traditionelle Werte	Neue Werte
Zielsetzungen	
– Erfolg, Anerkennung, Leistung – Besitz, Eigentum, Vermögen, Haben	– Freude, Genuss, Lust, Spass – Sozialkontakte, Erlebnisse, Sein
Fähigkeiten	
– Fleiss, Ehrgeiz – Disziplin, Gehorsam – Pflichterfüllung, Ordnung	– Selbstverwirklichung – Spontanität – Selbstentfaltung

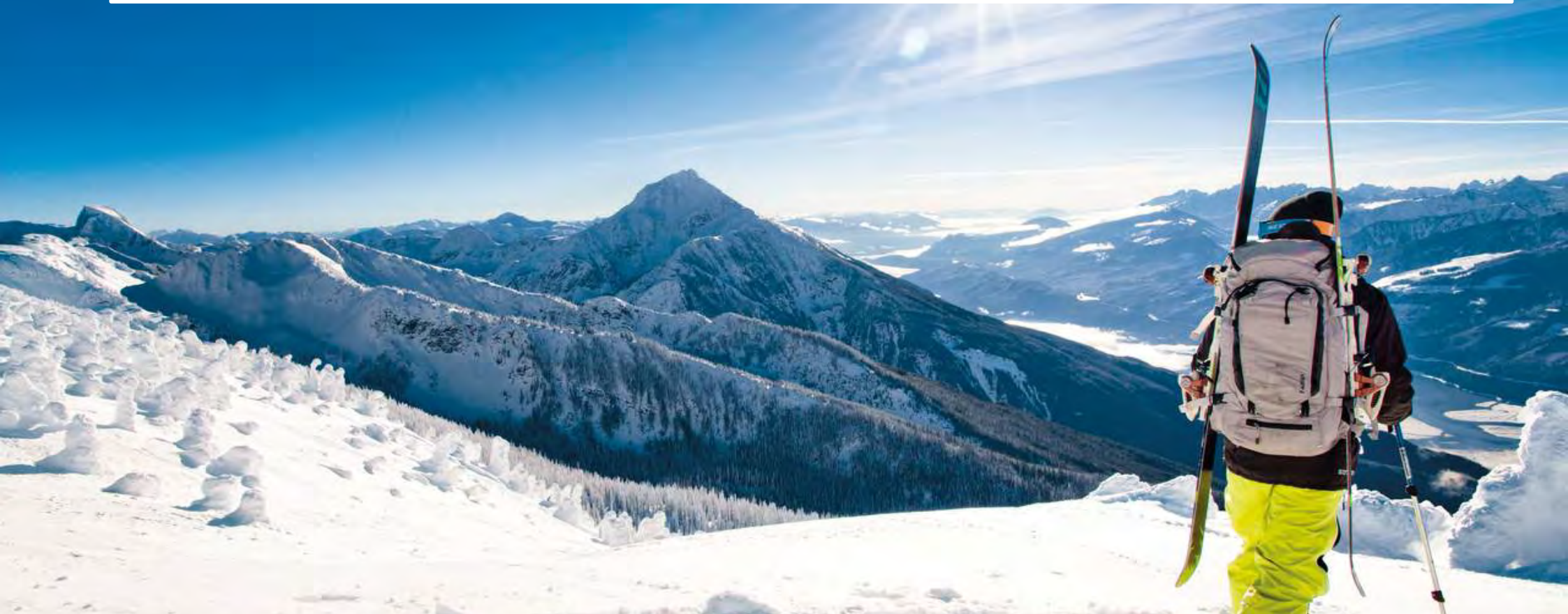
Quelle: Amt für Wirtschaft und Tourismus (2012). Tourismus-Destination als Erlebniswelt.

Neue Qualitätsdimension im Tourismus.

Mehr Erlebnis
Grössere Nachfrage
Höhere Kundenzufriedenheit
Grössere Wettbewerbsfähigkeit
Mehr Arbeitsplätze

Definition Erlebnis

Ein Erlebnis ist ein spezielles emotionales Ereignis, welches sich vom Alltäglichen, Normalen abhebt. Aufgrund seiner Bedeutsamkeit bleibt es nachhaltig in Erinnerung.

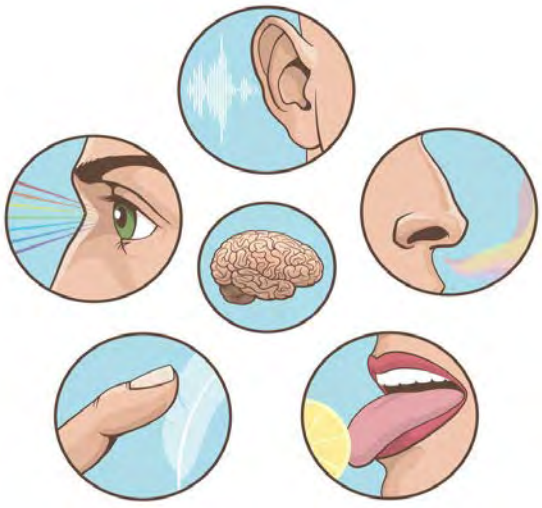


Der Weg zum Erlebnis.

Erlebnisse entspriessen aus einem Bündel von Emotionen und lösen bewusste und unbewusste Reaktionen aus.

Emotionen entstehen über die **Sinne**, das Wohlgefühl, Erinnerungen oder über soziale Kontakte.

Tendenziell am meisten Begeisterung beim Gast lösen Erlebnisse aus, die **unerwartet** eintreten, **mehrere Sinne** involvieren und den Gast in einer **aktiven Rolle** teilhaben lassen.



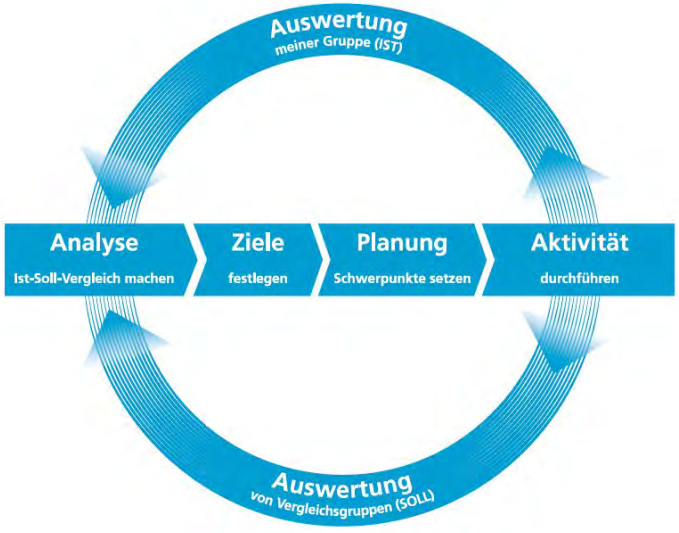
Quelle: Robier (2016). Das einfache und emotionale Kauferlebnis.

Merkmale von Erlebnissen.

Abhängig von zahlreichen **unterschiedlicher Einflussfaktoren** (beeinflussbare, nicht beeinflussbare).

Erlebnisse haben einen **subjektiven** Charakter.

Magic Moment = unvergessliches und positiv gesteigertes Erlebnis.



Quelle: Drengner & Jahn (2012). Konsumerlebnisse im Dienstleistungssektor.

Beispiel Erlebnis.

Fragen:

–Wer findet dieses Erlebnis toll?

–Welche Sinne werden bei diesem Erlebnis angesprochen?

Quelle: My Swiss Experience.

Beispiel Erlebnis.

Fragen:

–Wer findet dieses Erlebnis toll?

–Welche Sinne werden bei diesem Erlebnis angesprochen?

Quelle: My Swiss Experience.

Beispiel Erlebnis.

Fragen:

–Wer findet dieses Erlebnis toll?

–Welche Sinne werden bei diesem Erlebnis angesprochen?

Quelle: My Swiss Experience.

Wo können Erlebnisse entstehen?

Erlebnisse entstehen durch **Interaktionen**, durch Kontakte einer Person mit dem Unternehmen (mit dem Produkt, mit den Mitarbeitenden, etc.).

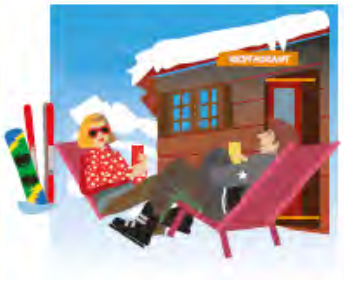
Die Kontakte, auch genannt «**Touchpoints**», folgen einem bestimmten **Ablaufschema**. Dieses Ablaufschema lässt sich in einer **Erlebniskette** darstellen.

Quelle: Drengner & Jahn (2012). Konsumerlebnisse im Dienstleistungssektor.

Die Erlebniskette – wo Erlebnisse stattfinden. Beispiel Hotel.

Wo im Hotel habt ihr Erlebnisse erlebt?

Kontakte des Gastes mit der Schweizer Skischule = Erlebniskette Skischulgast.

vorher	In der Skischule				nachher
Aufmerksamkeit wecken, Informationen geben	Im Büro: Buchung / Anmeldung	Treffpunkt / Sammelplatz	Unterricht	Rahmen-programm, spezielle Anlässe	Nachbetreuung, Gästepflege, Reklamations-management
					

Anwendung der Erlebniskette.

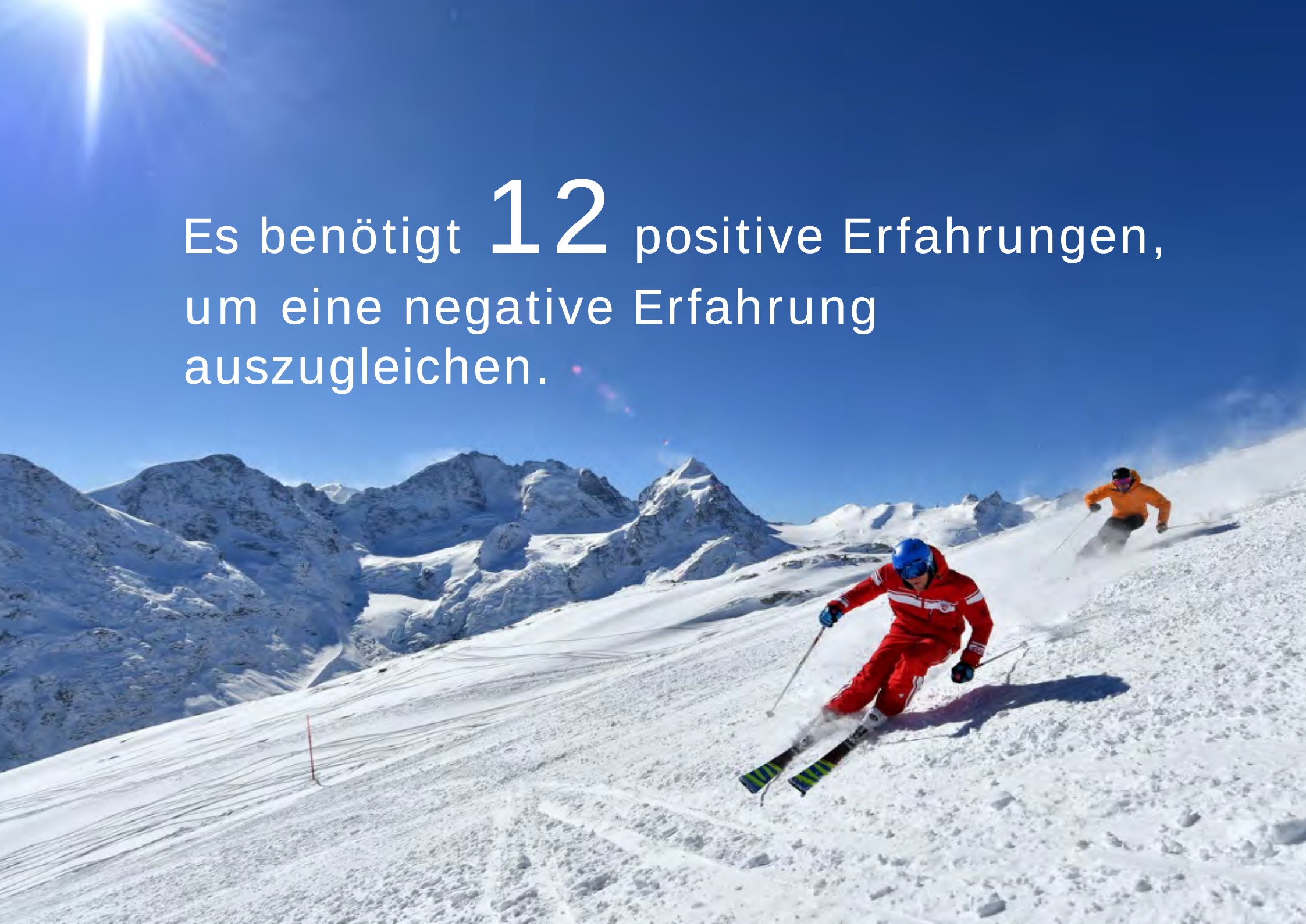
Der wahrgenommene **Erlebniswert** ergibt sich aus der **Summe der Gästeerlebnisse-Bestandteile** in den einzelnen Phasen.

Entlang dieser Erlebniskette müssen möglichst **günstige Voraussetzungen** geschaffen werden, dass die Gäste viele positive Erlebnisse haben.

Zentrale **Fragen** der erlebnisorientierten Gästebetreuung:

Was wollen meine Gäste?

Was biete ich meinen Gästen?


Es benötigt 12 positive Erfahrungen,
um eine negative Erfahrung
auszugleichen.

Erlebnisorientierte Gästebetreuung in den Schweizer Skischulen.

Das Projekt.

Was ist das Ziel des Projektes.

mehr Erlebnisorientierung

↓

höhere Wettbewerbsfähigkeit

↓

höhere Gäste Nachfrage

↓

Höhere Attraktivität des Berufs „Schneesportlehrer“

Ergebnis des Projektes.

Skischulleiter/Schneesportlehrer **optimieren Erlebniswerte** für den Gast.

Instrumente

- **Werkzeugkoffer** für die Schweizer Skischule
- **Anleitungen** zum Vorgehen für Schneesportlehrer zur Schaffung von Magic Moments
- **Coaches** für die Umsetzung
- **Qualitätsmanagementsystem**
- **Innovationsaward**

Standortbestimmung.

Projektkonzept
- Finanzierung
- Definition Vorgehen

Ist-Analyse
- Eigenbeurteilung
- Kurse Herbst 2017
- Gästeerwartung /Zufriedenheit

Anwendung Werkzeuge / Instrument
- Anwendung Werkzeugkoffer
- Magic Moments
- Coaches
- Innovationsaward

Frühling 2017 | Sommer 2017 | Herbst 2017 | Winter 2017/18 | 2018 - 2020

Grundlagen
- Academy 29

Werkzeuge / Instrumente entwickeln
- Werkzeugkoffer
- Magic Moments
- Coaches

Ziel des Workshops.

Erlebnisorientierte Gästebetreuung ? → !

Ideen sammeln für Erlebnisorientierte Gästebetreuung.

- Austausch guter Beispiele entlang der Erlebniskette.
- Entwickeln neuer Ideen.

Erlebnisorientierte Gästebetreuung in meiner Skischule

- Was machen wir gut?
- Wo hatten wir Verbesserungspotenzial?
- Was haben wir in den letzten 3 Jahren verbessert?

Ablauf Workshop: Erlebnisorientierte Gästebetreuung.

Zeit	Programm
10:15 – 11:15	EINFÜHRUNGSREFERAT ROLAND LYMANN Landhaus
=> Verschiebung ins Hotel HUUS	
12:00 – 13:00	1. RUNDE WORKSHOP *VORHER*
13:00 – 14:15	MITTAGSPAUSE HOTEL HUUS
14:30 – 15:30	2. RUNDE WORKSHOP *IN DER SKISCHULE*
15:30 – 16:00	KAFFEEPAUSE
16:00 – 17:00	3. RUNDE WORKSHOP *NACHHER*
Ab 18H00	*Regionalabende*

Gruppeneinteilung.

Einteilung aller Teilnehmer in **acht Gruppen.**

Jede Klasse wird geleitet von einem **Workshopleiter**.

Gruppeneinteilung findet jeder auf seinem Stuhl.

Gruppe	Workshopleiter	Raum	Gruppe	Workshopleiter	Raum
1	Arsène Page	Menuhin	5	Jan Brand	Oistrach A
2	Fränzi Taugwalder	Vivace	6	Julien Pala	Oistrach B
3	Michael Weyermann	Andante	7	Frédéric La Sala	Storage
4	Daniel Ammann	Allegro/ Presto	8	Marc-Henri Duc	Lobby

Workshops.

Ablauf der Workshops	
Runden	**Vorgehen**
Runde 1	– Teilnehmer diskutieren die Phase *«Vorher»* in der Erlebniskette. – Notieren der Ideen auf der grünen Rückmeldekarte.
Runde 2	– Teilnehmer diskutieren die Phase *«In der Skischule»* in der Erlebniskette. – Notieren der Ideen auf der blauen Rückmeldekarte.
Runde 3	– Teilnehmer diskutieren die Phase *«Nachher»* in der Erlebniskette. – Notieren der Ideen auf der rosa Rückmeldekarte. – Bewertung der eigenen Skischule mit dem Bewertungsraster.

Gedanken für Workshopdiskussion.

- Was loben meine Gäste an meiner Skischule?
- Was wäre für mich ein positives Erlebnis in der Skischule? Wie kann meine Skischule da einen guten Eindruck hinterlassen?
- Wie kann ich meine Gäste mit meinen Leistungen begeistern?
- Welche Voraussetzungen kann ich beeinflussen, um meinen Gästen mehr Erlebnisse zu ermöglichen?
- Was kritisieren meine Gäste? Mit welchen Massnahmen kann ich der Kritik entgegenwirken?

Auswertung der Sessions.

Rückmeldekarten zur Sammlung von Zwischenergebnissen.

Jeder Teilnehmer erhält 5 Rückmeldekarten.

Auf den Karten können die Teilnehmer ihre Ideen und Gedanken festhalten.

Ein Gedanke pro Rückmeldekarte.

Nach Abschluss der Session werden die Rückmeldekarten gesammelt und an den Workshopleiter übergeben.

Rückmeldekarte 1 vorher	Rückmeldekarte 2 In der Skischule	Rückmeldekarte 3 nachher

Bewertung der eigenen Skischule.

Ziel: kritische Beurteilung der eigenen Skischule.

Nach Abschluss aller Sessions bewertet jeder Teilnehmer seine eigene Skischule.

Bewertung von 1 (weniger stark) bis 6 (sehr stark).

Die Teilnehmer sollen sich zudem drei Innovationen überlegen, welche ihre Skischule in den vergangenen fünf Jahren umgesetzt haben.

Die ausgefüllten Bewertungsraster sammeln und an den Workshopleiter übergeben.

Wichtig: Es werden keine Rückschlüsse auf spezifische Skischulen gezogen. Im Vordergrund steht die Art der Skischule (Städtisch, Ländlich, Anzahl Gäste, usw.).

Bewertung der eigenen Skischule.

SWISS SNOWSPORTS

Aktuelle Bewertung meiner Skischule

Name der Skischule:

«Drei Innovationen, welche meine Skischule in den vergangenen drei Jahren eingeführt hat»	«Kommentare»

Phase der Erlebniskette			Bewertung (1 = wenig stark / 6 = sehr stark)					
			Unsere Skischule ist weniger stark.			Unsere Skischule ist stark.		
			1	2	3	4	5	6
Vorher		Aufmerksamkeit wecken, Informationen geben						
			„Informiert unsere Skischule auf den für unsere Gäste relevanten Kanälen über unsere neuen Angebote?"					
In der Skischule		Im Büro: Buchung / Anmeldung						
			„Ist unser Skischulbüro sauber und sind die Wartezeiten für unsere Gäste kurz?"					
		Treffpunkt / Sammelplatz						
			„Ist der Sammelplatz unserer Skischule gut ausgeschildert und organisiert?"					
		Privatunterricht						
		Gruppenunterricht						
			„Ist der Privat-/Gruppenunterricht unserer Skischule auf die individuellen Bedürfnisse unserer Gäste ausgerichtet und wird den Gästen ein ganzheitliches Erlebnis geboten?"					
		Rahmenprogramm, spezielle Anlässe						
			„Bietet unsere Skischule unseren Gäste jede Woche unterschiedliche Events an?"					
Nachher		Nachbetreuung, Gästepflege, Reklamationsmanagement						
			„Sucht unsere Skischule aktiv den Kontakt zu unseren ehemaligen Gästen und wissen diese wie und wo sie uns kontaktieren können?"					

Fragen und Diverses

SWISS SNOWSPORTS

Informationen des Direktors

Riet R. Campell, Direktor Swiss Snowsports

01.03.2006 © Swiss Snowsports Association

Upgrade your Snow Experience

Idee für Produkt in Zusammenarbeit mit ST und SBS
→ Nationale Kommunikation via ST

- Weiterentwicklung Event «Teste unsere Skilehrer»
- Titel: Upgrade your Snow Experience
- Jeden Dienstag stehen den Gästen Skilehrer während 1 Std. gratis zur Verfügung
- Bedingung: 2/3 der SSS machen mit
- Finanzieller Beitrag vom lokalen Tourismus?

Upgrade your Ski-Day

- Idee: Beim Kauf einer Tages- oder Mehrtageskarte soll der Gast das gesamte Bergbahnenangebot bereits am Vortag ab 15H00 kostenlos nutzen können.

- Gültig während ganzer Wintersaison

Umfrage über die Teilnahme

Anforderungen an die SSS:
- ☐ Jede Woche dienstags
- ☐ 3 – 5 Lehrer
- ☐ Kapazität für mindestens 50 Personen
- ☐ 60 Minuten

Benefits für die SSS:
- ☐ Kommunikationsmöglichkeiten
- ☐ Qualitatives Akquise-Tool für potentielle Kunden
- ☐ Schärfung des Brands der Schweizer Skischulen
- ☐ Sympathiegewinnung durch kostenlosen Mehrwert

Name SSS: _____

Schulleiter: _____

Ich nehme Teil: Ja: ☐ Nein: ☐

Ort, Datum: _____

Unterschrift: _____

Suisse Tourisme. Schweiz Tourismus. Svizzera Turismo. Switzerland Tourism.
Tödistrasse 7, Postfach, CH-8027 Zürich, Telefon +41 (0)44 288 11 11, MySwitzerland.com

Erneuerung des Lizenzreglements

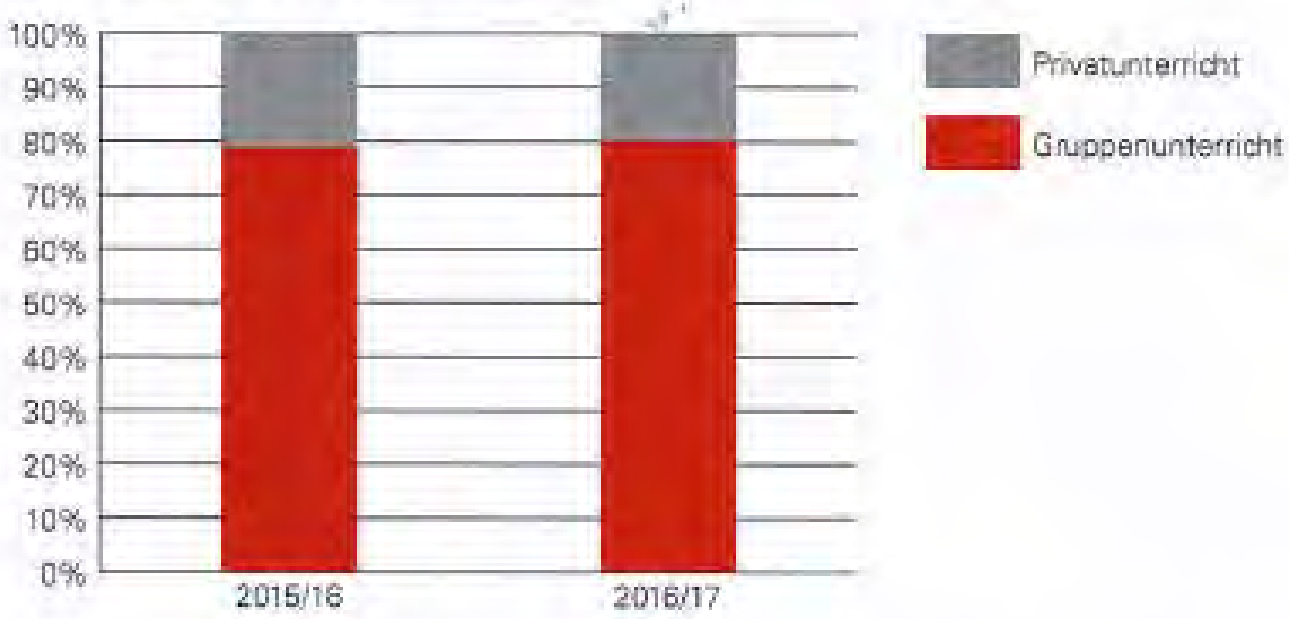
Statistik STV – Unterrichtsstunden

ENTWICKLUNG DER VERKAUFTEN UNTERRICHTSSTUNDEN DER SCHWEIZER SKISCHULEN[1]

[1] Stand: Mai 2017

Quelle: SWISS SNOWSPORTS

AUFTEILUNG GRUPPEN-/PRIVATUNTERRICHT



Die aktuellen Zahlen zur Saison 2016/2017 werden ab August 2017 auf www.snowsports.ch zur Verfügung stehen sowie im Jahresbericht veröffentlicht werden.

Herzlichen Dank und viel Spass an den Workshops!