

Entwicklung einer Nischenmarkt- und Kommunikationsstrategie

Studiengang: Nachhaltiges Tourismusmanagement

Vorgelegt von: Carolin Harth und Lisa Klakow

Zusammenfassung

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Tätigkeiten während des Projektpraktikums bei dem Unternehmen *Thai Horse Farm Co., Ltd.* in Nordthailand. Ziel des Projekts war es, die Gästezahl im Vergleich zur vorherigen Hauptsaison um 30 Prozent zu steigern. Dies wurde lediglich um sechs Prozent verfehlt.

Im Zuge des Projektpraktikums wurde eine Nischenmarketingstrategie entwickelt. Hierfür wurden das Alleinstellungsmerkmal und die Unternehmenswerte herausgearbeitet. Darüber hinaus wurden Handlungsempfehlungen erarbeitet, die dem Unternehmen praktische Lösungsansätze für interne Schwachstellen bieten. Nachfolgend wurden Kommunikationsstrategien für je einen Offline-Kanal und einen Online-Kanal konzipiert. Durch sie sollte das Projektziel erreicht werden. Dabei wurde sich mit der Erstellung eines Flyers auf einen klassischen Vertriebskanal geeinigt. Zudem wurde eine Informationsmappe für künftige PraktikantenInnen angefertigt. Bei dem Online-Kanal wurde sich auf die weltweit größte Social-Media-Plattform *Facebook* fokussiert. Dabei wurde die Facebook-Seite des Unternehmens aktualisiert, Content generiert und eine Werbekampagne erstellt.