



Gemeinsam Gäste gewinnen: Wie Studiosus und Marco Polo Reisebüros mit Kundenevents unterstützen

Gemeinsam mit der Unternehmensgruppe Studiosus können Reisebüros für ihre Kunden einen bezaubernden "Schwanensee"-Abend organisieren. Quelle: DemonicPhoto - Fotolia.com.

20.01.2016

Gemeinsam Gäste gewinnen: Wie Studiosus und Marco Polo Reisebüros mit Kundenevents unterstützen

Hinter die Kulissen des Balletts Schwanensee blicken, ein geselliger Abend mit Infos zu einem Reiseland oder ein Stadtrundgang für Familien -

gemeinsam mit Studiosus und Marco Polo können Reisebüros besondere Kundenevents ausrichten, die für die Gäste garantiert zum Erlebnis werden. Die Veranstalter haben für Agenturen zahlreiche Aktionen im Angebot, mit denen sich neue Kunden gewinnen und die Kontakte zu Stammkunden vertiefen lassen.

Pro Jahr kommen rund 100 solcher Kooperationen zustande. "Unsere Kundenveranstaltungen sind immer ein bisschen wie eine unserer Reisen im Kleinen", erklärt Katrin Kirchof, Leiterin des Teams Werbung und Verkaufsförderung der Studiosus-Gruppe. "Auch hier können Gäste ein Land oder einen Ort, seine Menschen und Besonderheiten kennenlernen."

Ein unvergesslicher Ballett-Genuss

Aktuell besonders erfolgreich ist eine Kooperation mit dem Staatlichen Russischen Ballett Moskau während seiner Deutschlandtour. Für Reisebüros und ihre Kunden organisiert Studiosus Besuche im Tanzklassiker "Schwanensee". Das Plus neben dem zauberhaften Ballettabend: Mit dem Studiosus-Reiseleiter geht es hinter die Kulissen. Die Gäste treffen die Tänzer und schauen ihnen bei den Proben über die Schulter. "Vor allem der Besuch im Backstage-Bereich war eine tolle Überraschung für unsere Kunden", erzählt Doreen Schrank vom Hapag-Lloyd Reisebüro Berlin. "Alle Teilnehmer hatten richtig viel Spaß - mich eingeschlossen."

Zusammen mit dem Reiseveranstalter können Agenturen auch Länderabende für ihre Kunden auf die Beine stellen. Ein Studiosus-Reiseleiter bringt spannende Infos und Geschichten sowie sehenswerte Bilder mit. Die Liste der möglichen Länderschwerpunkte reicht von Ägypten bis Vietnam. Die Reisebüros kümmern sich um die Location und laden selbst die Gäste ein. "Viele Reisebüros bringen dabei kreative Ideen ein", erzählt Katrin Kirchof. "Sie organisieren zum Beispiel stimmungsvolle Restaurants mit landestypischen Spezialitäten." Länderabende bietet die Unternehmensgruppe Studiosus auch für die Veranstaltermarke Marco Polo an. Marco Polo Scouts entführen die Kunden dabei gedanklich nach Indochina, Südamerika oder Kuba.

Individuelle Aktionen für Reisebüros

Möglich sind auch individuelle Stadtführungen, Museumsbesuche oder andere Events. "Wir sind offen für Ideen der Reisebüros", sagt Katrin Kirchof. "Wenn etwa eine neue Ausstellung besucht werden soll, arbeiten sich die Studiosus-Reiseleiter gezielt ein." Solche Programme gibt es nicht nur für große, sondern auch kleine Gäste. Reisebüro-Kunden mit Kindern zwischen sechs und 14 Jahren können bei Familien-Nachmittagen auf Tour durch verschiedene deutsche Städte gehen - Spiele wie eine Schnitzeljagd inklusive.

Teilnehmen an den Kundenveranstaltungen können alle Reisebüros aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Agenturen, die das Partnerbonus- oder PremiumPartner-Modell der Studiosus-Gruppe nutzen, können durch die Teilnahme ihre Provision pro Event um 0,3 Prozent auf den Grundumsatz steigern. Detailliertere Informationen erhalten Reisebüros bei Sandra John oder Danielle Birkel aus dem Team der Verkaufsförderung (Telefon: +49 (0)8950050-558 bzw. -559). Mehr über Werbemaßnahmen, Schulungen oder Kooperationsangebote für Reisebüros gibt es hier im Netz: <https://vkf.studiosus.com/>

Bildmaterial

Obiges Bild können Sie gerne bei der redaktionellen Berichterstattung unter Angabe des Fotocredits kostenfrei veröffentlichen. In druckfähiger Auflösung finden Sie es unten rechts zum Download.

Pressekontakt

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe
Telefon: +49 (0)89 500 60 - 505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com

Über die Unternehmensgruppe Studiosus

Studiosus ist der führende Studienreise-Anbieter in Europa. Die hohe Qualität der Programme, erstklassige Reiseleiter und ständige Innovationen sichern Studiosus die Marktführerschaft. Neben Studienreisen hat Studiosus auch attraktive studienreisenahe Angebote, wie zum Beispiel Eventreisen und Reisen für Singles im Programm. Im Jahr 2015 reisten 103.800 Gäste in mehr als 100 Länder weltweit mit der Unternehmensgruppe Studiosus, zu der auch die im günstigeren Rundreisesegment positionierte Veranstaltermarke Marco Polo gehört. Der Umsatz erreichte im gleichen Zeitraum ein neues Rekordniveau von 258.400.000 Euro. Insgesamt hat die Unternehmensgruppe Studiosus über 1000 Routen in mehr als 100 Ländern im Programm. Am Firmensitz in München sind derzeit 320 Mitarbeiter beschäftigt, davon 26 Auszubildende. Zudem arbeitet Studiosus mit 570 Reiseleitern weltweit zusammen. Gegründet wurde das Familienunternehmen am 12. April 1954.

Intensiverleben