

Option 765a Sport- und Gesundheitstourismus - Semesterprojekt

LERNZIELE

Jede Gruppe nimmt die Rolle eines Branchen-Experten ein, der im Bereich der touristischen Managementberatung tätig und auf touristische Produkte im Sport- und Gesundheitsbereich spezialisiert ist. Sie werden also mit einem externen Blickwinkel eine Problemstellung eines Auftraggebers analysieren. Ihre Aufgabe ist es, die verschiedenen Ressourcen so einzusetzen, dass Sie Ihren Kunden innovative und durchführbare Lösungen zu den spezifischen Anfragen unterbreiten können. Ziele des Projekts sind:

- Auf eine Problematik aus dem beruflichen Umfeld antworten können
- Im Team arbeiten können / Co-Kreation
- Ein Projekt führen (Prioritäten setzen, Fristen einhalten, Arbeiten aufteilen, delegieren)
- Die wissenschaftliche Arbeitsmethode trainieren (sich auf die BA vorbereiten!)
- Die theoretischen Ansätze, welche in den Kursen gelernt wurden, in der Praxis anwenden (765a, aber auch 701 bis 704)

ARBEITSZIELE

Sie haben folgenden Auftrag von Energy Bike District erhalten:

- Das «E-Bike»-Angebot vom Bezirk Siders analysieren, um Verbesserungen vorzuschlagen und ein Package zu entwickeln.
- Das Angebot aus einem qualitativen Blickwinkel anhand Ihrer eigenen Beobachtungen und Interviews mit Leistungsträgern analysieren, um die Erwartungen der Leistungsträger in die Verbesserungsvorschläge einzubringen. Zur Durchführung dieser Analyse setzen Sie verschiedene Tools ein (Customer Journey Map, Blueprint, ...)
- Ein Kundenprofil für die „E-Biker“ anhand der Daten der Apps erstellen
- Das Angebot der Region Siders mit jenem einer anderen Destination, die im Bereich «E-Bike» Best Practice oder Leader ist, vergleichen.

CUSTOMER JOURNEY

Bericht über Ihre Erfahrungen vor Ort. Pro Gruppe müssen Sie 2 Dossiers über Ihre durchgeführten Customer Journey einreichen. Diese Berichte müssen folgendes enthalten:

- Die verschiedenen Schritte, die Sie identifiziert haben.
- Für jeden Schritt, die Beobachtungen, die Sie gemacht haben, und die wortgetreue Wiedergabe der Personen, die Sie getroffen haben (andere Kunden, Dienstleister, etc.) oder Ihre persönlichen Analysen.
- Für jeden Schritt einen Fotobericht, um Ihre Beobachtungen und Analysen zu veranschaulichen.
- Gegebenenfalls eine detaillierte Analyse des aufgetretenen Problems (Foto mit Kommentar und Illustration).
- Eine kurze Zufriedenheitsanalyse Ihrer Erfahrung.
- Eine zusammenfassende Tabelle, die für jeden Schritt die Kundenaktionen, die Dienstleister, die die Kundenaktion beeinflussen, den Nutzen oder die Zufriedenheit und die Aussagen enthält.
- Empfehlungen für Massnahmen, um das Angebot zu verbessern

SCHRIFTLICHER BERICHT

Form: Gemäss Leitfaden für die Verfassung von Arbeiten HSW – ungefähr 25 Seiten pro Dossier (von der Einleitung bis zur Schlussfolgerung).

Anforderungen und Bewertungskriterien:

- Form: Einhalten des Leitfadens und der Anweisungen, sowie angepasster Schreibstil (an den Auftraggeber gerichtet)
- Methodik: Klare Problemstellung, Wahl und Anwendung der Methode, genügend und vielfältige Datenmenge (**min. 1 Buch und 2 wissenschaftliche Artikel**)
- Argumentation: gezielte Nutzung der gesammelten Informationen/Daten (Präsentation, Erklärung und Interpretation), korrekte Daten und Fakten, zusammenhängender und genauer Ablauf
- Nutzen/Resultate der Arbeit: Erfüllung der Erwartungen des Auftraggebers. Ihre Arbeit bringt einen Mehrwert für den Auftraggeber und nützliche, realistische und innovative Verbesserungsvorschläge, ergänzt durch Begründung und Details der Empfehlungen.
- Verständnis des Themas: logische und zusammenhängende Informationsverarbeitung, Ausführlichkeit

Inhalt:

Kurze und gezielte Beschreibung des Auftrags und der Ziele der Arbeit, «State of the Art» (Literatur), kurze Erklärung der Methodik, um auf die Resultate zu kommen, Vorstellung, Beschreibung und Interpretation der Daten, Empfehlungen. Die Arbeit muss folgendes detailliert enthalten:

- Eine Analyse des aktuellen Angebots in Hinblick auf Ihr Package erstellen, indem die Bedürfnisse der (potenziellen) Kundschaft und die Erwartungen der Leistungsträger berücksichtigt werden.
- Ein Kundenprofil von den «E-Bikern» anhand der Daten der Apps und der Informationen der Leistungsträger erstellen
- Einen Benchmark mit 2 Destinationen, die das Produkt «E-Bike» anbieten. Diese Destinationen müssen entweder viel Umsatz durch diese Aktivität generieren, müssen ein aussergewöhnliches oder innovatives Produkt anbieten oder sehr bekannt im untersuchten Bereich sein. Begründen Sie Ihre Wahl der Destinationen und vergleichen Sie die jeweiligen Produkte mit jenen des Bezirks Siders. Benutzen Sie die gesammelten Daten sinnigerweise, damit Sie relevante Elemente herausarbeiten können und somit begründete und angepasste Vorschläge machen.
- Verbesserungsvorschläge für das aktuelle Angebot (Massnahmen aus den Customer Journey Dossiers ausarbeiten)
- Ein neues touristisches Angebot (Package), das mit dem E-Bike verbunden ist und welche für die Region angepasst ist. Der Vorschlag muss das komplette Produkt enthalten (von A bis Z, Produkt/Preis/Place/Promotion bis hin zum Marketingkonzept)

Methodik:

- Qualitative Beobachtung vor Ort / Customer Journey
- Qualitative Interviews mit den Leistungsträgern
- Benchmarking

Die Vor-Ort-Studie («Field research») wird mittels einer Sekundärerhebung (Desk Research, Analyse von bestehenden Daten) ergänzt, die von den Studierenden in Datenbanken, in der Literatur und anhand anderer Dokumente und Informationen gemacht wird. Diese Daten werden analysiert, kommentiert, verglichen und in dem schriftlichen Bericht dargestellt.

Bemerkung: Die vollständigen Dossiers über Ihre Customer Journey müssen nicht in die schriftliche Arbeit integriert werden. Im Schlussbericht müssen Sie jedoch die Massnahmen, die Sie im Rahmen der Customer Journey Dossiers angedacht haben, im Detail ausarbeiten.

MÜNDLICHE PRÄSENTATION

Eine 12-minütige Präsentation wird am Ende des Projektes stattfinden.

Nach jeder Präsentation werden 12 Minuten für die Fragen von der Jury, aber auch von den KollegInnen zur Verfügung gestellt. Jedes Gruppenmitglied sollte auf die Fragen antworten können.

Anforderungen und Bewertungskriterien:

- Einhalten der Anweisungen, Engagement der Gruppe
- Präsentation auf das Zielpublikum ausgerichtet, lebendig und verständlich
- Inhalt muss mit der schriftlichen Arbeit übereinstimmen, jedoch wird nicht alles «1 zu 1» vorgestellt. Sie müssen Ihre Analyse und Ihre Ideen verteidigen, und den Mehrwert für den Auftraggeber aufzeigen!