



La France des 3 océans

La Réunion

Mayotte

Tahiti und ihre Inseln

Neukaledonien

Wallis-et-Futuna

Saint-Pierre-et-Miquelon

BUCHTIPS

Dass «Best Ager» für die Tourismusbranche schon heute ein wichtiges Kundensegment sind, steht ausser Frage. Wie schwierig es ist, dieses Segment adäquat anzusprechen, ebenso. Die folgenden Bücher befassen sich mit der Problematik, wie Marketing und Kommunikation auf die Generation 50+ eingehen kann und soll.

Best Ager Studien 2002

Anforderungen an die Produkt- und Kommunikationspolitik von Unternehmen.

Dipl.-Arb. von Karin Zaroba

Herausgeber: Bedey, Björn

Best Ager. Studien 2002

Erschienen: September 2006

Aus der Reihe: «Studien 2002»

Erschienen bei: Diplomica GmbH

Seitenzahl: 98

Marktmacht 50plus

Wie Sie «Best Ager» als Kunden gewinnen und begeistern von Hans-Georg Pompe

Erscheint voraussichtlich: September 2007

Erscheint bei: Gabler, Betriebswirt.-Vlg

Seitenzahl: 208

Best Agers – Best Targets?

Neue Potenziale für Produzenten und Dienstleister von Gunnar Arnold, Stephanie Krancioch

Erschienen: Januar 2007

Erschienen bei: VDM Verlag

Seitenzahl: 224

Age Power 2010 – Erfolgreiches Best-Ager-Marketing

Studien 2004: Erfolgreiches Best-Ager-Marketing. Mit strategischer und psychologischer Ausrichtung zur richtigen Kommunikation in gesättigten Märkten

von Tobias Giereth

Erschienen: Juli 2006

Aus der Reihe: «Studien 2004»

Erschienen bei: Diplomica GmbH

Seitenzahl: 180

Erfolgreich verkaufen an anspruchsvolle Kunden

Edition Praxiswissen Premiumkunden und «Best Ager» begeistern

von Stephane Etrillard

Erschienen: September 2004

Aus der Reihe: «Edition Praxiswissen»

Erschienen bei: BusinessVillage GmbH

Seitenzahl: 86

28. September 2007:
Online-Schulung
für Reisebüroagenten:
es geht weiter!

Werden Sie zum Experten
und gewinnen Sie eine Reise in eine
französische Überseedestination!



www.frankreichder3ozeane.ch

