max.PR stärkt Markenauftritt von Interhome in Deutschland

max.PR unterstützt Interhome in der strategischen Kommunikation für touristische Dienstleistungen, um Markenbekanntheit in Deutschland zu steigern.

Im Herzen von Seefeld, Bayern, hat die Kommunikations-Agentur max.PR einen bedeutenden Schritt in der Welt des Tourismus vollzogen. Durch die Partnerschaft mit Interhome, einem renommierten Ferienhausspezialisten, wird max.PR sein Engagement im Bereich der strategischen Kommunikation deutlich verstärken. Diese Zusammenarbeit eröffnet neue Horizonte, um die Markenbekanntheit von Interhome in Deutschland zu erhöhen.

Interhome, bekannt für sein beeindruckendes Portfolio von rund 40.000 Ferienhäusern und -wohnungen, erstreckt sich über mehr als 20 Länder. Mit über 120 lokalen Servicebüros bietet Interhome nicht nur eine Vielzahl an Unterkunftsmöglichkeiten, sondern auch einen umfassenden Service, der sowohl Gästen als auch Eigentümern zugutekommt. Diese Partnerschaft zielt darauf ab, mit einem kreativen Mix aus traditionellen PR-Maßnahmen und innovativen Ansätzen das volle Potenzial von Interhome im deutschen Markt zu entfalten.

Strategische Kommunikationsziele

Die strategische Ausrichtung von max.PR sieht vor, durch progressive Themenentwicklung die Sichtbarkeit und Wahrnehmung von Interhome erheblich zu steigern. Der Plan ist nicht nur, die bestehenden Kommunikationskanäle zu

optimieren, sondern auch, neue und spannende Wege zu finden, um das Angebot von Interhome zu kommunizieren. Die Agentur verfolgt dabei das Ziel, ein Rundum-Sorglos-Paket für Reisende und Eigentümer anzubieten, das die gesamte Reiseerfahrung von der Buchung bis zum Aufenthalt umfasst.

Die Expertise von max.PR erstreckt sich über 24 Jahre, in denen die Agentur Unternehmen aus der Hotel-, Gastronomie- und Touristikbranche betreut hat. Dies umfasst sowohl externe Kommunikationsstrategien als auch eine umfassende interne Kommunikation, die für ein harmonisches Zusammenspiel innerhalb der Unternehmen sorgt. Durch die Zusammenarbeit mit Interhome wird diese Erfahrung genutzt, um die strategische Kommunikation weiter zu optimieren und neue Maßstäbe zu setzen.

Die Kooperation mit Interhome ist nicht nur für die Agentur selbst von Bedeutung, sondern zeigt auch die wachsende Relevanz innovativer Kommunikationsstrategien im Tourismussektor. In einer Zeit, in der die Reisebranche sich ständig weiterentwickelt, sind kreative Ansätze und effektive Markenkommunikation entscheidend, um sich im Wettbewerb zu behaupten.

Interhome ist bereit, durch max.PR die eigene Position in Deutschland zu stärken und die Kundenbindung zu fördern. Die Agentur wird daher mithilfe von modernen PR-Techniken und durchdachten Kommunikationsstrategien sicherstellen, dass Interhome als führender Anbieter auf dem Markt wahrgenommen wird. Dies könnte sowohl für bestehende als auch für zukünftige Kunden von großem Vorteil sein.

Für weitere Informationen über die Dienstleistungen von Interhome oder die Kommunikationsstrategien von max.PR können Interessierte die offizielle Webseite der Agentur besuchen oder sich direkt mit ihnen in Verbindung setzen. Die Entwicklung dieser Partnerschaft wird mit Spannung erwartet, da bzgl. der geplanten Maßnahmen und Kampagnen sicherlich

interessante Insights zu erwarten sind.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de