

# ΕΙΡΗΝΗ ΣΑΜΑΡΑ

Προτάσεις Marketing  
στον τομέα του  
Τουρισμού.

# Η ΟΜΙΛΙΑ ΕΧΕΙ ΩΣ ΣΤΟΧΟ:

- ◉ να παρουσιάσει το σύγχρονο πλαίσιο προώθησης των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων,
- ◉ καθώς και να συζητήσει κάποιους σημαντικούς προβληματισμούς που τίθενται ενώπιόν μας στο σύγχρονο οικονομικο-κοινωνικό πλαίσιο.

# Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΒΑΡΥ ΧΑΡΤΙ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ:

- ◉ Μας αφορά σε επίπεδο μακροδομής και μικροδομής, στο γενικό του πλαίσιο καθώς και σε σχέση με τους επιμέρους προορισμούς.
- ◉ Μας ενδιαφέρει το επίπεδο της προώθησης, προβολής, στήριξης και διαχείρισης του τουριστικού προϊόντος.

# ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ:

- Στον τομέα του τουρισμού διαθέτουμε σημαντικά και ποικίλα μέσα προώθησης που κυρίως σχετίζονται με τη χρήση των νέων τεχνολογιών. Όλο και περισσότερο αυξάνονται, λοιπόν, οι δυνατότητες που παρέχει το διαδίκτυο και που καλύπτουν όλο το φάσμα των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει ο τουρισμός.

# ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

- Για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος μας διεθνώς, χρειάζεται ο προσδιορισμός της ακριβούς ανταγωνιστικής θέσης του στη διεθνή τουριστική αγορά, θέτοντας ως γνώμονα τις νέες συνθήκες και τάσεις που επικρατούν στη διεθνή τουριστική αγορά και εφαρμόζοντας πολιτικές και δράσεις τόσο στο εξωτερικό (διεθνή αγορά) όσο και στο εσωτερικό περιβάλλον.

# ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

- Ειδικότερα, ο ελληνικός τουρισμός, για να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του, να αναβαθμίσει και να παγιώσει μία υψηλή θέση στην παγκόσμια αγορά, εκμεταλλευόμενος τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα, θα πρέπει να είναι ένα μοντέλο που θα εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν, θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του και θα διευρύνει την τουριστική περίοδο, αμβλύνοντας ουσιαστικά την εποχικότητα.



Τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος που ενδιαφέρεται να προωθήσει την επιχείρησή του είναι σε μεγάλο βαθμό προκαθορισμένα. Έτσι, για παράδειγμα, οι ακόλουθοι τρόποι είναι μια συνηθισμένη διαδικασία προβολής της τουριστικής επιχείρησης



# ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

- ◉ Οργανωμένη παρουσίαση του προφίλ της επιχείρησής σας σε τουριστικές εκθέσεις του εξωτερικού. Αυτός ο τρόπος προϋποθέτει την απόλυτη εξοικείωση με τα διαφορετικά κοινά σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και τη γνώση των σημαντικότερων διεθνών εκδηλώσεων στον τομέα του τουρισμού.



# ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

- ◉ Επιπλέον, η εκπροσώπηση μιας μονάδας σε μια τέτοια έκθεση αφορά την βολιδοσκοπήση των συμμετεχόντων, την οργάνωση επιτόπιων συναντήσεων και την προώθηση μέσα από άρτια οργανωμένο υλικό. Μια τέτοια προσπάθεια μπορεί να αφορά και μια ολόκληρη περιοχή όπως τη δική σας, που μπορεί, οργανωμένα να παρουσιαστεί ως πακέτο τουριστικών παροχών σε μια τέτοια έκθεση του εξωτερικού.

# ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

- Στο πλαίσιο αυτής της προωθητικής ενέργειας δεν χρειάζεται απαραίτητα κάποιος να μισθώσει εκθετήριο χώρο ή να χρειαστεί δαπανηρό εξοπλισμό, καθώς υπάρχει δυνατότητα οργάνωσης ηλεκτρονικού προφίλ και υλικού. Το σημαντικό είναι η διαζώσης επαφή με το χώρο και τους πιθανούς πελάτες, η δικτύωση και ενδεχόμενα η ομαδική προσπάθεια. Για παράδειγμα αν μια ομάδα 10 τουριστικών μονάδων αποφασίσει να εκπροσωπηθεί, μπορεί με λιγότερο κόστος να οργανώσει τη συμμετοχή της και να εγείρει το ενδιαφέρον του κοινού-στόχος.

# ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

- ◉ **Καταχώρηση και οργάνωση προφίλ σε σχετικούς ιστοχώρους:** Αυτού του είδους η προώθηση παρουσιάζει κάποιες δυσκολίες σε σχέση με τα εξής ερωτήματα : Πώς θα επιλέξω τον ιστοχώρο όπου θα προβληθώ; Πώς θα οργανώσω το καλύτερο δυνατό προφίλ; Τι απήχηση έχει αυτός ο ιστοχώρος σε μια αγορά που κατακλύζεται από

τέτοιου είδους υπηρεσίες; Πώς θα διασφαλιστεί η συνεχής παρουσία μου στο διαδίκτυο και η ανανέωση του προφίλ μου; Πώς θα γίνει το προϊόν που προσφέρω ακόμα πιο ελκυστικό; Όλα αυτά τα ερωτήματα πρέπει να απαντηθούν προκειμένου να οργανωθεί η αποτελεσματικότερα δυνατή παρουσία στο διαδίκτυο.

# ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

- ◉ Η τεχνολογία παρέχει τα μέσα, τα εργαλεία και τις εφαρμογές ώστε να επιχειρήσει κάποιος με ιδιωτική πρωτοβουλία, να οργανώσει από μόνος του την παρουσία του. Αυτό, όμως, οδηγεί σε πλήθος μεμονωμένων προσπαθειών με αμφίβολο αποτέλεσμα. Δεν αρκεί, για παράδειγμα, να φτιάξετε μια σελίδα στο facebook, για να έχετε

αντίκτυπο στην αγορά. Πρέπει να γνωρίζετε τί συμβαίνει και τι προσφέρεται τόσο σε εθνικό, όσο και σε ευρωπαϊκό και δυνάμει παγκόσμιο επίπεδο. Το διαδίκτυο, συνεπώς, αν και πανίσχυρο εργαλείο μπορεί να καταλήξει μπούμερανκ αν γίνει ασυντόνιστα, πρόχειρα και ανημέρωτα η οργάνωση του προφίλ σας.

# ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

- Συντήρηση και διαχείριση του ηλεκτρονικού προφίλ μετά την οργάνωση και ανάρτησή του: το πιο δύσκολο βήμα δεν είναι, εν τέλει, το να οργανωθεί ένα άρτιο προφίλ, ελκυστικό και όμορφο για τον επισκέπτη και υποψήφιο πελάτη μας αλλά το να διατηρηθεί αυτό σε υψηλό επίπεδο, να ανανεώνεται και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες κάθε εποχής. Για παράδειγμα, η καλή

προώθηση αφορά την στοχευμένη αποστολή ηλεκτρονικά σε συγκεκριμένες κατηγορίες κοινού, για παράδειγμα σε τουριστικές μονάδες που λειτουργούν την καλοκαιρινή σαιζόν και το εργατικό δυναμικό τους έχει τη δυνατότητα εκδρομών ή διακοπών το χειμώνα και μπορεί να λαμβάνει e-mail συγκεκριμένης προσφοράς, ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

# ΠΩΣ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΟΛΑ ΑΥΤΑ;

- η μεμονωμένη προσπάθεια χάνεται ευκολότερα, καθώς χρειάζεται η συντονισμένη προσπάθεια, από κοινού, όλων των παραγόντων που εμπλέκονται στην προώθηση του τουρισμού τόσο επαγωγικά όσο και απαγωγικά, δηλαδή από τη μικρή ομάδα ως την περιφέρεια και τούμπαλιν. Η τουριστική πολιτική δεν είναι, απλά, ζήτημα κεντρικής πολιτικής του οικείου υπουργείου αλλά κυρίως αφορά και την τοπική κοινωνία σε επίπεδο περιφέρειας.

# ΚΑΤΑΣΤΡΩΣΗ ΣΤΟΧΩΝ:

- ⦿ Εκεί χρειάζεται η κατάστρωση σαφών σχεδίων ανάπτυξης, προβολής και στήριξης σε τρία επίπεδα:
  - (1) σε βραχυπρόθεσμο: π.χ. φέτος το καλοκαίρι,
  - (2) σε μεσοπρόθεσμο: π.χ. φέτος και τα επόμενα τρία καλοκαίρια και
  - (3) σε μακροπρόθεσμο επίπεδο: π.χ. για τα επόμενα δέκα χρόνια.



## ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ & ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ:

- Για παράδειγμα, ενώ βλέπουμε καλά οργανωμένους ιστοχώρους από διάφορους φορείς με σποτ, βίντεο, σλόγκαν, ελκυστικό οπτικοακουστικό υλικό, ο κανόνας είναι να λείπει η αγγλόφωνη εκδοχή ή η δυνατότητα περιήγησης ή επίσκεψης με τη χρήση άλλων γλωσσών πέρα από την ελληνική. Η αγγλόφωνη εκδοχή δεν αφορά τη δυνατότητα αυτόματης μετάφρασης αλλά μια ολοκληρωμένη πρόταση, ακριβώς ανάλογη και αντίστοιχη της ελληνικής εκδοχής, ώστε να μπορεί ο οποιοσδήποτε μη-ελληνόφωνος επισκέπτης να γνωρίζει με ακρίβεια, ορθότητα και πληρότητα τις επιλογές του.



Οργανωμένη επίσκεψη στην τουριστική έκθεση Κύπρου, με πρόσκληση των εκπροσώπων των ΜΜΕ και τουριστικών πρακτόρων με ξενάγηση και φιλοξενία σε μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα όπου εργαζόμουν, με σημαντικές ολοσέλιδες καταχωρίσεις σε εφημερίδες και περιοδικά της Κύπρου κατά την επιστροφή τους, με αποτέλεσμα να υπάρξουν καλοκαιρινά γκρουπ αλλά σημαντικό είναι και χειμερινά γκρουπ σε μια περιοχή που δεν προσφέρεται για χειμερινές διακοπές. επισκέψεων, αύξηση που γνωρίζαμε ότι ήρθε σαν αποτέλεσμα μιας οργανωμένης προσπάθειας.



Το παράδειγμα ανάπτυξης γνωστού τουριστικού προορισμού στη Βόρειο Ελλάδα. Οργανώθηκε, λοιπόν, η προβολή του, έγιναν οι σχετικές καταχωρίσεις και διαφημίσεις, κλήθηκαν οι εκπρόσωποι του τύπου και οι πράκτορες και συντονίστηκε η προβολή. Αν επισκεφθείτε, όμως, το γνωστό αυτό θέρετρο θα δείτε πως στην αριστερή είσοδο του χωριού γίνεται η ρίψη των απορριμμάτων. Παρά τις εκκλήσεις μου στους υπεύθυνους των τουριστικών επιχειρήσεων να αντιμετωπίσουν άμεσα το θέμα, η κατάσταση παραμένει ως έχει.

# ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ: Η ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΦΟΡΑ

- (1): την κατάστροψη σχεδίου δράσης για την προβολή και τη στήριξη του τουρισμού σε επίπεδο περιφέρειας και με ανάδειξη όλων των επιλογών τουρισμού. Σημασία έχει εδώ η σαφής αποτύπωση βραχυπρόθεσμων, μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων.

# ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ: Η ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΦΟΡΑ

- (2): την οργάνωση της προβολής και στήριξης του τουρισμού της περιοχής μέσα από μια συντονισμένη προσπάθεια με στόχο την αγορά, εθνικά, ευρωπαϊκά και παγκόσμια με εκπροσώπηση της περιοχής σε σημαντικές εκδηλώσεις και εκθέσεις. Σημασία έχει ποιος είναι παρών, όχι απλά ποιος είναι ο καλύτερος.

# ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ: Η ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΦΟΡΑ

- (3): την υποστήριξη και οργάνωση της προβολής στο διαδίκτυο με άρτια διαχείριση των ιστοχώρων, με χαμηλό κόστος για ομάδες υπηρεσιών και μονάδων, με ανανέωση των προφίλ και συνεχή ενημέρωση του κοινού-στόχος. Παράλληλα η προσπάθεια αφορά και τον έντυπο τύπο και την οργάνωση και άλλων εκδηλώσεων διάχυσης, θεματικών και άλλων. Ο επισκέπτης πρέπει να μπορεί απλά, άμεσα και συγκεκριμένα να εντοπίζει αυτό που επιθυμεί και να έχει την επιλογή τουλάχιστον της αγγλικής γλώσσας.



# ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ: Η ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΦΟΡΑ

- ◉ (4): την ανάληψη των προαναφερθέντων δράσεων και έργων από έμπειρο, υψηλά καταρτισμένο ειδικό προσωπικό που θα υποστηρίζει συνεχώς την προβολή της περιοχής. Σημειώνουμε πως χρυσός κανόνας του μάρκετινγκ είναι πως πρέπει να δώσεις για να πάρεις και πως η καλή διαχείριση οδηγεί στα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα με το ανάλογο κόστος.



# ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ: Η ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΦΟΡΑ

- ◉ (5): τη σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου, ιδιωτών, συλλόγων, ΜΚΟ και αρχών με τον κοινό σκοπό της αποτελεσματικότερης δυνατής προβολής ενός πραγματικά αξιόλογου προϊόντος.



Σας ευχαριστώ  
πολύ για την  
προσοχή σας!

Ειρήνη Σαμαρά  
[irene.samara@yahoo.gr](mailto:irene.samara@yahoo.gr)