

Ποιοτική Εξυπηρέτηση και Φιλοξενία

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ

BSc (Econ), MBA, 

Εγκεκριμένος Σύμβουλος Επιχειρήσεων

Ενότητες Κατάρτισης

- A. Εισαγωγή & Βασικές Έννοιες
- B. Ποιοτική Εξυπηρέτηση και Φιλοξενία σε Αγροτουριστικές Επιχειρήσεις / Επιχειρήσεις Υπαίθρου
- C. Βασικές Παράμετροι Ποιοτικής Εξυπηρέτησης σε Αγροτουριστικές Επιχειρήσεις / Επιχειρήσεις Υπαίθρου
- D. Το ‘Ταξίδι του Πελάτη’ και ‘Σημεία Επαφής’ κατά την Παροχή Υπηρεσιών
- E. Παραδείγματα Επιτυχημένων Πρακτικών / Ποιοτικής Εξυπηρέτησης και Φιλοξενίας σε Αγροτουριστικές Επιχειρήσεις / Επιχειρήσεις Υπαίθρου
- F. Ανασχεδιασμός του “Ταξιδιού του Πελάτη” – Ατομική & Ομαδική Εργασία
- G. Συζήτηση και Συμπεράσματα

A. Εισαγωγή & Βασικές Έννοιες



Η Σημασία των... Λέξεων!

Ποιότητα Εξυπηρέτηση Φιλοξενία

Λέξεις που γνωρίζουμε, λέξεις που χρησιμοποιούμε συχνά.

Πόσο όμως κατανοούμε, σε βάθος, τη **σημασία** τους (σε σχέση και με τη δική μας επιχείρηση);

Η Σημασία των... Λέξεων!

Θέματα για Συζήτηση:

- Γενικά, τι είναι / τι σημαίνει η λέξη “Ποιότητα”;
- Τι σημαίνει “Ποιότητα”, στην τουριστική βιομηχανία και στα πλαίσια του Αγροτουρισμού;
- Γενικά, ποια είναι η έννοια της “Εξυπηρέτησης”;
- Τι σημαίνει “Εξυπηρέτηση”, στην τουριστική βιομηχανία και στα πλαίσια του Αγροτουρισμού;
- Τι σημαίνει “Φιλοξενία”, ποια η έννοια και η σημασία της;
- Τελικά, οι Κύπριοι, είμαστε ή όχι φιλόξενοι ως λαός;

Η Σημασία των... Λέξεων!

Γενικά, τι είναι / τι σημαίνει η λέξη “Ποιότητα”;

- Η ποιότητα είναι μια ασυνήθιστα “γλιστερή έννοια”, εύκολη να τη φανταστείς, όμως πολύ δύσκολη να την ορίσεις
- Είναι μια πολυδιάστατη έννοια. Κατά καιρούς, διάφοροι ‘ειδικοί’ / εμπειρογνώμονες σε θέματα ποιότητας, ανάλογα με τη φιλοσοφία του ο καθένας, έχουν δώσει τους δικούς τους ορισμούς ...
- Ακολουθούν μερικοί από τους ορισμούς που – κατά καιρούς – δόθηκαν από τους ειδικούς

Η Σημασία των... Λέξεων!

Γενικά, τι είναι / τι σημαίνει η λέξη “Ποιότητα”;

1. Ποιότητα σημαίνει να ταιριάζει το προϊόν ή η υπηρεσία στο σκοπό ή τη χρήση για την οποία προορίζεται - Juran (1950)
2. Ποιότητα σημαίνει συμμόρφωση προς τις απαιτήσεις - Crosby (1979)
3. Ποιότητα σε ένα προϊόν ή σε μια υπηρεσία δεν είναι αυτό που βάζει ο προμηθευτής. Είναι αυτό που παίρνει ο πελάτης και για το οποίο είναι διατεθειμένος να πληρώσει. Αυτό που προσδίδει “ποιότητα” σε ένα προϊόν δεν είναι ούτε η δυσκολία κατασκευής του, ούτε το μεγάλο κόστος του, όπως πιστεύουν συνήθως οι κατασκευαστές. Οι πελάτες πληρώνουν μόνο γι’ αυτό που είναι χρήσιμο σ’ αυτούς και προσφέρει σ’ αυτούς αξία. Τίποτε άλλο δεν αποτελεί “ποιότητα”. - Peter Drucker (1985)

Η Σημασία των... Λέξεων!

Γενικά, τι είναι / τι σημαίνει η λέξη “Ποιότητα”;

4. Ποιότητα τελικά είναι η αξία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας για τα χρήματα που δίνει, όπως τη βλέπει ο πελάτης - Donald Campbell, IQA Secretary General (1996).
5. Η ποιότητα δεν είναι κάτι απόλυτο, ούτε ένα πρότυπο που συνεχώς βελτιώνεται. Είναι η αντανάκλαση των προσδοκιών του ατόμου, οι οποίες με τη σειρά τους καθορίζονται από την κοινωνία και την κατάσταση του Έθνους σε μια δεδομένη στιγμή - Linda Campbell, Διευθ. Σύμβουλος του UKAS. (1998)

Η Σημασία των... Λέξεων!

Τι σημαίνει “Ποιότητα”, στην τουριστική βιομηχανία και στα πλαίσια του Αγροτουρισμού;

Απόψεις & Συζήτηση!

Η Σημασία των... Λέξεων!

Γενικά, ποια είναι η έννοια της “Εξυπηρέτησης”;

- Εξυπηρέτηση του Πελάτη - Όλα εκείνα τα στοιχεία όπως οι πράξεις μας, η συμπεριφορά, τα λόγια, η γλώσσα του σώματος, τα οποία συμβάλλουν στην.....
.... Ικανοποίηση και Ευχαρίστηση του Πελάτη!
- Εξυπηρέτηση είναι η παροχή υπηρεσίας. Παροχή υπηρεσίας είναι η δραστηριότητα που παράγει προστιθέμενη αξία για τον πελάτη, δηλαδή παρέχει στον πελάτη κάποιο όφελος για τη διασκέδαση του ή την άνεση του, κ.τ.λ.
- Ποιοτική Εξυπηρέτηση - Είναι η ικανότητα να κάνεις τον πελάτη να **αισθανθεί** ότι **νοιάζεσαι και φροντίζεις** για την ικανοποίηση των αναγκών και προσδοκιών του

Η Σημασία των... Λέξεων!

Τι σημαίνει “Εξυπηρέτηση”, στην τουριστική βιομηχανία και στα πλαίσια του Αγροτουρισμού;

Απόψεις & Συζήτηση!

Η Σημασία των... Λέξεων!

Τι σημαίνει “Φιλοξενία”, ποια η έννοια και η σημασία της;

- Η φιλοξενία (από το φιλώ {= αγαπώ} + ξένος) αναφέρεται στην πράξη της περίθαλψης και φροντίδας ενός ξένου στο ‘σπίτι’ κάποιου
- Οι αξία του θεσμού της φιλοξενίας είναι διαχρονική. Από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, ο άνθρωπος έδινε μεγάλη σημασία στο θεσμό αυτό
- Σήμερα ζούμε σε μια εποχή και σε μια κοινωνία έντονα ανταγωνιστική. Ο θεσμός της φιλοξενίας ατονεί. Υπάρχουν όμως ορισμένοι τομείς όπως ο τουριστικός τομέας που δίνουν μεγάλη σημασία στον θεσμό αυτό. Προστατεύοντας το θεσμό της φιλοξενίας αναδεικνύουμε και ενισχύουμε τον τουρισμό μας. Ο τουρίστας επιστρέφοντας στην πατρίδα του γίνεται πρεσβευτής και διαφημιστής της φιλοξενίας που έτυχε

Η Σημασία των... Λέξεων!

Τελικά, οι Κύπριοι, είμαστε ή όχι φιλόξενοι ως λαός;

Απόψεις & Συζήτηση!

Β. Ποιοτική Εξυπηρέτηση και Φιλοξενία σε Αγροτουριστικές Επιχειρήσεις / Επιχειρήσεις Υπαίθρου



Τι αναμένει ο πελάτης από την επιχείρησή μας;

Αγροτουρισμός / Τουρισμός Υπαίθρου Vs. 'Μαζικός Τουρισμός'

Κουλτούρα &
Ιστορία

Παράδοση

Αυθεντικότητα

Τοπικά
Προϊόντα

Αειφόρος
Ανάπτυξη

Φυσικό
Περιβάλλον

Τρόπος ζωής

Εξωτερικές
Δραστηριότητες

Διδακτικές δραστηριότητες

Εστίαση / Φαγητό

Νέες Εμπειρίες



Διαμονή

Ψυχαγωγία ;;;

Επαγγελματισμός

Ήλιος & Θάλασσα;

Εξατομικευμένη
εξυπηρέτηση ;;;

Τι αναμένει ο πελάτης από την επιχείρησή μας;

Τι σόι άνθρωπος είναι τελικά, ο αγροτουρίστας; 😊

- Αγροτουρίστας είναι ένας σύγχρονος άνθρωπος που αρνείται τον τουρισμό με το «βραχιολάκι» και αναζητά στον προορισμό του μια νέα διάσταση. Τη δυνατότητα να ζήσει για λίγες έστω μέρες στους ρυθμούς της περιοχής που επιλέγει, να γνωριστεί με την πολιτιστική και αγροτική της ταυτότητα, να ζήσει ανθρώπινη επαφή και επικοινωνία.
- Ο αγροτουρίστας, θεωρείται άνθρωπος ποιοτικός, εκλεκτικός και με μεγάλη αγοραστική δύναμη. Είναι ο τουρίστας που ξέρει τι ακριβώς ζητάει και δεν συμβιβάζεται με τίποτα λιγότερο. Σε γενικές γραμμές, παρατηρείται ότι οι αγροτουρίστες είναι πιο απαιτητικοί από ότι στο παρελθόν στα θέματα διατροφής, υπηρεσιών φιλοξενίας και δραστηριοτήτων αναψυχής. Κι αυτό γιατί συνήθως έχουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης και αρκετές προηγούμενες εμπειρίες, οι οποίες ανεβάζουν τα στάνταρ τους. Απαιτούν το αγροτουριστικό προϊόν να έχει συγκεκριμένες ευρωπαϊκές προδιαγραφές, αντάξιες των προσδοκιών τους.

Τι αναμένει ο πελάτης από την επιχείρησή μας;

Τι σόι άνθρωπος είναι τελικά, ο αγροτουρίστας; 😊

- Αυτό που πρώτα-πρώτα αναζητούν οι αγροτουρίστες είναι η χαλάρωση, αλλά και η αποκοπή από την καθημερινότητά τους. Πρόκειται σε ένα μεγάλο ποσοστό για κατοίκους αστικών περιοχών που θέλουν να έρθουν σε επαφή με τη φύση, να γνωρίσουν την αγροτική ζωή και τα αγροτικά προϊόντα και να συναναστραφούν με τους αγρότες και τους ντόπιους.
- Διψάνε για την αυθεντικότητα και τη διαφορετικότητα. Επιπλέον, ο αγροτουρίστας δεν αναζητά τις παθητικές διακοπές, επιθυμεί συνεχώς να απασχολείται με ποικίλες δραστηριότητες, συνδυάζοντας έτσι την περιπέτεια με την ενεργό συμμετοχή και δράση στη φύση, έχει αυξημένη οικολογική συνείδηση και δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας.
- Επίσης, ενδιαφέρεται για τον πολιτισμό και την κουλτούρα άλλων λαών.

“Εξαιρετική” Εξυπηρέτηση & “Υπέροχη” Φιλοξενία

Τι χρειάζεται ο πελάτης για να νιώσει ότι έλαβε ‘εξαιρετική εξυπηρέτηση’ και ‘Υπέροχη Φιλοξενία’

Απόψεις

&

Συζήτηση!



Η σημασία των προσδοκιών του πελάτη

Γιατί οι προσδοκίες του πελάτη είναι πολύ σημαντικός παράγοντας;

- Θυμηθείτε ... ορισμούς που συζητήσαμε για το τι είναι 'ποιότητα' – όπως την αντιλαμβάνεται ο πελάτης
- Θυμηθείτε ... τι σημαίνει 'εξυπηρέτηση' – στόχος η ικανοποίηση του πελάτη
- Οι προσδοκίες του πελάτη, καθορίζουν σε σημαντικό βαθμό την αντίληψη του πελάτη για την ποιότητα υπηρεσιών / προϊόντων που έχει λάβει / αγοράσει και τελικά, τον βαθμό ικανοποίησης του από την επιχείρησή μας

Η σημασία των προσδοκιών του πελάτη

Γιατί οι προσδοκίες του πελάτη είναι πολύ σημαντικός παράγοντας;

Η έννοια της ικανοποίησης του πελάτη αναλύεται ως τα συναισθήματα ευχαρίστησης ή δυσαρέσκειας ενός ατόμου που προκύπτουν από την υποκειμενική σύγκριση της απόδοσης (ή του αποτελέσματος) ενός προϊόντος σε σχέση με τις προσδοκίες του.

Το αν ο αγοραστής είναι ικανοποιημένος ή όχι μετά από την αγορά, εξαρτάται από την απόδοση του προϊόντος σε σχέση με τις προσδοκίες του αγοραστή.

Η ικανοποίηση είναι μια λειτουργία υποκειμενικής απόδοσης και προσδοκιών.

Αν η απόδοση είναι μικρότερη από τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι δυσαρεστημένος. Αν η απόδοση συμπίπτει με τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι ικανοποιημένος.

Αν η απόδοση υπερβαίνει τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι πολύ ικανοποιημένος ή ενθουσιασμένος. (Philip Kotler {2002})

Η σημασία των προσδοκιών του πελάτη

Γιατί οι προσδοκίες του πελάτη είναι πολύ σημαντικός παράγοντας;

Συμπερασματικά, η λέξη κλειδί στην ποιότητα εξυπηρέτησης πελατών είναι οι προσδοκίες.

Χρειάζεται λοιπόν ιδιαίτερη προσοχή στις προσδοκίες που δημιουργούμε και στον τρόπο που τις διαχειριζόμαστε. Στόχος για την ικανοποίηση των πελατών είναι να ξεπεράσουμε τις προσδοκίες τους.

Η κατανόηση του πελάτη και των προσδοκιών του είναι το βασικό βήμα για την ικανοποίηση του. Βγάλτε λοιπόν την ταμπέλα του δύσκολου και περίεργου πελάτη από το λεξιλόγιο και το μυαλό σας.

Δείτε όλους τους πελάτες σας θετικά, διερευνήστε τις προσδοκίες τους και κάντε θετική διαχείριση των προσδοκιών τους, για να τους ικανοποιήσετε!

Η σημασία των προσδοκιών του πελάτη

Πως δημιουργούνται οι προσδοκίες στον πελάτη;

Νέος Πελάτης:

- Συστάσεις από γνωστούς / φίλους (word of mouth)
- Τιμές των υπηρεσιών / προϊόντων μας
- Πληροφόρηση μέσα από ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα επικοινωνίας (δική μας ιστοσελίδα, δικοί μας λογαριασμοί σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έντυπο υλικό)
- Άλλοι ιστότοποι, portals και σχόλια προηγούμενων πελατών μας (π.χ. Tripadvisor, booking.com, κλπ)
- Προηγούμενες εμπειρίες από ανταγωνιστικές επιχειρήσεις
- Επικοινωνία / επαφή με την επιχείρησή μας, πριν την απόφαση για αγορά (επικοινωνία μέσω τηλεφώνου, email, κλπ)

Η σημασία των προσδοκιών του πελάτη

Πως δημιουργούνται οι προσδοκίες στον πελάτη;

Υφιστάμενος / Επαναλαμβανόμενος Πελάτης:

- Προηγούμενη εμπειρία από τη δική μας επιχείρηση
- Δικές μας 'υποσχέσεις', λεκτικές & μη λεκτικές
- Διαχείριση της σχέσης με τον πελάτη, μετά την πώληση (π.χ. μετά που θα επιστρέψει στην χώρα του)
- Ο πελάτης περιμένει, διαχρονικά, να γινόμαστε καλύτεροι! (με ότι αυτό σημαίνει για τον πελάτη)

Η σημασία των προσδοκιών του πελάτη

Πως μπορούμε να διαχειριστούμε τις προσδοκίες του πελάτη;

- Κατ' αρχάς, θα πρέπει όντως να είμαστε σε θέση να προσφέρουμε μια πραγματικά καλή/ποιοτική εμπειρία
- Στην όποια επικοινωνία μας με τον πελάτη (διαδίκτυο, τηλεφωνική / email, κατ' ιδίαν / πρόσωπο με πρόσωπο) τονίζουμε και προβάλλουμε τα δυνατά σημεία / πλεονεκτήματα μας, χωρίς υπερβολές. Παρουσιάζουμε μια πραγματική εικόνα των χαρακτηριστικών, ανέσεων και ποιότητας υπηρεσιών / προϊόντων που προσφέρουμε
- Διαχειριζόμαστε με επαγγελματισμό τα όποια σχόλια / κριτικές στο διαδίκτυο
- Ένας πολύ καλός τρόπος για να διαχειριστεί κανείς και να ξεπεράσει τις προσδοκίες των επισκεπτών είναι μέσω της εξατομίκευσης. Σχεδόν το 60% των ταξιδιωτών δηλώνουν σημαντικά πιο ικανοποιημένοι όταν αισθάνονται ότι λαμβάνουν εξατομικευμένη εξυπηρέτηση! (τι σημαίνει όμως αυτό, στην πράξη; 😊)

Τα αποτελέσματα της επιτυχίας για την επιχείρηση

- Πολύ Ικανοποιημένοι Πελάτες = word of mouth, πολύ καλές / εξαιρετικές κριτικές στο διαδίκτυο / μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επαναλαμβανόμενοι πελάτες
- Μείωση κόστους προώθησης / προσέλκυσης πελατών (κοστίζει λιγότερο να διατηρείς επαναλαμβανόμενους / πιστούς πελάτες, από το να προσελκύεις νέους. Επίσης, το word of mouth είναι 'δωρεάν')
- Αύξηση κρατήσεων / πωλήσεων (περισσότεροι πελάτες). Δυνατότητα (κερδοφόρας) λειτουργίας ακόμη και σε μήνες χαμηλότερης ζήτησης
- Αύξηση συνολικής κερδοφορίας – δυνατότητα συσσώρευσης αποθεματικών για νέες επενδύσεις / βελτιώσεις / επεκτάσεις
- Προσέλκυση και ικανότητα διατήρησης πιο ποιοτικού ανθρώπινου δυναμικού

Σ. Βασικές Παράμετροι Ποιοτικής Εξυπηρέτησης σε Αγροτουριστικές Επιχειρήσεις / Επιχειρήσεις Υπαίθρου



‘Εξωτερικοί’ και ‘Εσωτερικοί’ Πελάτες

Εξωτερικοί Πελάτες:

- Αυτοί οι οποίοι πληρώνουν για τις υπηρεσίες που προσφέρουμε
- Ο λόγος που υπάρχει η επιχείρησή μας
- Ότι πιο σημαντικό στην αλυσίδα εξυπηρέτησης

‘Εξωτερικοί’ και ‘Εσωτερικοί’ Πελάτες

Εσωτερικοί Πελάτες:

- Όλοι οι συνάδελφοι, προϊστάμενοι, υφιστάμενοι, είτε στο ίδιο τμήμα με το δικό μας είτε σε άλλο
- Ο εσωτερικός πελάτης για κάθε εργασία που συντελείται στην επιχείρηση, είναι αυτός που θα συνεχίσει την εξυπηρέτηση του πελάτη στην ‘αλυσίδα’
- Για να κάνουν σωστά τη δουλειά τους, πρέπει εμείς να κάνουμε σωστά τη δική μας
- Αν δεν σκεφτόμαστε τους συναδέλφους ως εσωτερικούς πελάτες (με ανάγκες, ανησυχίες, κ.ο.κ.) δεν θα καταφέρουμε, ως ομάδα, να προσφέρουμε καλή εξυπηρέτηση στον εξωτερικό πελάτη / καταναλωτή!!!

Η 'αλυσίδα' της εξυπηρέτησης

Ποιος είναι ο πιο αδύναμος κρίκος; 😊



Garbage In – Garbage Out (και το αντίθετο !)

Η 'αλυσίδα' της εξυπηρέτησης

Μια αλυσίδα είναι τόσο δυνατή όσο ο πιο αδύναμος κρίκος της!!!

- Ατμόσφαιρα χώρων, συμβατή με το 'concept' του τουρισμού υπαίθρου
- Ποιότητα υποδομών / εξοπλισμού
- Εμφάνιση χώρων, οργάνωση, καθαριότητα
- Σωστός σχεδιασμός / προγραμματισμός και ποιοτική παροχή υπηρεσιών προς τους πελάτες
- Επαγγελματισμός, παρουσίαση / εμφάνιση προσωπικού, συμπεριφορά
- Αποτελεσματική επικοινωνία με πελάτες και μεταξύ συναδέλφων
- Αποτελεσματικός χειρισμός παραπόνων / δύσκολων καταστάσεων
- Άλλες ιδέες;

Η 'αλυσίδα' της εξυπηρέτησης

Όλα τα πιο πάνω, με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη (θυμηθείτε τι θέλει / ανάγκες)

Κουλτούρα &
Ιστορία

Παράδοση

Διαμονή

Αυθεντικότητα

Τοπικά
Προϊόντα

Ψυχαγωγία ;;;

Αειφόρος
Ανάπτυξη

Φυσικό
Περιβάλλον

Επαγγελματισμός

Ήλιος & Θάλασσα;

Τρόπος ζωής

Εξωτερικές
Δραστηριότητες

Εξατομικευμένη
εξυπηρέτηση ;;;

Εστίαση / Φαγητό

Νέες Εμπειρίες



Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη



Personalization



Integrity



Expectations



Resolution



Time and
Effort



Empathy

1. Εξατομίκευση

2. Ακεραιότητα

3. Προσδοκίες

4. Επίλυση Θεμάτων

5. Χρόνος και Προσπάθεια

6. Ενσυναίσθηση

Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη

1. Εξατομίκευση

Η εξατομίκευση είναι συχνά η πιο σημαντική παράμετρος στην εμπειρία του πελάτη. Περιλαμβάνει την ικανότητα της επιχείρησης να δείξει στον πελάτη ότι κατανοεί τις ιδιαίτερες συνθήκες / ανάγκες του και την βούληση να προσαρμόσει την εμπειρία, ανάλογα.

Η χρήση του ονόματος του πελάτη, εξατομικευμένη προσοχή, γνώση των προτιμήσεων και παλαιότερων επαφών μαζί του, συνθέτουν μια εμπειρία την οποία ο πελάτης αντιλαμβάνεται ως πιο προσωπική.



Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη



Integrity

2. Ακεραιότητα

Η Ακεραιότητα επιτυγχάνεται μέσα από τη συνέπεια στην συμπεριφορά της επιχείρησης, που με τη σειρά της δημιουργεί αξιοπιστία. Υπάρχουν διάφορες στιγμές όπου το προσωπικό της επιχείρησης καλείται να αντιδράσει σε απρόβλεπτες ή / και δύσκολες καταστάσεις. Οι στιγμές αυτές, εάν τύχουν σωστού χειρισμού, δημιουργούν εμπιστοσύνη του πελάτη προς την επιχείρηση.

Για τον πελάτη, το να καταφέρνει η επιχείρηση να υλοποιεί 'τις υποσχέσεις της' (ακόμη και εν μέσω δυσκολιών), αποτελεί σημαντικό παράγοντα ικανοποίησης.

Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη



Expectations

3. Προσδοκίες

Έχουμε ήδη συζητήσει τη μεγάλη σημασία των προσδοκιών του πελάτη, σε σχέση με την διαμόρφωση αισθημάτων ικανοποίησης, όταν τελικά αγοράσει την υπηρεσία / προϊόν. Οι καλύτερες επιχειρήσεις, καταφέρνουν να ικανοποιούν και – όποτε είναι δυνατόν – ξεπερνούν αυτές τις προσδοκίες.

Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη



Resolution

4. Επίλυση Θεμάτων

Η επίλυση θεμάτων / προβλημάτων, όταν αυτά προκύπτουν, αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα στην ικανοποίηση του πελάτη. Ακόμη και στις καλύτερες / πιο οργανωμένες και επαγγελματικές επιχειρήσεις, θα συμβούν προβλήματα και θα γίνουν λάθη. Οι καλύτερες επιχειρήσεις, διατηρούν πολιτικές και διαδικασίες οι οποίες συμβάλλουν στο να 'ανακάμψει' το επίπεδο / ποιότητα εξυπηρέτησης, στον συντομότερο δυνατό χρόνο μετά από μια 'αστοχία' και μάλιστα, με τρόπο που ο πελάτης να νιώσει ιδιαίτερα ευχαριστημένος από την συνολική εμπειρία.

Μια ειλικρινής απολογία και το να δράσεις επείγοντως / γρήγορα, αποτελούν δύο σημαντικούς παραμέτρους στην επίλυση προβλημάτων.

Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη



Time and
Effort

5. Χρόνος και Προσπάθεια

Οι πελάτες θεωρούν τον χρόνο τους πολύτιμο, ενώ παράλληλα αναζητούν άμεση ικανοποίηση των αναγκών τους. Η επιχείρηση θα πρέπει να 'ξεφορτωθεί' μη αναγκαίες διεργασίες, εμπόδια, γραφειοκρατία και να σχεδιάσει διαδικασίες που επιτρέπουν στον πελάτη να ικανοποιήσει τις ανάγκες του γρήγορα και εύκολα (χωρίς μεγάλη προσπάθεια από μέρους του πελάτη).

Οι 6 πυλώνες ποιοτικής εξυπηρέτησης του Πελάτη



Empathy

6. Ενσυναίσθηση

Η ενσυναίσθηση είναι η συναισθηματική ικανότητα να δείχνεις ότι κατανοείς την εμπειρία / συναισθήματα κάποιου άλλου. Οι σωστές συμπεριφορές, που περιλαμβάνουν την ενσυναίσθηση, δημιουργούν δυνατούς δεσμούς με τους πελάτες, που με τη σειρά του συμβάλλει σημαντικά στα επίπεδα ικανοποίησης του πελάτη. Είναι εξίσου σημαντικό, οι πράξεις που θα ακολουθήσουν, να κάνουν 'το κάτι παραπάνω' ως αποτέλεσμα της γνώσης για το πώς αισθάνεται ο πελάτης.

Προσφέροντας στον πελάτη μια 'αξέχαστη εμπειρία' και αυθεντική φιλοξενία

Είναι στο χέρι μας!



Προσφέροντας στον πελάτη μια 'αξέχαστη εμπειρία' και αυθεντική φιλοξενία

Πως μπορούμε να το καταφέρουμε;

Απόψεις

&

Συζήτηση!

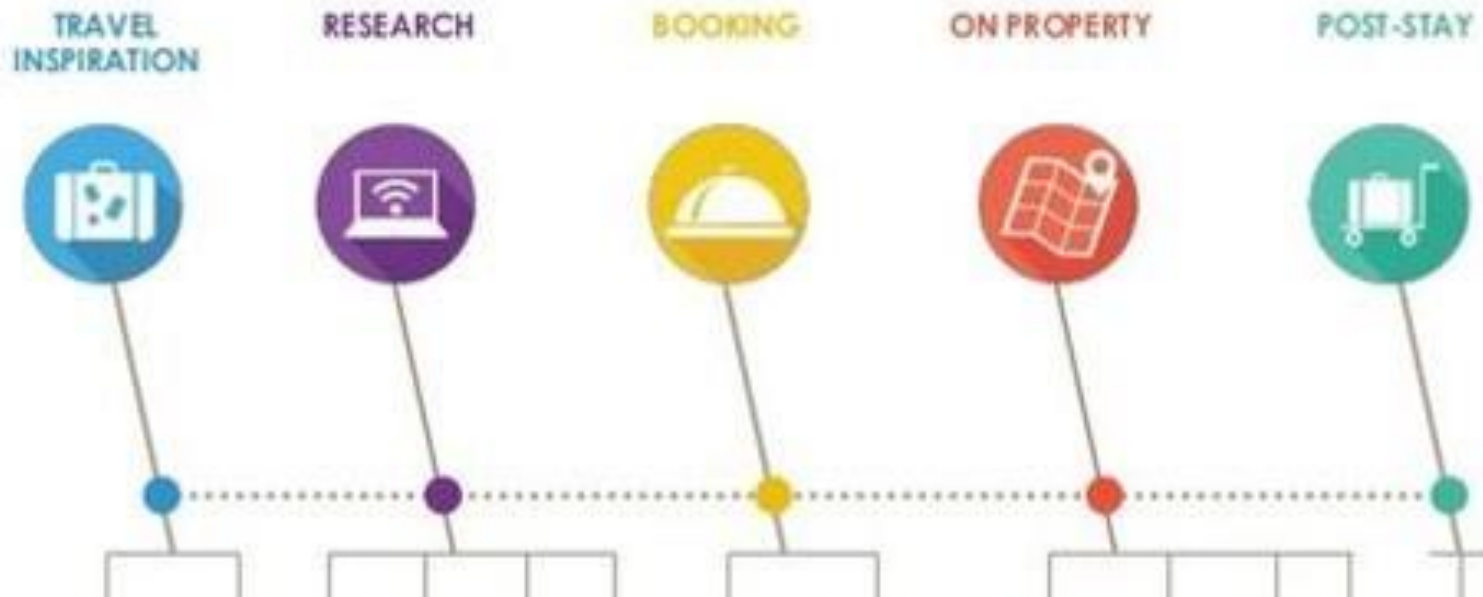


D. Το 'ταξίδι του πελάτη' και 'σημεία επαφής' κατά την παροχή υπηρεσιών



Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'

Hospitality Customer Journey



Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'

TRAVEL
INSPIRATION



RESEARCH



BOOKING



ON PROPERTY



POST-STAY



1. Ιδέες για ταξίδι

2. Έρευνα επιλογών

3. Κράτηση

4. Στον προορισμό

5. Μετά την αναχώρηση

Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'



1. Ιδέες για Ταξίδι

- Διαδίκτυο
- Γνωστοί φίλοι
- Τουριστικοί Πράκτορες
- Αρχική σύγκριση προορισμών
- Ιδέες για τύπο διακοπών
- Αρχική έρευνα (γενικών) τιμών
- Αρχικές σκέψεις για προϋπολογισμό
-

Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'



2. Έρευνα

- Διαδίκτυο
- Τουριστικοί Πράκτορες
- Απόφαση για προορισμό (χώρα, περιοχή κλπ)
- Απόφαση για προϋπολογισμό
- Ημέρες / ώρες / κόστος πτήσεων
- Ενδελεχής έρευνα και σύγκριση μεταξύ συγκεκριμένων επιλογών / πακέτων / χώρων διαμονής / εκδρομών / δραστηριοτήτων κλπ
- Πιθανότητα επικοινωνίας με την επιχείρησή μας!!!
-

Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'

3. Κράτηση

- Διαδίκτυο (Μέσω δικής μας ιστοσελίδας, άλλων portals...)
- Τουριστικοί Πράκτορες
- Πιθανότητα επικοινωνίας με την επιχείρησή μας!!!



Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'

ON PROPERTY



4. Στον προορισμό

- Άφιξη / Καλωσόρισμα / Check in + + + +
- Εστίαση / φαγητό + + + +
- Διαμονή / δωμάτιο + + + +
- Δραστηριότητες (εντός και εκτός καταλύματος) + + + +
- + + + + Πληθώρα 'σημείων επαφής' με τον πελάτη !!!

Η εμπειρία του πελάτη ως 'ένα ταξίδι'

POST-STAY



5. Μετά την αναχώρηση

- Νέα και δραστηριότητες που σχετίζονται με την επιχείρησή μας
- Επικοινωνία μέσω διαδικτύου / κανάλια κοινωνικής δικτύωσης
- Επικοινωνία μέσω email, τηλεφωνική επικοινωνία, μέσω ταχυδρομείου
- Αποστολή αναμνηστικών δώρων
-

Ποιότητα – επαγγελματισμός – φιλοξενία – νέες εμπειρίες - εξατομίκευση

Προσφέροντας ένα 'αξέχαστο ταξίδι'

- Απώτερος μας στόχος, να προσφέρουμε στον πελάτη ένα 'αξέχαστο ταξίδι'!
- Ταξίδι νέων εμπειριών, πραγματικής φιλοξενίας, ποιοτικής εξυπηρέτησης, με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη εξατομίκευση
- Το κλειδί βρίσκεται στην σωστή διαχείριση των 'σημείων επαφής' με τον πελάτη, σε όλη την διάρκεια αυτού του 'ταξιδιού'
- Να θυμάστε, το 'ταξίδι' του πελάτη ξεκινά πριν την επίσκεψη του στην επιχείρησή μας, συνεχίζει και μετά που θα έχει φύγει

Σχεδιάζοντας το 'ταξίδι' των πελατών μας

Αποτελεσματικός σχεδιασμός διαδικασιών / διεργασιών εξυπηρέτησης και η απαραίτητη ευελιξία

- Για να καταφέρουμε να προσφέρουμε ένα 'αξέχαστο ταξίδι' στους πελάτες μας, χρειάζεται προγραμματισμός / σχεδιασμός
- Σωστός σχεδιασμός / προγραμματισμός, δεν σημαίνει μηδενική ευελιξία (η ευελιξία είναι απαραίτητη, όχι μόνο διότι συμβαίνουν και απρόοπτα, αλλά και επειδή θέλουμε να προσφέρουμε εξατομικευμένη εξυπηρέτηση!)
- Σημαίνει όμως ότι γνωρίζουμε τι θέλουμε να κάνουμε, γιατί το κάνουμε, πότε να το κάνουμε, πώς να το κάνουμε, τι μπορούμε να πράξουμε, εναλλακτικά, σε περίπτωση που αδυνατούμε να ακολουθήσουμε το πλάνο μας
- Σημαίνει ότι θα πρέπει να υπάρχουν συγκεκριμένες πολιτικές και διαδικασίες, περιλαμβανομένων διαδικασιών χειρισμού παραπόνων, ειδικών απαιτήσεων πελατών (special requests) κλπ

Σχεδιάζοντας το 'ταξίδι' των πελατών μας

Βήματα Σχεδιασμού Εμπειρίας και Ποιοτικής Εξυπηρέτησης του Πελάτη

1. Αναγνώριση αναγκών πελατών, γενικά, αλλά και για συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς (π.χ. ηλικιωμένοι, ΑμεΑ, νεαρά ζευγάρια κλπ κλπ). Ποιοι είναι οι πελάτες μας, τι αναμένουν από εμάς;
2. Αναγνώριση κύριων κατηγοριών 'σημείων επαφής' (τα 5 σημεία που έχουμε συζητήσει)
3. Ανάλυση κατηγοριών 'σημείων επαφής' σε επί μέρους σημεία / στιγμές.
4. Απόφαση (και τεκμηρίωση) για δράσεις / ενέργειες / προγράμματα / υπηρεσίες που αφορούν σε κάθε ένα από τα σημεία / στιγμές επαφής με τον πελάτη
5. Ανασκόπηση / ανατροφοδότηση και συνεχής βελτίωση

Χρειάζεται (ή μπορούμε) να είμαστε 'τέλειοι';

Πως αποφασίζουμε τι είναι σημαντικότερο και τι λιγότερο σημαντικό;

- Καμιά επιχείρηση δεν είναι 'τέλεια'
- Είναι θεμιτό να θέλεις να πλησιάσεις το 'τέλειο'. Όμως, καμία επιχείρηση δεν έχει στη διάθεσή της απεριόριστους πόρους (χρήματα, ανθρώπινο δυναμικό κλπ), πόσο μάλλον οι ΜΜΕ επιχειρήσεις της υπαίθρου
- Για να τα καταφέρεις, πρέπει να μπορείς να διαγνώσεις τι είναι σημαντικό, τι λιγότερο σημαντικό και τι όχι σημαντικό, σε σχέση με τα επί μέρους στοιχεία που συνθέτουν την εμπειρία που προσφέρεις στον πελάτη
- Για να μπορείς να κάνεις αυτή τη 'διάγνωση', πρέπει να αφουγκραστείς τους πελάτες σου και να δώσεις ΜΕΓΑΛΗ σημασία στις ανάγκες του πελάτη (για τις οποίες έχουμε μιλήσει)
- Οι ανάγκες των πελατών, θα πρέπει να είναι η πυξίδα σου

Χρειάζεται (ή μπορούμε) να είμαστε 'τέλειοι';

Πως αποφασίζουμε τι είναι σημαντικότερο και τι λιγότερο σημαντικό;

Απόψεις

&

Συζήτηση!



Συνεργασία και συμμετοχή άλλων επιχειρήσεων στην αναβάθμιση της εμπειρίας του πελάτη μας

Ανάγκη συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις

- Στην Κύπρο, καμία επιχείρηση δεν μπορεί να προσφέρει – από μόνη της, χωρίς συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις – μια ολοκληρωμένη ‘εμπειρία’ τουρισμού υπαίθρου για τον πελάτη
- Σε άλλες χώρες και σε ορισμένες περιπτώσεις, κάτι τέτοιο είναι όντως εφικτό
- Είναι ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ να γίνονται συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων, στην ίδια κοινότητα / χωριό / περιοχή, ώστε να διαμορφώνεται ένα εμπλουτισμένο προϊόν / υπηρεσία / εμπειρία για τον πελάτη

Συνεργασία και συμμετοχή άλλων επιχειρήσεων στην αναβάθμιση της εμπειρίας του πελάτη μας

Παραδείγματα συνεργασιών (μερικές μόνο ιδέες από εκατοντάδες!)

- Αγροτουριστικό κατάλυμα που δεν προσφέρει πρόγευμα, απογευματινό, γεύμα / δείπνο > συνεργασία με τοπικές ταβέρνες / καφεενεία κλπ
- Συνεργασία με διοργανωτές εξωτερικών δραστηριοτήτων ('σαφάρι', βόλτες με ποδήλατα, πεζοπορία σε μονοπάτια της φύσης, κλπ)
- Συνεργασία με οργανωμένα σύνολα της περιοχής, τοπικούς παραγωγούς, τοπικά φεστιβάλ...
- Συνεργασίες με τοπικές φάρμες, γεωργούς της περιοχής κλπ
- Συνεργασίες με εργαστήρια / καταστήματα κατασκευής και πώλησης παραδοσιακών προϊόντων / χειροτεχνιών κλπ
- Συνεργασίες για επισκέψεις σε τοπικά μουσεία, άλλα μέρη πολιτιστικού / ιστορικού ενδιαφέροντος

Συνεργασία και συμμετοχή άλλων επιχειρήσεων στην αναβάθμιση της εμπειρίας του πελάτη μας

Ιδέες για δραστηριότητες

- Γευσιγνωσία τοπικών προϊόντων (αλλαντικά, κρασί, φρούτα / λαχανικά κλπ)
- Συμμετοχή σε συγκομιδή φρούτων / λαχανικών, επίσκεψη και εργασίες (π.χ. τάισμα ζώων) σε τοπικές φάρμες
- Συμμετοχή στην ετοιμασία φαγητού ή / και μαθήματα μαγειρικής, ιδανικά, με χρήση και Α' Υλών που θα έχουν και οι ίδιοι οι τουρίστες μαζέψει από παραγωγούς της περιοχής
- Μαθήματα χειροτεχνίας (ιδανικά, με κατασκευές που θα μπορούν να μεταφέρουν πίσω στη χώρα τους)
- Camping – μια ολόκληρη ημέρα στη φύση, κυνήγι θησαυρού, παραδοσιακά κυπριακά παιχνίδια
- Σαφάρι / boat trips κλπ (κατάλληλα για αγροτουρίστες)

Συνεργασία και συμμετοχή άλλων επιχειρήσεων στην αναβάθμιση της εμπειρίας του πελάτη μας

Τι είδους συνεργασίες έχετε σήμερα, με άλλες επιχειρήσεις;

Ιδανικά, τι άλλες συνεργασίες θα θέλατε να δημιουργήσετε;

Απόψεις

&

Συζήτηση!



Μετατρέποντας αδυναμίες της επιχείρησης ως ευκαιρία για εμπλουτισμό της εμπειρίας του πελάτη!

Βάλτε τους τουρίστες να κάνουν.... δουλειές!!!

- Προσοχή!! Εντελώς Προεραϊτικά, όχι 'βαριές δουλειές', όχι επικίνδυνες δουλειές Επιλέξτε 'δουλειές' που δεν κάνουν οι ίδιοι στην καθημερινότητα τους
- Συνήθως θα υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για συμμετοχή, εάν ενημερώσεις έγκαιρα (π.χ. Απόψε θα έχουμε Κυπριακό bbq – σούβλα – όσοι θέλουν να βοηθήσουν ή απλά να παρακολουθήσουν την διαδικασία, να είναι εδώ στις 18:00!)

Παραδείγματα:

- Δείξτε τους πως (και εφοδιάστε τους με γάντια) να καθαρίσουν παπουτσόσυκα
- Να βοηθήσουν στο ψήσιμο και σερβίρισμα της σούβλας
- Να μαζέψουν και να καθαρίσουν τα σύκα από την αυλή / απέναντι χωράφι, για το πρόγευμα / απογευματινό
- Να στύψουν λεμόνια για να φτιάξουν σπιτική / παραδοσιακή λεμονάδα
- Να μαζέψουν τα αυγά από το κοτέτσι (το δικό μας, της γειτόνισσας,)

Μετατρέποντας αδυναμίες της επιχείρησης ως ευκαιρία για εμπλουτισμό της εμπειρίας του πελάτη!

Μην 'σνομπάρετε' την παράδοση και την ιστορία μας!

- Κάτι που εμείς μπορεί να θεωρούμε 'χωρκάτικο' ή συνηθισμένο, είναι ακριβώς, ο λόγος που ο πελάτης / τουρίστας επέλεξε να έρθει στην επιχείρησή μας
- Δώστε του αυτό που θέλει!
- Οι περισσότεροι τουρίστες, δεν έχουν δει ποτέ στη ζωή τους κυπριακή φουκού, ούτε σύκο πάνω στο δέντρο, ούτε καρπούζι στο μποστάνι, ούτε πατάτα στο χωράφι
- Εάν είναι η εποχή, πάρτε τους μια βόλτα / εκδρομή να μαζέψουν ελιές. Κάντε και μια επίσκεψη στο τοπικό ελαιοτριβείο (κατόπιν συνεννόησης). Δώστε τους να δοκιμάσουν το 'πρώτο λάδι' πάνω σε μια καπήρα χωρκάτικο ψωμί. Δεν θα το ξεχάσουν ποτέ. Ούτε και εσάς / την επιχείρησή σας!!!

Ε. Παραδείγματα επιτυχημένων πρακτικών / ποιοτικής εξυπηρέτησης σε αγροτουριστικές επιχειρήσεις / επιχειρήσεις υπαίθρου



Mt. Plaisir Estate Hotel, Grand Riviere (στη βόρεια ακτή του Trinidad)



Mt. Plaisir Estate Hotel, Grand Riviere (στη βόρεια ακτή του Trinidad)

Λίγα λόγια για το Ξενοδοχείο ...

Απευθύνεται σε 'οικοτουρίστες' (τουρισμός φύσης) και είναι το 1^ο του είδους του στη βόρεια ακτή του Trinidad. Δημιουργήθηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1990 και έπαιξε καθοριστικότατο ρόλο στο να μετατρέψει ένα φτωχό αγροτικό χωριό σε ένα χωριό γεμάτο ζωή και αειφόρο ανάπτυξη.

Το επισκέπτονται τουρίστες από όλο τον κόσμο, που θέλουν για μερικές ημέρες να απολαύσουν την φύση και να 'γίνουν ένα' με τους ανθρώπους / την κοινότητα.

Mt. Plaisir Estate Hotel, Grand Riviere (στη βόρεια ακτή του Trinidad)

Η ιστορία του ...

- Ο Piero Guerrini επισκέφθηκε για πρώτη φορά το Trinidad το 1993, ως φωτογράφος για μια συγκεκριμένη δουλειά – ‘ερωτεύτηκε’ το νησί και αποφάσισε να ανοίξει ένα τουριστικό κατάλυμα.
- Ο Piero Guerrini κατάφερε να μετατρέψει ένα παλιό οικοτροφείο με φυτείες κακάο σε ένα μικρό αγροτουριστικό συγκρότημα, ‘δωμάτιο – δωμάτιο’, με την συμβολή / βοήθεια φίλων και κατοίκων της κοινότητας.
- Πέντε χρόνια μετά (1998), το ξενοδοχείο κατάφερε να κερδίσει το σημαντικό βραβείο «Ernst and Young Entrepreneur of the Year award in the Tourism and Hospitality Category»

Mt. Plaisir Estate Hotel, Grand Riviere (στη βόρεια ακτή του Trinidad)

Η ιστορία του ...

- Καμία τράπεζα δεν έδινε δάνειο στον 'άπειρο επιχειρηματία'. Με έναν φίλο / συνέταιρο, κατάφεραν να μαζέψουν \$30,000 (κυρίως από δικές τους αποταμιεύσεις και δάνεια από γνωστούς / φίλους) για να αγοράσουν το κτήμα
- Με τον συνέταιρο του, ανακαίνιζαν ένα δωμάτιο κάθε φορά, με έσοδα από τα ήδη ολοκληρωμένα δωμάτια που στο μεταξύ τίθεντο προς ενοικίαση
- Στην ανακαίνιση βοήθησαν ντόπιοι, φτωχοί κάτοικοι του χωριού, που πληρώνονταν με την ημέρα για την εργασία τους
- 13 ενοικιαζόμενα δωμάτια, που μπορούν να φιλοξενήσουν από 4-6 άτομα
- Λειτουργία εστιατορίου, με τοπική / παραδοσιακή κουζίνα, οργανικές Α' Ύλες

Mt. Plaisir Estate Hotel, Grand Riviere (στη βόρεια ακτή του Trinidad)

Η ιστορία του ...

- Ο Piero περιγράφει το ξενοδοχείο ως ‘χώρος επίδειξης’ για έργα που παράγονται στην κοινότητα – το θεωρεί ως εργαλείο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και ευημερίας των κατοίκων της αγροτικής αυτής περιοχής
- Οι πελάτες του ξενοδοχείου, που δείχνουν ενδιαφέρον για τα πάντα – από τις ζωγραφιές / κατασκευές που διακοσμούν τους τοίχους του ξενοδοχείου, μέχρι τα placemats στο τραπέζι του προγεύματος – εύκολα καθοδηγούνται να επισκεφθούν το άτομο στο χωριό που κατασκεύασε το συγκεκριμένο αντικείμενο. Τις περισσότερες φορές, οι πελάτες αγοράζουν παρόμοια προϊόντα από την κοινότητα. Στο lobby του ξενοδοχείου, εκτίθενται χειροτεχνίες, έργα τέχνης, κοσμήματα, αγάλματα / αγγεία κλπ από ντόπιους δημιουργούς

Mt. Plaisir Estate Hotel, Grand Riviere (στη βόρεια ακτή του Trinidad)

Άλλα ενδιαφέροντα σημεία ...

- Ο Piero ενθάρρυνε τους υπαλλήλους του να αναπτύξουν τις δεξιότητες / γνώσεις τους, με απώτερο στόχο να ξεκινήσουν και οι ίδιοι τη δική τους επιχείρηση, κάτω από την καθοδήγηση του.
- Το 2006, το χωριό είχε 375 κατοίκους. Η επιχείρηση εργοδοτούσε 20 άτομα προσωπικό, όμως, επειδή δημιουργήθηκαν / αναπτύχθηκαν και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις, λόγω της ύπαρξης του ξενοδοχείου, συνολικά 160 άτομα ξεκίνησαν να απασχολούνται στην τοπική τουριστική βιομηχανία (40% του συνολικού πληθυσμού του χωριού!)

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη

Οι δραστηριότητες του συνεταιρισμού

Ο Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 1999 και είναι ο **πρώτος γυναικείος συνεταιρισμός** του Νομού Θεσσαλονίκης.

Σκοπός του Συνεταιρισμού είναι η απασχόληση των αγροτισσών γυναικών, η ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματός τους, η ανάπτυξη του τόπου, η διατήρηση και η διάδοση της παράδοσης μέσα από την παραγωγή και τη διάθεση μιας σειράς υγιεινών, ποιοτικών χειροποίητων προϊόντων φτιαγμένων με μεράκι.

Ο συνεταιρισμός παράγει **χειροποίητα παραδοσιακά προϊόντα υψηλής ποιότητας** με συνταγές που αντανakλούν την πολιτισμική κληρονομιά του τόπου.



Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντωνίου - Θεσσαλονίκη

Η ιστορία του Συνεταιρισμού

Το χωριό του Αγίου Αντωνίου βρίσκεται 35 χιλιόμετρα από την Θεσσαλονίκη, πολύ κοντά στον κεντρικό δρόμο για τη Χαλκιδική, έναν πολύ δημοφιλή τουριστικό προορισμό.

Στον Άγιο Αντώνιο ζουν περίπου 1.000 κάτοικοι, οι περισσότεροι από τους οποίους μέχρι πρόσφατα ασχολούνταν με τη γεωργία και πιο συγκεκριμένα με την καλλιέργεια σίτου και την εκτροφή αγελάδων. Σήμερα, η κτηνοτροφία έχει εκλείψει και η καλλιέργεια της γης δεν αρκεί για να καλύψει τις ανάγκες των οικογενειών.

Η διαρκής μείωση του αγροτικού εισοδήματος οδήγησε τις γυναίκες στην παρακολούθηση σεμιναρίων, τα οποία είχαν ως σκοπό τη στήριξη του γυναικείου πληθυσμού των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών. Παρακολουθήσαν μαθήματα επιχειρηματικότητας, μάρκετινγκ, και παραγωγής τοπικών παραδοσιακών προϊόντων συνδεδεμένων με την πολιτιστική κληρονομιά. Κατά τη διάρκεια των σεμιναρίων, διεξήχθη, μία σημαντική έρευνα αγοράς για τον καθορισμό των αναγκών των κατοίκων της Θεσσαλονίκης για χειροποίητα, παραδοσιακά, τοπικά, προϊόντα.

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντωνίου - Θεσσαλονίκη

Η ιστορία του Συνεταιρισμού

Τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς ήταν ιδιαίτερα ενθαρρυντικά κι έτσι οι γυναίκες προχώρησαν στη δημιουργία του γυναικείου συνεταιρισμού του Αγίου Αντωνίου. Αρχικά είχαν επιφυλάξεις για την επιτυχία του εγχειρήματος, την παραγωγή δηλαδή παραδοσιακών φαγητών, τα οποία αποκαλούσαν και το «φαγητό των φτωχών».

Το χωριό δεν αποτελούσε τουριστικό προορισμό και έτσι η προσέλκυση επισκεπτών και πελατών δεν ήταν εξασφαλισμένη. Η παραγωγή αρχικά γινόταν στα σπίτια των γυναικών και δεν ήταν ιδιαίτερα αποτελεσματική.

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη

Η ιστορία του Συνεταιρισμού

Για την κάλυψη των αυξημένων αναγκών τους, ο αγροτικός συνεταιρισμός του χωριού, τους παραχώρησε ένα κτίριο στο οποίο και στεγάζονται μέχρι σήμερα. Στο κτίριο αυτό υπάρχει ένας μικρός, ζεστός χώρος υποδοχής στον οποίο εκθέτονται τα προϊόντα, ενώ οι χώροι παρασκευής και συσκευασίας βρίσκονται στο πίσω μέρος του.

Με χρηματοδότηση από προγράμματα ανάπτυξης της υπαίθρου και γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς και με ίδια κεφάλαια, βελτίωσαν τις εγκαταστάσεις τους και αγόρασαν εξοπλισμό καθώς και ένα αυτοκίνητο για την διανομή των προϊόντων τους.

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη

Η ιστορία του Συνεταιρισμού

Στην αρχή προσέφεραν ένα περιορισμένο αριθμό προϊόντων, όπως ζυμαρικά και περέκ (ποντιακό παραδοσιακό φύλλο πίτας). Η απαίτηση των καταναλωτών για μεγαλύτερη ποικιλία, είχε σαν αποτέλεσμα να παράγονται σήμερα πάνω από 30 διαφορετικά προϊόντα, όπως γλυκά και μαρμελάδες από φρέσκα φρούτα και λαχανικά.

Μεγάλη βαρύτητα για την ανάπτυξη του συνεταιρισμού δίνεται στην εκπαίδευση.

Για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί, παρακολουθούν τις εξελίξεις και ενημερώνονται, παρακολουθούν σεμινάρια τα οποία διοργανώνονται από τα Υπουργεία Γεωργίας και Παιδείας, την Αμερικανική Γεωργική Σχολή καθώς και άλλους φορείς, σε θέματα υγιεινής και ασφάλειας των τροφίμων, μάρκετινγκ κ.α.

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη



Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντωνίου - Θεσσαλονίκη

Και μερικές ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες...

- Η προσπάθεια ξεκίνησε 2 χρόνια πριν την ίδρυση του (1997)
- Οι γυναίκες του χωριού, δεν είχαν δουλειά
- Το μεγαλύτερο % των κατοίκων του χωριού, είναι Πόντιοι
- Ξεκίνησαν πολύ δειλά/ πιλοτικά (με 2 σακιά αλεύρι!)
- Σήμερα, αποτελεί ένα δυνατό 'brand name'
- Οι πρώτες γυναίκες που το ξεκίνησαν (τότε 60 ετών+) έχουν βγει στην σύνταξη – σήμερα ανέλαβε η επόμενη γενιά

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη

Και μερικές ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες...

- Στην αρχή, έλεγαν στην πρόεδρο.... «μα τι θες να κάνεις σ' ένα χωριό που δεν έχει κάποιο αξιοθέατο, ούτε ένα μνημείο, ούτε έναν καταρράκτη, δεν έγινε εδώ καμιά μάχη, τι να έρθουν να δουν οι τουρίστες....»
- Η πρόεδρος απαντούσε: «Θα έρχονται εδώ ΓΙΑ ΕΜΑΣ!» (και όντως έτσι έγινε 😊)
- Όλα τα προϊόντα παραδοσιακά, αυθεντικά και χωρίς συντηρητικά (εκτός από τις παραδοσιακές μεθόδους / υλικά συντήρησης, όπως ζάχαρη, ξύδι κλπ)
- Λειτουργία Καφεγλυκοπωλείου στην είσοδο του χωριού, από το 2007. Στην αρχή, η λογική ήταν να απασχολούνται κάποιες γυναίκες το καλοκαίρι. Επειδή όμως ο κόσμος συνέχιζε να έρχεται και τον χειμώνα, επέκτειναν την λειτουργία του, έκαναν τέντες, έβαλαν τζάκι κλπ. Σε κάποια στιγμή, επειδή έρχονταν πολλές οικογένειες, απαγόρευσαν το κάπνισμα (στην Ελλάδα!!)

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη

Και μερικές ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες...

- Δέχονται πολλές επισκέψεις από σχολεία / μαθητές, πανεπιστήμια / φοιτητές. Επιδείξεις κατασκευής παραδοσιακών προϊόντων (ότι υπάρχει στο πρόγραμμα της ημέρας!)
- Προσφορά υπηρεσιών outside catering
- Χονδρικές πωλήσεις σε άλλα καταστήματα / σημεία πώλησης σε διάφορα μέρη στη Θεσσαλονίκη και άλλες πόλεις
- Λειτουργία e-shop / πωλήσεις μέσω διαδικτύου. Οι περισσότεροι πελάτες στο εξωτερικό / Ευρώπη (<http://www.aianton.gr>)

Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Παραδοσιακών Προϊόντων Αγίου Αντώνιου - Θεσσαλονίκη

Και μερικές ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες...

- Λειτουργία ως Συνεταιρισμός
- Υπάρχει Δ.Σ. που λαμβάνει τις αποφάσεις
- 18 ενεργά μέλη αυτή τη στιγμή και άλλα μέλη των οικογενειών / μελών, που 'βοηθούν' / απασχολούνται στον συνεταιρισμό
- Πολύ καλές σχέσεις με άλλους συνεταιρισμούς (σε Θεσσαλονίκη και αλλού).
Π.χ. αγορά Α' Υλών από άλλους συνεταιρισμούς, όπου είναι εφικτό

Oleastro Olive Park, Ανώγυρα - Λεμεσός

Η ιστορία του ...

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2003. Όραμα των ιδρυτών της, η προώθηση της ιστορίας / παράδοσης του δέντρου της ελιάς και του ελαιόλαδου, με σεβασμό στο περιβάλλον.

Η αποστολή της εταιρείας περιλαμβάνει την παραγωγή ελαιόλαδου άριστης ποιότητας, υιοθετώντας καινοτόμες και ευέλικτες μεθόδους παραγωγής και τρόπο λειτουργίας.

Το πάρκο Oleastro διαθέτει εξωτερικές υποδομές για δραστηριότητες επισκεπτών που σχετίζονται / με θέμα την ελιά. Διαθέτει οικολογικό ελιόμυλο με πέτρες, μουσείο, εστιατόριο, κατάστημα πώλησης προϊόντων, αίθουσα προβολών, υποδομές εμφιάλωσης και φύλαξης ελαιόλαδου.



Oleastro Olive Park, Ανώγυρα - Λεμεσός

Ας παρακολουθήσουμε το σχετικό βίντεο ...



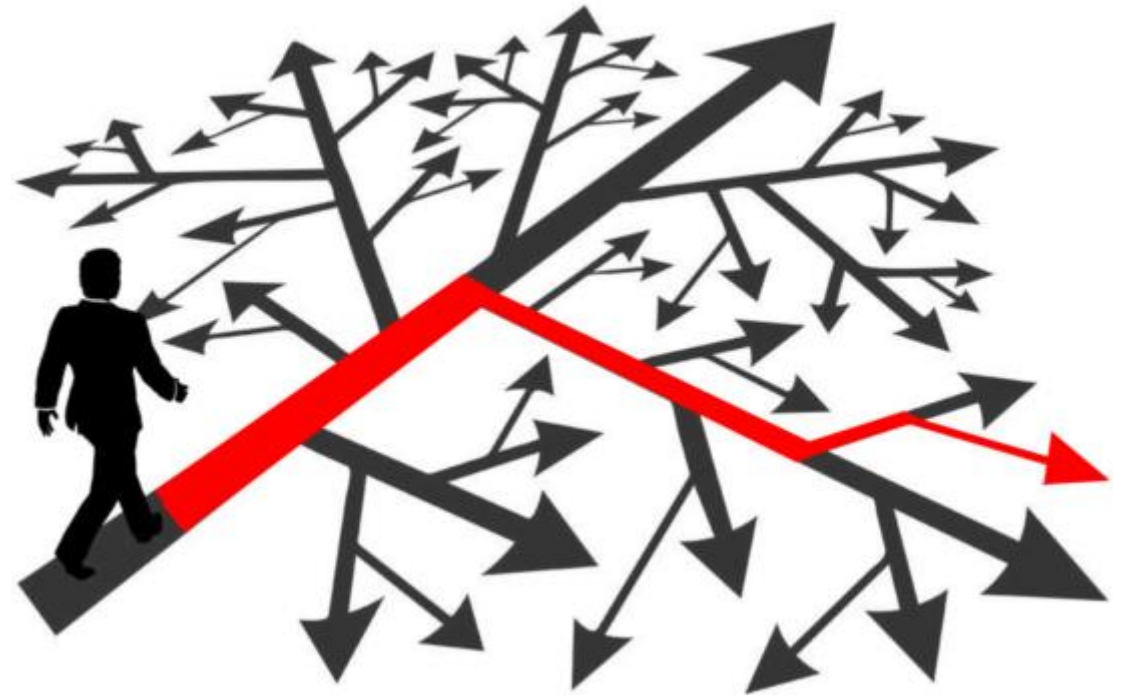
Παραδείγματα 'Σχεδιασμού' της εμπειρίας του πελάτη

1. Παραδείγματα μέσα από τις επιχειρήσεις / δραστηριότητες των συμμετεχόντων
2. Εντοπισμός των σημαντικών σημείων επαφής

Απόψεις

&

Συζήτηση!



Ε. Ανασχεδιασμός του “Ταξιδιού του Πελάτη” – Ατομική & Ομαδική Εργασία



Ατομική και Ομαδική Εργασία

Α' Εργασία – Ατομική

Β' Εργασία – Ομαδική

Γ' Εργασία – Ομαδική

