

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ/ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΠΑΙΘΡΟΥ
13-15 Νοεμβρίου 2018**

ΣΚΑΡΙΝΟΥ-ΚΥΠΕΡΟΥΝΤΑ-ΕΠΙΣΚΟΠΗ ΠΑΦΟΥ

**Θεματική Ενότητα
Marketing / Ηλεκτρονικό Marketing**

Γιώργου Χρ. Μιχαηλίδη

www.specialcyprus.org

Τι είναι Marketing

ΠΡΟΒΛΕΨΗ



ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ



ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ



ΖΗΤΗΣΗ



ΓΙΑΤΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ?

- **ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ
(ΟΛΟΙ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΤΑ ΔΙΑ ΣΕ ΕΙΔΟΣ, ΤΙΜΗ, ΠΟΙΟΤΗΤΑ)**
- **ΑΣ ΔΙΑΦΕΡΩ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ**
- **ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ PUSH → ΣΤΟ PULL
MARKETING ΣΤΟ CLIENTING**
- **SOCIAL MEDIA → WORD OF MOUTH → COST
EFFECTIVENESS**



ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

ΣΥΒΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

SUNLUST

250 Εκ. ΕΥΡΩΠΑΙΟΙ

Μαζικοποίηση Τουρισμού



ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

WANDERLUST

35 Εκ. ΕΥΡΩΠΑΙΟΙ -Ετήσια Αύξηση 20%

Ανεκμετάλλευτες Προοπτικές

Ήπιες Μορφές Τουρισμού

Αγροτουριστικά καταλύματα

Τοπικά Προϊόντα

Σεβασμός στη φύση, την παράδοση και την ιδιαίτερη ταυτότητα κάθε περιοχής

Η ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΟΠΟΥ
ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ:**

- **ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ**
- **ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ**
- **ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΑΣΧΟΛΙΕΣ**
- **ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ**
- **ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ-ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ, ΤΑΒΕΡΝΕΣ/ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ**
- **ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ**
- **ΜΙΚΡΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΟΝΤΑ ΣΕ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ**

Η ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ Η
ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΦΟΥ ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ
ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ**

**ΑΝΑΒΙΩΝΟΥΝ ΤΕΧΝΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΘΑ ΕΙΧΑΝ ΕΞΑΦΑΝΙΣΘΕΙ
ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΕΘΙΜΑ, ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ**

ΔΙΑΤΗΡΕΙΤΑΙ Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ

**ΒΓΑΙΝΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΟΜΟΝΩΣΗ ΑΠΟΜΑΚΡΙΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
ΕΝΩ ΠΡΟΒΑΛΛΕΤΑΙ Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ Η
ΜΟΝΑΔΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΘΕ ΤΟΠΟΥ**

Η ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΡΟΣΦΟΡΟΤΕΡΟ ΜΕΣΟ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΥΠΡΙΑΚΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΗ:

- ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ
- ΥΨΗΛΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ
- ΟΧΙ ΣΤΗ ΜΑΖΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

ΣΤΟΧΟΣ:

Η ύπαιθρος να αναγεννηθεί οικονομικά μέσα από ειδικές μορφές ήπιου τουρισμού

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ EXPERIENTIAL TOURISM

- ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΣΗ ΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

→ Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΣΤΗ ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ



ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ – ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πολιτιστικός Τουρισμός → Best Kept Secret

Η πρόκληση → Το όραμα → Ο δρόμος



Να τοποθετήσουμε τον
Τουρισμό Υπαίθρου στο
Παγκόσμιο Τουριστικό Χάρτη



ΠΟΙΟΙ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ; ΠΟΙΟΣ ΠΛΗΡΩΝΕΙ; ΠΟΙΟΣ ΥΛΟΠΟΙΕΙ;

- ΚΟΤ
- ΑΣΤ
- Ε.Α
- ΙΔΙΟΤΚΗΤΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ
- ΠΑΡΟΧΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ
- ΚΕΝΤΡΑ ΑΝΑΨΥΧΗΣ
- ΕΤΑΠ
- ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ
- ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ – ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ
- ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΜΑΣ
- ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΚΟΤ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

ΠΟΛΥΠΛΟΚΟΤΗΤΑ
ΕΥΘΥΝΩΝ



ΠΡΟΒΛΗΜΑ
ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ



CLUSTERS
Η ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΔΟΜΗ
ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ
ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ
ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
ΥΠΑΙΘΡΟΥ

ΤΑΣΕΙΣ

ΑΠΟ: SUN-SEA-SAND-SEX

EXPERIENCES –EDUCATION-EXCITEMENT-ENTERTAINMENT

CREATE EXPERIENCES NOT ITINERARIES

ΑΠΟ ΤΟ SIGHTSEEING ΣΤΟ LIFESEEING



ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



ΑΠΟ CULTURAL TOURISM ΣΤΟ CREATIVE TOURISM



Sunlust Motivated Tourists



Wanderlust



Hobbies



Special Interest



Lifestyle



Sunlust Motivated Tourists

- **ΚΑΝΕΝΑΣ SUNLUST ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΔΕΝ ΘΑ ΣΤΑΜΑΤΗΣΕΙ ΝΑ ΕΡΧΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ ΕΠΕΙΔΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**
- **ΕΝΩ ΑΝΤΙΘΕΤΑ Ο WANDERLUST ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΔΕΝ ΘΑ ΕΡΘΕΙ ΓΙΑΤΙ ΤΟΥ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ ΗΛΙΟ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΑ**



ΔΥΝΗΤΙΚΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

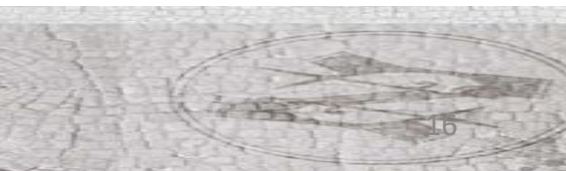
- ΚΑΤΟΙΚΟΙ ΚΥΠΡΟΥ
- ΖΕΥΓΑΡΙΑ
- BEST AGERS
- MILLENNIALS
- MEDICAL WELLNESS
- WALK AND DISCOVER
- BIKE AND DISCOVER
- ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
- ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ-ΘΡΗΣΚΕΙΑ-BYZANTINΗ ΤΕΧΝΗ
- ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ – EDUTAINMENT
- ΦΥΣΙΟΛΑΤΡΕΣ - ΜΕΛΕΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΦΥΣΗΣ
- ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ – ΛΑΟΓΡΑΦΟΙ
- ΟΡΝΙΘΟΛΟΓΟΙ – ΒΟΤΑΝΟΛΟΓΟΙ – ΦΙΛΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ
- ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ
- GOLFERS
- Χόμπι – ΦΩΤΟΓΡΑΦΟΙ

Όλοι όσοι ζητούν
διακοπές σε
Αγροτουριστικά
Καταλύματα κοντά
στη φύση, τον
Πολιτισμό και τον
Άνθρωπο της
Κύπρου



ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- LIFESTYLE
- ΜΙΚΡΑ ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ
- ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ
- ΕΚΤΟΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΑΙΧΜΗΣ
- ΨΗΛΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΚΗ ΤΑΞΗ
- ΜΙΚΡΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ
- ΜΙΚΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ
- ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ
- ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΒΑΘΟΥΣ
- ΟΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΙΝΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΜΙΑ ΔΙΚΗ ΤΟΥΣ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΚΑΘΩΣ ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΠΟΥ ΤΙΣ ΑΠΑΡΤΙΖΕΙ ΕΧΕΙ ΤΗΝ ΔΙΚΗ ΤΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΗ

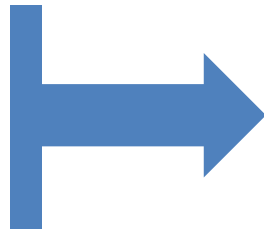


Οι αγορές

ΓΕΡΜΑΝΙΑ – ΑΓΓΛΙΑ – ΕΛΒΕΤΙΑ
ΓΑΛΛΙΑ – ΙΣΡΑΗΛ – ΚΥΠΡΟΣ

500.000 ΟΛΩΝ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΣΕ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

27% ΒΡΕΤΤΑΝΩΝ



ΕΙΔΙΚΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

42% ΓΕΡΜΑΝΩΝ

38% ΓΕΡΜΑΝΩΝ



ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ - ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΟΣ
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



CLUSTERING = ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ MARKETING


- ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΜΕ ΑΤΥΠΟ ΗΓΕΤΗ
- ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΓΙΑ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΟΙΝΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΕΝΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ
- ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΥΣΠΕΙΡΩΣΗ
- ΕΤΑΙΡΙΚΟΤΗΤΑ
- ΙΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ
- ΒΙΟΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ



Εκτός από Επιχειρήσεις συμμετέχουν άλλοι φορείς που παρέχουν πληροφόρηση, Έρευνα, Τεχνολογική Υποστήριξη

CLUSTERING = ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ MARKETING

ΓΙΑΤΙ;

- Οικονομίες Κλίμακας
 - Άμεση, Έγκαιρη Πληροφόρηση
 - Πρόσβαση σε Αγορές
 - Ανάπτυξη και Μεταφορά Γνώσης
 - Εξειδικευμένο Προσωπικό
- 
- Μείωση Κόστους
 - Αύξηση Προστιθέμενης Αξίας
 - Βελτίωση Επιπέδου Εξυπηρέτησης
 - Αύξηση της Ανταγωνιστικότητας



DISTRIBUTION CHANNELS

TOUR OPERATORS / TRAVEL AGENTS

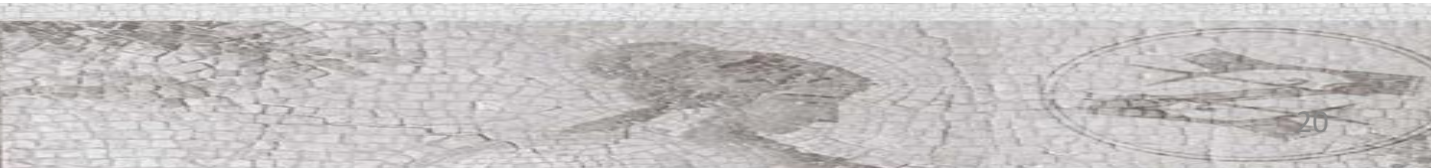
PORTALS – DIGITALISATION – INTERNET

DYNAMIC PACKAGING

DIRECT BOOKINGS

ΤΗΛΕΦΩΝΟ – Email

CALL CENTERS



Επικοινωνιακή Πολιτική

Email MARKETING STRATEGY

Με τη χρήση βάσης δεδομένων



MEDIA RELATIONS

Καταχωρήσεις και Παρουσιάσεις

Δημιουργία Digital Image για τον Τουρισμό Υπαίθρου

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Στοχεύοντας στο κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε.

Ανάλυση δεδομένων



Το κλειδί της επιτυχίας

SEGMENTATION - SEGMENTATION - SEGMENTATION

ΣΤΟΧΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ

ΣΥΝΔΙΑΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙ ΝΑ ΔΙΕΥΡΥΝΕΙ ΚΑΙ ΝΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΥ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ



ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Το Η.Β των 56 εκ. τουριστών δηλώνει ότι οι τουρίστες όταν επιλέγουν προορισμό δίνουν προτεραιότητα:

- Στην δαπάνη
- Πολιτισμό
- Κλίμα
- Δραστηριότητες
- Φαγητό
- Responsible tourism

Οι Γερμανοί οι champions του τουρισμού μετά το all inclusive σαν μορφή διακοπών προτιμούν ταξίδια δραστηριότητας medical wellness, πολιτιστικά αλλά και επιμορφωτική ψυχαγωγία, οικοτουρισμό, αγροτουρισμό, κρουαζιέρα. Μόνο στον τομέα του Walking 600.000 Γερμανοί είναι οργανωμένοι σε συνδέσμους.

Οι Γάλλοι τονίζουν special responsibility ενώ οι Σουηδοί μιλούν για sustainability and eco-tourism. Σύμφωνα με μελέτη του Τουριστικού Οργανισμού ΚΥΟΝΙ τα 5 top trends για του Ευρωπαίους είναι:

- Να ανακαλύψουν νέους προορισμούς
- Sustainability αειφόρος ανάπτυξη
- Οικοτουρισμό
- Βασικές διακοπές
- Διακοπές πολυτελείας

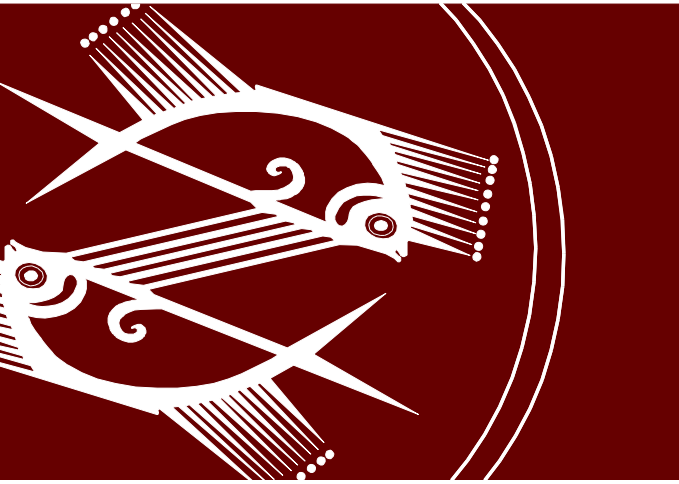
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Η άλλη διάσταση του Τουρισμού ιδανική για όσους αναζητούν διακοπές στην ενδοχώρα με οδηγούς την παράδοση την φύση τον πολιτισμό και την φιλοξενία και όχι σε μεγάλη απόσταση από την θάλασσα.



Αγροτουρισμός

- Παράγοντας ανάπτυξης της υπαίθρου
- Αναπόσπαστο κομμάτι του εναλλακτικού τουρισμού



Σύνδεσμος Ειδικών Ενδιαφερόντων
& Πολιτιστικού Τουρισμού Κύπρου
The Cyprus Association for Cultural
& Special Interest Tourism

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!

www.specialcyprus.org