

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΟΤΡΩΤΣΙΟΥ ΜΑΡΙΑ
ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΑΣΣΙΑΝΝΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2010

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΩΣ ΚΑΝΑΛΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΟΥ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ



ΕΙΣΑΓΩΓΗ



Είναι το διαδίκτυο ένα χρήσιμο εργαλείο στα χέρια των υπευθύνων marketing των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων;

Σ' αυτή την πτυχιακή, θα εξετάσουμε το marketing, το διαδίκτυο, τον ξενοδοχειακό κλάδο και πως μπορούν να συνδυαστούν αυτά τα τρία. Θα γίνει γνωστό πως ξεκίνησε το καθένα, πως εξελίσσεται στον χώρο του και τι προοπτικές έχει

Το διαδίκτυο εξαπλώνεται ταχύτατα και μετά τις προσπάθειες κρατικών και τοπικών φορέων αλλά και μεμονωμένων επιχειρήσεων του τουριστικού και ειδικότερα του ξενοδοχειακού κλάδου

ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ MARKETING

Marketing είναι το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που κάνει μια επιχείρηση ώστε να καταγράψει τις επιθυμίες των καταναλωτών, να δημιουργήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα καλύψουν αυτές τις ανάγκες και να τα πουλήσει αποτελεσματικότερα και αποδοτικότερα από τους ανταγωνιστές της, δίνοντας στον καταναλωτή τη μεγαλύτερη δυνατή αξία.

ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ MARKETING

Η ιδεολογία του Marketing ορίζει ότι μια επιχείρηση είναι πιο πιθανό να επιτύχει στους στόχους της αν προσπαθεί συστηματικά να προλαβαίνει και να ικανοποιεί τις σημερινές και τις αυριανές ανάγκες των πελατών πιο αποτελεσματικά από τους ανταγωνιστές της.

ΕΝΝΟΙΕΣ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ MARKETING

- ✓ **Η επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων**, οι οποίοι συνήθως αφορούν την κερδοφορία, τα μερίδια αγοράς, τις αποδόσεις των επενδύσεων κτλ., είναι αποτέλεσμα της ικανοποίησης των πελατών. Η σημασία αυτού του παράγοντα υπογραμμίζεται από το γεγονός ότι, ενώ τα σημερινά κέρδη αποτελούν το αποτέλεσμα της παρελθούσης απόδοσης ο αριθμός των ικανοποιημένων πελατών σήμερα καθορίζει τα κέρδη του μέλλοντος
- ✓ **Η ικανοποίηση των αναγκών** υπογραμμίζει την αλλαγή του προσανατολισμού της επιχείρησης από τα προϊόντα που πουλάει στις ανάγκες που καλύπτονται από αυτά. Ως αγορά ορίζεται στο Marketing το σύνολο των πιθανών αγοραστών οι οποίοι μοιράζονται την ίδια ανάγκη
- ✓ **Η επιχείρηση ως ολότητα** είναι το τρίτο συστατικό της ιδεολογίας του Marketing
- ✓ **Η ανταγωνιστικότητα** αποτελεί το τέταρτο συστατικό της ιδεολογίας του Marketing, γιατί δεν αρκεί απλώς η κάλυψη των αναγκών των πελατών, αλλά πρέπει αυτές τις ανάγκες να τις ικανοποιούμε καλύτερα απ' ότι οι ανταγωνιστές. Διαφορετικά, οι πελάτες θα επιλέγουνε την επιχείρηση που τους προσφέρει μεγαλύτερη αξία στις συναλλαγές τους, ενώ η επιχείρηση που χάνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα βρεθεί σε μειονεκτική θέση

Ο ρόλος του Marketing στα πλαίσια της επιχείρησης

Συγκέντρωση πληροφοριών

- ✓ Την συνολική ζήτηση για το προϊόν
- ✓ Την ύπαρξη και γνώση των ανταγωνιστών

Έρευνα αγοράς

- ✓ Διερευνά τις συγκεκριμένες απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού

Τοποθέτηση

- ✓ Προνοεί ως προς την τοποθέτηση του προϊόντος στην αγορά στα σωστά σημεία πώλησης, στις σωστές ποσότητες και στον σωστό χρόνο

Διαφήμιση

- ✓ Γνωστοποιεί και παρουσιάζει το προϊόν στο καταναλωτικό κοινό

Προσδιορισμός τιμής

- ✓ Να εντοπίσει τη κατάλληλη τιμή διάθεσης του προϊόντος

Πώληση

- ✓ Να πραγματοποιεί πωλήσεις

Λειτουργίες του Marketing

- **Προμήθεια:** Συνεργάζεται με το τμήμα Προμηθειών και βοηθά στην ανάδειξη των αναγκών της επιχείρησης, στην κλιμάκωση των αγορών της και στην επιλογή των πηγών της
- **Πώληση:** Στοχεύει στην αναζήτηση και δημιουργία καταναλωτών και στην διάθεση των προϊόντων σε αυτούς
- **Διανομή:** Φροντίζει ως προς την φυσική διανομή των προϊόντων, ούτως ώστε οι καταναλωτές να εξυπηρετούνται.
- **Αποθήκευση:** Εξασφαλίζει τον χρόνο και τον χώρο που αφορά τη συγκέντρωση και διατήρηση των προϊόντων
- **Τυποποίηση:** Αποσκοπεί στην αναγνωρισιμότητα του προϊόντος μέσα από τις προδιαγραφές που αυτό φέρει.
- **Χρηματοδότηση:** Αφορά τους διακανονισμούς ως προς την προώθηση του προϊόντος. Δηλαδή τιμολόγηση, εκπτώσεις, πιστώσεις κ.ά.
- **Προώθηση:** Σχετίζεται με όλες εκείνες τις δραστηριότητες που κρίνονται απαραίτητες ως προς την παρουσίαση και υποστήριξη του προϊόντος και αφορά την διαφήμιση, τις εκθέσεις, τις προσωπικές πωλήσεις κ.ά.
- **Έρευνα αγοράς:** Παρέχει στην επιχείρηση εκείνες τις πληροφορίες που τη βοηθούν στη λήψη των αποφάσεών της
- **Ανάληψη του κινδύνου**

ΜΙΓΜΑ MARKETING

Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται στην καθημερινή πρακτική και αφορά τον συνδυασμό των διαφόρων ελεγχόμενων μεταβλητών του Marketing που επιλέγει η επιχείρηση και προσδιορίζουν το πρόγραμμα Marketing της επιχείρησης

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΜΙΓΜΑ MARKETING

- **ΠΡΟΪΟΝ** είναι αυτό που η επιχείρηση παράγει προκειμένου να καλύψει κάποια ανάγκη εντός της αγοράς
- **ΤΙΜΗ** αναζητούμε και βρίσκουμε εκείνη την τιμή που μεγιστοποιεί τα κέρδη της επιχείρησης
- **ΠΡΟΩΘΗΣΗ** αφορά το σύνολο των διαδικασιών που είναι απαραίτητες προκειμένου να υποστηριχθεί το προϊόν στην αγορά
- **ΔΙΑΝΟΜΗ** είναι η μέθοδος που επιλέγει η επιχείρηση προκειμένου να τοποθετήσει το προϊόν στην αγορά

Οι χρησιμότητες του Marketing

- ❖ **Μορφοποίηση:** Αφορά την παραγωγή των σωστών προϊόντων με την χρησιμοποίηση των επιβαλλόμενων εισροών
- ❖ **Χώρος:** Αφορά την διακίνηση των προϊόντων που παράγει η επιχείρηση σε εκείνα τα σημεία που θα τα αναζητήσουν οι καταναλωτές
- ❖ **Χρόνος:** Αφορά τη σωστή χρονική πολιτική των αποθεμάτων και περιλαμβάνει την χρονική κλιμάκωση της παραγωγής και την λειτουργία της αποθήκευσης
- ❖ **Κυριότητα:** Αφορά το κύκλωμα διανομής του προϊόντος
- ❖ **Συντονισμός των παραπάνω:** Επιβάλλεται, λόγω της αλληλεξάρτησης των τεσσάρων χρησιμοτήτων ο συντονισμός τους. Στόχος είναι η maximum αποτελεσματικότητα της επιχείρησης.

Έννοια του ξενοδοχειακού Marketing

- Στις μέρες μας, για να είναι βιώσιμη μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, δεν πρέπει να ξεκινά και να καθοδηγείται με βάση τη παραγωγή, αλλά την ίδια την αγορά. Κατά συνέπεια, η κινητήρια δύναμη μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης πρέπει να είναι οι ανάγκες του καταναλωτή, ο ανταγωνισμός και το ευρύτερο επιχειρησιακό περιβάλλον. Με άλλα λόγια, το ξενοδοχειακό Marketing αποτελείται από όλες τις δραστηριότητες που πρέπει να αναπτύξει μια ξενοδοχειακή επιχείρηση ώστε να ικανοποιεί διαρκώς τις ανάγκες των καταναλωτών με κερδοφόρο τρόπο
- Το Marketing κινητοποιεί όλους τους πόρους της ξενοδοχειακής επιχείρησης προκειμένου να δώσουν απάντηση στη ζήτηση αυτή και αυτό, μέσα στις καλύτερες συνθήκες και δημιουργία κερδών. Αυτό συνεπάγεται την εναρμόνιση των διαφόρων επιμέρους λειτουργιών καθώς και μια ενσωμάτωση της φιλοσοφίας του Marketing στην διοίκηση της ξενοδοχειακής επιχείρησης

Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ MARKETING ΣΕ ΜΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

- Ορισμός των αναγκών πληροφόρησης
- Συλλογή και μελέτη των πληροφοριών. (Ανάλυση της πληροφορίας, σύνδεσή της προκειμένου να εξάγουμε τα κύρια συμπεράσματα, και παρουσίασή της κατά τρόπο, ξεκάθαρο και κατανοητό)
- Αντιπαράθεση με τα πραγματικά δεδομένα της επιχείρησης. (Προκειμένου να προκύψει το εφικτό και να εντοπίσουμε την αναγκαία δράση και τις δυνατές επιλογές)
- Διατύπωση μιας πολιτικής. (Θέσπιση στόχων)
- Υλοποίηση. (Οργάνωση της στρατηγικής που υιοθετήθηκε μέσω ενός σχεδίου δράσης μέσω ενός σχεδίου Marketing)
- Έλεγχος. (Μέτρηση αποτελεσμάτων, έλεγχος της δράσης της επιχείρησης και λήψη διορθωτικών μέτρων εάν είναι αναγκαίο)

Το ξενοδοχειακό προϊόν



- Από την άλλη πλευρά του ξενοδοχειακού marketing, η μελέτη των προϊόντων αφορά στην προσπάθεια της επιχείρησης να προσδώσει στο προϊόν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά στοιχεία που θα προσελκύσουν τον καταναλωτή, δίνοντάς του ταυτόχρονα την αίσθηση ότι έχει ληφθεί κάθε μέριμνα ώστε να αποκομίσει τη μέγιστη ικανοποίηση
- Κάθε στοιχείο του μίγματος marketing επηρεάζει την εικόνα του ξενοδοχειακού προϊόντος. Η στρατηγική marketing οφείλει να λαμβάνει υπόψη της την “προσωπικότητα” του προϊόντος. Όλες οι απόψεις και όλες οι ενέργειες της ξενοδοχειακής επιχείρησης συντελούν στην δημιουργία της εικόνας

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Το διαδίκτυο, είναι το μεγαλύτερο δίκτυο υπολογιστών στον κόσμο. Οι υπολογιστές συνδέονται μεταξύ τους με τηλεφωνικές και άλλες γραμμές. Είναι δηλαδή ένα πλέγμα από εκατομμύρια διασυνδεδεμένους υπολογιστές, το οποίο παρέχει τις υπηρεσίες του σε εκατομμύρια χρήστες
- Το διαδίκτυο δίνει τη δυνατότητα πρόσβασης σε νέα, πληροφορίες και βάσεις δεδομένων σε παγκόσμια κλίμακα
- Επιτρέπει τη χρήση πολλών και διαφορετικών εφαρμογών, που έχουν ως στόχο την επικοινωνία, (e-mail οι ηλεκτρονικές ομάδες συζητήσεων, οι ηλεκτρονικές λίστες ανακοινώσεων, chat, οι τηλεδιασκέψεις (net-meeting)
- Στις μέρες μας το Διαδίκτυο έχει εξαπλωθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό, και ένα μεγάλο μέρος του παγκόσμιου πληθυσμού έχει πρόσβαση σ' αυτό. Η επικοινωνία μεταξύ των υπολογιστών καθίσταται δυνατή μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων και ειδικών συσκευών (προσαρμογείς δικτύου, modems, routers).



- Το περισσότερο χρησιμοποιούμενο τμήμα του Διαδικτύου είναι ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web - WWW),
- Μέσω του WWW ένας χρήστης μπορεί να έχει πρόσβαση σε εκατομμύρια σελίδες (web pages), οι οποίες παραπέμπουν η μια στην άλλη με συνδέσμους (links)
- Η πρόσβαση στο web είναι εφικτή με την χρήση ειδικών προγραμμάτων πλοήγησης (Web Browsers). Οι web browsers που επικρατούν είναι ο Netscape Navigator (Netscape) και ο Internet Explorer (Microsoft).

Οφέλη μιας επιχείρησης από την επικοινωνία μέσω διαδικτύου

- Ένα από τα βασικά στοιχεία της σωστής λειτουργίας μιας επιχείρησης είναι η επικοινωνία μεταξύ των στελεχών της, των συνεργατών της, των πελατών και των προμηθευτών της
- Η εξέλιξη της πληροφορικής δίνει σήμερα τη δυνατότητα μιας πιο γρήγορης, αποτελεσματικής και φτηνής επικοινωνίας μέσω ενός παγκόσμιου δικτύου υπολογιστών, το διαδίκτυο
- Η υιοθέτηση της επικοινωνίας που υποστηρίζει το διαδίκτυο μπορεί να συμβάλλει δραστικά στη μείωση λειτουργικών εξόδων (ταχυδρομικά τέλη, χαρτιά φαξ κτλ.), καθώς και ταξιδιωτικών εξόδων αφού επιτρέπει σε πραγματικό χρόνο διασκέψεις πρόσωπο με πρόσωπο από απόσταση
- Καταργεί τα γεωγραφικά όρια, συμβάλλει στην αύξηση των κερδών επιτρέποντας την επέκταση σε νέες αγορές

Η έννοια του ξενοδοχείου



Ξενοδοχείο είναι ένα κατάστημα που παρέχει στους ξένους δωμάτια για διαμονή ή ύπνο, με τροφή ή χωρίς τροφή, με χρηματικό αντίτιμο. Τα ξενοδοχεία είχαν εμφανιστεί από την αρχαιότητα και ονομάζονταν καταγώγια

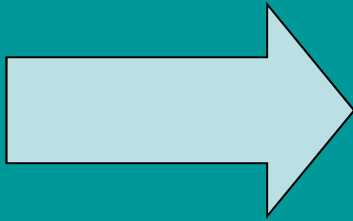
Τα σημερινά ξενοδοχεία είναι άνετα, υγιεινά και πολυτελή. Η καλή ή κακή εμφάνιση των ξενοδοχείων είναι δείκτης της εθνικής οικονομίας και του πολιτισμού κάθε χώρας

BRANDING ΚΑΙ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Ένα επιτυχημένο ξενοδοχειακό brand δημιουργεί πλεονεκτήματα τόσο για τους καταναλωτές όσο και για την επιχείρηση

Πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές

- ❖ Οι καταναλωτές έχουν ξεκάθαρη αντίληψη για τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος και τα πλεονεκτήματα του έναντι άλλων προϊόντων.
- ❖ Δαπανούν λιγότερη ενέργεια στις αγοραστικές τους αποφάσεις αφού αναγνωρίζουν εύκολα τα προϊόντα που θέλουν.
- ❖ Νιώθουν ασφάλεια όταν αγοράζουν οικεία brands.
- ❖ Αναπτύσσουν μια συναισθηματικά σχέση με το προϊόν, αποκομίζοντας έτσι πρόσθετη ικανοποίηση από τον καταναλωτή



Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις

- Το προϊόν γίνεται περισσότερο αναγνωρίσιμο και διαφοροποιείται από τα προϊόντα των ανταγωνιστών.
- Αυξάνεται η ζήτηση για το προϊόν.
- Ένα πειστικό brand δημιουργεί προστιθέμενη αξία, επιτρέποντας την χρέωση υψηλότερης τιμής σε σύγκριση με άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα.
- Οι καταναλωτές, νιώθοντας ασφάλεια και οικειότητα με ένα brand, γίνονται πιστοί και επαναλαμβανόμενοι πελάτες

Σε αυτά τα πλεονεκτήματα προστίθεται η άμεση δικτύωση του ξενοδοχείου με τα κανάλια διανομής του τουρισμού όπως τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων, τα τουριστικά γραφεία κ.ά

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα με μια ματιά

- ❖ Το 2000 λειτούργησαν για πρώτη φορά 318 ξενοδοχειακές μονάδες και ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενώ εγκρίθηκαν 330 αρχιτεκτονικά σχέδια κατασκευής ξενοδοχειακών μονάδων συνολικής δυναμικότητας 35.586 κλινών
- ❖ Οι αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών στη χώρα παρουσιάζουν διαχρονική αύξηση
- ❖ Έντονη είναι η εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τις αεροπορικές μεταφορές
- ❖ Οι χώρες της Ε.Ε. αποτελούν την κυριότερη πηγή προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα
- ❖ Έντονη είναι η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού καθώς τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο
- ❖ Σημαντική είναι η γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής ζήτησης

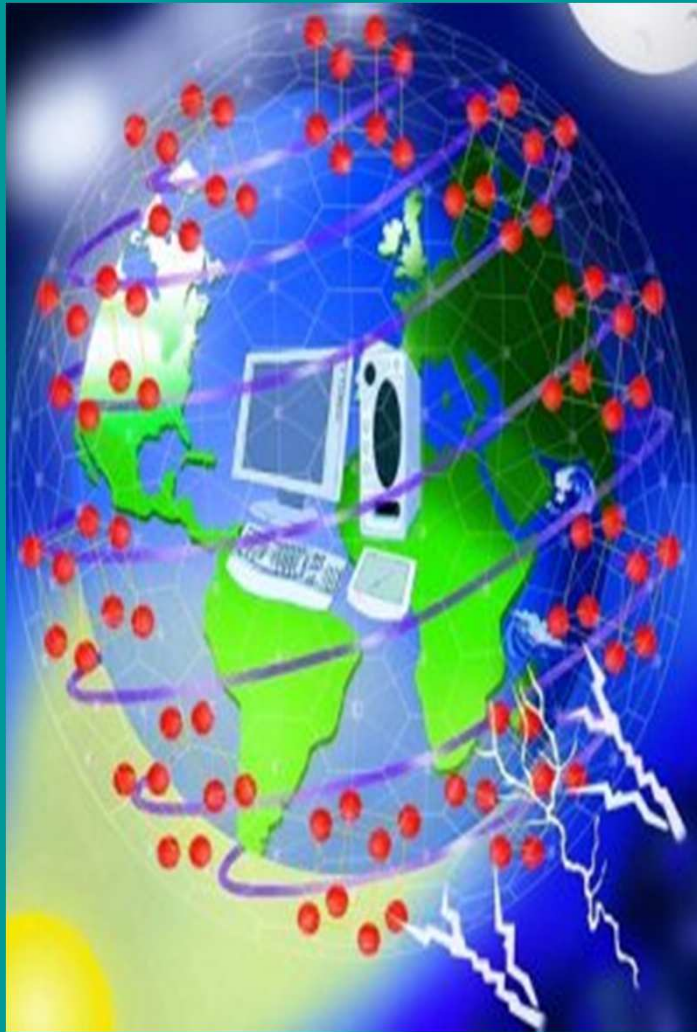
Marketing - Διαδίκτυο - Ξενοδοχειακός κλάδος

Το Marketing στη Νέα Οικονομία

Είναι πλέον ξεκάθαρο ότι το Διαδίκτυο μπορεί να βοηθήσει τις περισσότερες επιχειρήσεις, με ποικίλους τρόπους. Παρ' όλα αυτά, είναι φανερό ότι πολλές καλές ιδέες αποτυγχάνουν και πολλές διακεκριμένες επιχειρήσεις υφίστανται μεγάλες οικονομικές απώλειες. Το πρόβλημα δεν έγκειται γενικά στην απουσία στρατηγικής για το Διαδίκτυο, αλλά στην ανικανότητα ανάπτυξης και υλοποίησης μιας συγκεκριμένης ολοκληρωμένης στρατηγικής

Το Διαδίκτυο δύο μοναδικά χαρακτηριστικά

- πρόσβαση σε πληθώρα πληροφοριών και
- πρόσβαση σε Δίκτυα



- ✓ η πρόσβαση στα Δίκτυα επιτρέπει στις επιχειρήσεις να κτίσουν στενές σχέσεις με τους προμηθευτές τους και να αυξήσουν την κερδοφορία όλων των μελών του δικτύου
- ✓ τα Δίκτυα επιτρέπουν στους καταναλωτές να διαδώσουν τα αρνητικά τους σχόλια ευκολότερα, ταχύτερα και σε μεγάλο εύρος, καθώς και
- ✓ άμεσο σύστημα ανάδρασης για τη βελτίωση της διαδικασίας - «εμπειρίας» - παράδοσης και κατανάλωσης

Χρήση της πληροφορικής και των επικοινωνιών στις επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου

Η χρήση της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου έχουν στόχο:

- την υποστήριξη των διαφόρων πολύπλοκων τυποποιημένων εργασιών τους,
- τη μείωση του λειτουργικού κόστους,
- τη βελτίωση της ταχύτητας και της ποιότητας εξυπηρέτησης των πελατών και
- γενικότερα την επίτευξη υψηλότερης παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας

Πολλά ξενοδοχεία διαθέτουν σήμερα όλο και υψηλότερα επίπεδα εξοπλισμού πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών όχι μόνον για την υποστήριξη της εσωτερικής τους λειτουργίας, αλλά και προς χρήση των πελατών τους κατά τη διάρκεια της παραμονής τους

Επιπτώσεις του Internet στον ξενοδοχειακό κλάδο

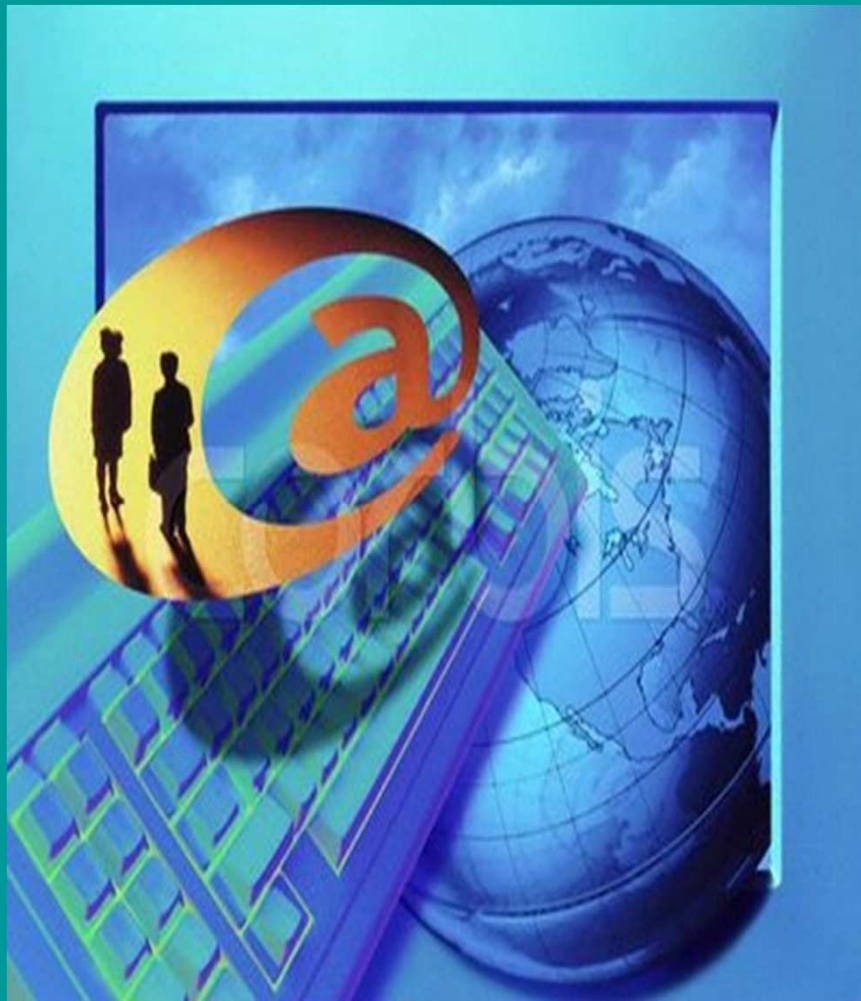
- ❖ Η χρήση του Internet όσο πάει και επεκτείνεται, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών πωλήσεων (On-line sales) μέσω αυτού. Συγκεκριμένα όλο και περισσότερες επιχειρήσεις στις ιστοσελίδες τους παρέχουν πλέον στους επισκέπτες, πέραν της ηλεκτρονικής πληροφόρησης, και τη δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής κρατήσεων και πραγματοποίησης πληρωμών των υπηρεσιών τους
- ❖ Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ταχύτερη πλέον ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Electronic Commerce) κατά τα τελευταία έτη, και τη βαθμιαία καθιέρωση του Internet ως ενός νέου σημαντικού καναλιού προώθησης και διανομής πολλών προϊόντων και υπηρεσιών σε πολλούς σημαντικούς κλάδους
- ❖ Η εξέλιξη αυτή αναμένεται να προκαλέσει μεγάλες επιπτώσεις και ανακατατάξεις σε πολλούς κλάδους της οικονομίας
- ❖ Όμως παρόλα αυτά αναμένεται ότι θα έχουν ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις στον τελικό καταναλωτή, όπως π.χ. μείωση του κόστους, μεγαλύτερο εύρος επιλογών, καλύτερη εξυπηρέτηση

Προτάσεις για καλύτερη αξιοποίηση της ξενοδοχειακής προβολής

Κυριότερα Μέτρα:

- ✓ Η καλύτερη αξιοποίηση των ευρωπαϊκών και αμερικανικών υποαγορών
- ✓ Η υιοθέτηση μακροχρόνιας στρατηγικής μάρκετινγκ
- ✓ Η κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης
- ✓ Η επιλογή και εκπαίδευση των στελεχών των δημοσίων υπηρεσιών που ασχολούνται με τα ξενοδοχεία
- ✓ Η έναρξη της διαφημιστικής εκστρατείας έγκαιρα και με βραχυπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα τη διετία
- ✓ Ο καθορισμός του μέσου ετήσιου ύψους της διαφημιστικής δαπάνης
- ✓ Η βελτίωση της αποδοτικότητας της διαφημιστικής δαπάνης μέσω της αύξησης της ξενοδοχειακής κίνησης, και όχι μέσω της μείωσης των διαφημιστικών δαπανών
- ✓ Η χρηματοδότηση της διαφημιστικής δαπάνης, εν μέρει, και από την Τοπική Αυτοδιοίκηση

Με ποιους τρόπους μπορεί ένα ξενοδοχείο να «μπει» στο Internet, με σκοπό την αύξηση της πελατείας του



- ❖ Καταχώρηση στις μεγαλύτερες μηχανές αναζήτησης, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό
- ❖ Καταχώρηση στα μεγαλύτερα sites τουρισμού, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό
- ❖ Ειδική πολιτική marketing για κάθε είδος ξενοδοχειακής μονάδας

ΤΕΛΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ

ΠΑΡΕΥΧΑΡΙΣΤΩ