

«ΑΙΘΗΚΟΣ-Δημιουργία Μηχανισμού Υποστήριξης για την Ανάπτυξη & Προώθηση της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας σε Πληθυσμούς Ορεινών Περιοχών»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

«Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και Ορεινές Περιοχές»

Τετάρτη 6 Ιουλίου 2016 ΠΕΡΤΟΥΛΙ ΤΡΙΚΑΛΩΝ



**Καλές πρακτικές για
αγροτουρισμό & εναλλακτικό
τουρισμό
και η πρόκληση του Ιντερνετ.**



Dr. Ζαχαρούλα Ανδρεοπούλου
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Τμήμα Δασολογίας & Φυσικού Περιβάλλοντος
ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
Email: randreop@for.auth.gr

Στρατηγική της ανάπτυξης



Η στρατηγική της ανάπτυξης πρέπει να αποτελείται από μέτρα που βασίζονται στο **τοπικό συγκριτικό πλεονέκτημα** και στοχεύει στην κατάρτιση και επαγγελματική ένταξη των κατοίκων για τη συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού και την αύξηση του εισοδήματος.

Συνεισφέρει στην επίτευξη του **στόχου της περιφερειακής ανάπτυξης** αλλά παράλληλα και στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων στην περιφέρεια και ιδιαίτερα

σε απομακρυσμένες περιοχές,

σε ορεινές περιοχές και

στα νησιά μέσα από την υλοποίηση των αντίστοιχων αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Τοπική τουριστική ανάπτυξη & Διαδίκτυο

Η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης στην περιφέρεια βασίζεται

- στην **προβολή τοπικών δεδομένων** και

- στην **εξυπηρέτηση του πολίτη**

για την ανεύρεση σχετικών πληροφοριών τόσο για την περιοχή όσο και για τις υποδομές.



Εναλλακτικός τουρισμός (1/3)

- Αγροτουρισμός, σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με μια αγροτική εκμετάλλευση που επιτρέπει αλληλεπίδραση μεταξύ τοπικού πληθυσμού και επισκεπτών.
- Οικοτουρισμός, απόλαυση και εκτίμηση του φυσικού περιβάλλοντος, των πολιτισμικών και ανθρωπογενών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος.
- Επαγγελματικός/συνεδριακός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός, με στόχο την επαφή με τα τοπικά πολιτιστικά δρώμενα, π.χ. γιορτή κάστανου, καρναβάλι, κ.λπ.
- Θρησκευτικός τουρισμός, σε τόπους λατρείας, μονές, εκκλησίες, κλπ.



Τουρισμός υγείας, ιαματικός τουρισμός, συμμετοχή σε προγράμματα υγείας, ευεξίας, πρόληψης, αποκατάστασης
Κοινωνικός τουρισμός, επιδοτούμενος από την πολιτεία για πολίτες χαμηλών εισοδημάτων,
Θαλάσσιος τουρισμός, π.χ. κολύμβηση, αναψυχή στην παραλία, καταδύσεις, θαλάσσια σπορ, κλπ.
Αθλητικός τουρισμός, συμμετοχή σε αγώνες, αθλήματα & αγωνίσματα, π.χ. ορειβατικός τουρισμός, extreme sports, κ.λπ.





3/3

- Γεωτουρισμός, σε περιοχές με σημαντικά γεωλογικά μνημεία και σχηματισμούς, π.χ. Μετέωρα, Καταρράκτες κ.λπ
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός,
- Χειμερινός τουρισμός .

Συνήθως η τουριστική ελκυστικότητα μιας περιοχής ενισχύεται από πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού που ασκούνται **ταυτόχρονα**

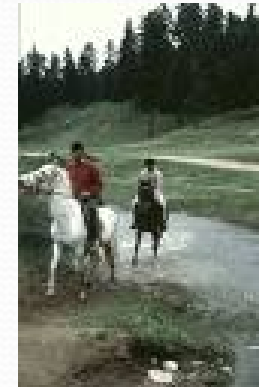
Το στοίχημα του περιβαλλοντικά στοχευμένου τουρισμού

Η διεθνής εμπειρία, αλλά και ανάλυση αγοράς στους κυριότερους αγροτουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας καταδεικνύουν τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα ως ένα βασικό μοχλό ανάπτυξης της ελληνικής περιφέρειας και μια συνεχώς **«αναπτυσσόμενη βιομηχανία»**



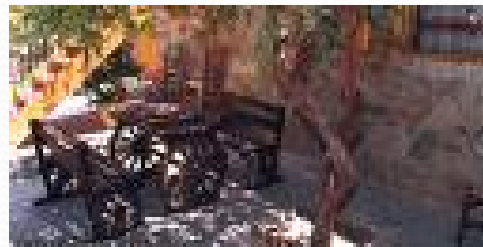
Αγροτουρισμός & Οικολογικός τουρισμός

- εκμεταλλεύεται την τοπική κουλτούρα και το φυσικό περιβάλλον μιας περιοχής που λειτουργεί ως τουριστικός πόλος έλξης,
- σέβεται την πολιτιστική κληρονομιά,
- προωθεί την ποιοτική, τοπική ανάπτυξη,
- ελαχιστοποιεί τις επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον
- και βελτιώνει την ποιότητα ζωής των κατοίκων της περιοχής.



Προσφέρονται από τουριστικές μονάδες & περιλαμβάνει

- δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην περιφέρεια και
 - εκμεταλλεύεται φυσικούς, πολιτιστικούς και ανθρωπιστικούς τοπικούς πόρους,
 - Ενώ κατά κύριο λόγο η βάση όπου αναπτύσσεται το τουριστικό προϊόν είναι
 - ένα αγρόκτημα/γεωργική εκμετάλλευση **(αγροτουρισμός)**
 - ή το παραδοσιακό ή πολιτιστικό ή περιβαλλοντικό συγκριτικό πλεονέκτημα μιας περιοχής **(οικολογικός τουρισμός)**



Οι επισκέπτες απολαμβάνουν την εμπειρία δραστηριοτήτων, όπως:

- Περιήγηση σε κοντινά δάση, λίμνες, ποτάμια, πηγές, καταρράκτες, κλπ,
- Παραδοσιακή μαγειρική και τοπικές γεύσεις,
- Γευσιγνωσία κρασιού, κ.λπ.
- Τοπική αρχιτεκτονική, γεφύρια, εκκλησίες, κ.λπ.
- Sports όπως πεζοπορία, ποδηλασία στο βουνό, ιππασία, τοξοβολία, περιηγητικά μονοπάτια, οδήγηση εκτός δρόμου, κ.λπ.
- Επίσκεψη σε τοπικά μουσεία λαογραφίας, φυσικής ιστορίας, κ.λπ.
- Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, γιορτές, φεστιβάλ και άλλες δραστηριότητες
- Συλλογή βοτάνων, ελιάς, σταφυλιών, μήλων κλπ

• πάντοτε κάτω από το πρίσμα της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος, και την ποιοτική φιλοξενία



Συνδυασμοί εναλλακτικού τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει η τάση να δημιουργούνται περιφερειακές τουριστικές μονάδες που συνδυάζουν περισσότερους από έναν τύπο τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο συνδυασμός

του **ιαματικού τουρισμού** με τον **αγροτουρισμό** και τον **οικοτουρισμό**,

όπου δημιουργούνται πολύ-χώροι ευεξίας και αναψυχής.

Οι επισκέπτες των λουτρών μπορούν να χαρούν πολλές εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρονται στον περιβάλλοντα χώρο.



Η δυναμική του Διαδικτύου στην επικοινωνία των οικοτουριστικών & αγροτουριστικών επιχειρήσεων

Στο σύγχρονο ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον, η οικο-αγροτουριστική μονάδα/επιχείρηση οφείλει να ακολουθεί τα σημεία των καιρών και να αξιοποιήσει το **Διαδίκτυο ως εργαλείο επικοινωνίας** των δράσεων της ενώ

το **ηλεκτρονικό εμπόριο** και το **ηλεκτρονικό μάρκετινγκ** αναγνωρίζονται πλέον ως μέσα για τη βιωσιμότητα της, την αύξηση της παραγωγικότητας της.

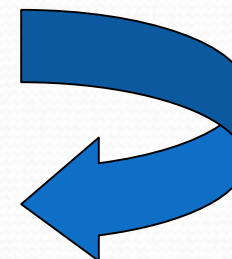
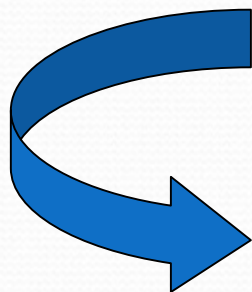


Δυναμικοί Παράγοντες του Διαδικτύου

- Τα 3G δίκτυα, τα ευζωνικά (broadband) δίκτυα, το γρήγορο & ποιοτικό Διαδίκτυο, συνεχής βελτίωση τους
 - οι σύγχρονες οικονομικές πολυσυσκευες-έξυπνες συσκευές, smart phones, tablets, etc,
 - σε **ενσύρματη και ασύρματη σύνδεση**.
 - έντονο ενδιαφέρον για ψηφιακά προϊόντα/υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου
 - δωρεάν προγράμματα πλοήγησης από τους παρόχους Διαδικτύου & χώρο **φιλοξενίας ιστοσελίδας**
 - ελεύθερα διαθέσιμα λογισμικά εμπορικού τύπου για την ανάπτυξη ιστοσελίδων/blogs/κοινωνικών σελίδων κ.λπ. και την ανάρτησή τους στο Διαδίκτυο
- μπορούν να αποτελέσουν τα όπλα της οικο-αγροτουριστικής επιχείρησης για μια επιτυχημένη πορεία και καταξίωση.



Το Διαδίκτυο προσφέρει μια νέα προοπτική, και πολλές **οικοτουριστικές & αγροτουριστικές** μονάδες στη χώρα μας έχουν ήδη δημιουργήσει την ιστοσελίδα τους καθώς η ψηφιακή προβολή και επικοινωνία τους στα κοινωνικά δίκτυα είναι πλέον απαραίτητη.



Σύγχρονες μέθοδοι

- **Αξιοποίηση Διαδικτυου**, ηλεκτρονικού εμπορίου και κοινωνικής δικτύωσης
- **Επιμόρφωση των επιχειρήσεων** σε θέματα διοικητικά, τεχνογνωσίας, μάρκετινγκ, αξιοποίησης διαδικτύου για ηλεκτρονικό εμπόριο και ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, επιχειρηματικότητα



Πλεονεκτήματα επικοινωνίας,

- 24/7, κάθε μέρα, όλη μέρα , παντού (επέκταση target group παγκόσμια)
- μειωμένο κόστος προβολής, προώθησης υπηρεσιών, τιμών, πρόσφορων, διαδικτυακό μάρκετινγκ, e-marketingκλπ
- δυνατότητα ολοκληρωμένης ψηφιακής συναλλαγής (επιλογή τουριστικού προϊόντος, αγορά, οικονομική συναλλαγή, e-pay)
- Δημιουργία ψηφιακού πελατολογίου
- Ενημέρωση τάσεων αγοράς, Αποστολή ενημερωτικού υλικού, after sales service, κ.λπ
- εδραίωση ποιοτικών σχέσεων πελατών/τουριστικής μονάδας. εμπιστοσύνη, brand name



© Can Stock Photo - csp3935629

Ολοκληρωμένη επικοινωνία με το δίκτυο πελατών-μονάδων-
προμηθευτών

Πληροφορίες τοπικού χαρακτήρα, audiovisual υλικό, web
cameras 3D,

- πληροφοριακό ιστορικό οικο-αγροτουριστικής μονάδας
- ταυτότητα της επιχείρησης



- Ελκυστικό ποιοτικό υλικό και ποιοτικές υπηρεσίες για τον πελάτη
- Χρηστικότητα και διαδραστικότητα
- Προσωποποίηση της ιστοσελίδας (log in)
- Ασφάλεια συναλλαγών, ατομικών στοιχείων
 - Μείωση ενεργειακού αποτυπώματος για την προστασία του περιβάλλοντος



Η επιχειρηματική ιστοσελίδα

Μια ιστοσελίδα που αντιπροσωπεύει μια επιχείρηση στο Διαδίκτυο οφείλει να διαθέτει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά

Ο τρόπος για να οργανωθεί μια επιτυχημένη ιστοσελίδα είναι σημείο-κλειδί :

- Μια ιστοσελίδα επιχείρησης μπορεί να γίνει η βιτρίνα της και να λειτουργεί αποτελεσματικά έχοντας επιπλέον την δυνατότητα να προσελκύει αλλά και να διατηρεί τους πελάτες της.
- Μόνο οι ιστοσελίδες που καταφέρνουν να προσελκύουν και να διατηρούν μια ομάδα επισκεπτών και να χτίζουν σχέση εμπιστοσύνης με τους πελάτες θα μπορέσουν πετύχουν μακροπρόθεσμα.



Τα χαρακτηριστικά που εντοπίζονται στις ιστοσελίδες αγροτουριστικών μονάδων στο ελληνικό Διαδίκτυο μπορούν να ταξινομηθούν **σε τέσσερις (4) κατηγορίες,**

Και αντίστοιχα περιγράφουν το βαθμό ψηφιακής ενσωμάτωσης στον οποίο μια οικο-αγροτουριστική μονάδα έχει αξιοποιήσει τις διαθέσιμες διαδικτυακές υπηρεσίες



Αντίστοιχα, μπορούμε να κατατάξουμε κάθε ιστοσελίδα αγροτουριστικής μονάδας σε μια κατηγορία ανάλογα με το πλήθος και το είδος των χαρακτηριστικών που διαθέτει.

- **απλή παρουσία στο Διαδίκτυο,**
- **διαδραστικότητα**
- **εμπορική συναλλαγή**
- **Πλήρης ψηφιακή ενσωμάτωση των υπηρεσιών και δυνατοτήτων**

ΣΤΑΔΙΟ 1-Απλή παρουσία στο Διαδίκτυο

Απλή παρουσία στο Διαδίκτυο

η ιστοσελίδα είναι προσβάσιμη από όλους τους χρήστες που θέλουν να την επισκεφθούν και να αντλήσουν πληροφορίες. Διασφαλίζει απλώς παρουσία της αγροτουριστικής μονάδας στο Διαδίκτυο και την προβολή της.

Χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας

- Προβολή του τουριστικού προϊόντος
 - δραστηριότητες και προσφερόμενες υπηρεσίες
 - πολλαπλές γλώσσες
- Επαρκή στοιχεία επικοινωνίας,
 - ιδιοκτησία, τηλέφωνο, fax, διεύθυνση, email



ΣΤΑΔΙΟ 2-Διαδραστικότητα

Ενεργοποιημένες ορισμένες ενέργειες για το χρήστη/δυναμικό πελάτη.



Χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας

- δυναμική πλοήγηση, πλούσιο (2D,3D)**υλικό** για το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, την περιοχή και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της με δυνατότητα ενεργοποίησης χαρτών, συλλογής φωτογραφιών, χρήσης web camera
- παροχή διαφόρων χρήσιμων **συνδέσμων** τοπικού ενδιαφέροντος με πληροφορίες που θα προσελκύσουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη αλλά και πληροφορίες όπως θερμοκρασία, πρόβλεψη καιρού, τοπικά δρομολόγια κ.λπ.
 - Διαφημίσεις τρίτων, τοπικού ενδιαφέροντος
 - Δυνατότητα για κοινωνική δικτύωση των επισκεπτών π.χ. Facebook, Twitter, on-line βιβλίου εντυπώσεων επισκεπτών

ΣΤΑΔΙΟ 3- Εμπορική συναλλαγή

Η πλοήγηση συνδέεται με την εμπειρία μιας **ηλεκτρονικής αγοράς** (διαδικασία επιλογής, διαδικασία εντολών πληρωμής).

Στο στάδιο της συναλλαγής υπάρχουν ενσωματωμένες ψηφιακές εφαρμογές που βελτιώνουν τη συναλλαγή, π.χ. φόρμες επικοινωνίας σχετικά με τη διαθεσιμότητα δωματίων, τις προσφερόμενες τιμές, πακέτα προσφορών, κ.λ.π.

Απαραίτητη προϋπόθεση και σκοπός είναι η δημιουργία **σχέσης εμπιστοσύνης**

Χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας

- On-line διαθεσιμότητα/τιμές
- On-line κρατήσεις με χρήση έτοιμης φόρμας
- On-line πληρωμή με πιστωτική κάρτα, κ.λπ.
- Αποστολή υλικού marketing μέσω email



ΣΤΑΔΙΟ 4-Πλήρης ενσωμάτωση των ψηφιακών υπηρεσιών & δυνατοτήτων

Στην περίπτωση αυτή η ιστοσελίδα αποτελεί ένα πλήρες πληροφοριακό σύστημα που χειρίζεται πλήρως την τουριστική συναλλαγή, ενώ δίνεται προτεραιότητα στην ποιότητα της επικοινωνίας

Χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας

- Κωδικοί πρόσβασης /passwords για τα μέλη της ιστοσελίδας
- Ενημέρωση για προσφορές στα μέλη, ανάλογα με το ιστορικό τους
- Εξατομίκευση της ιστοσελίδας για τα μέλη με πρόσθετα στοιχεία ενδιαφέροντος (login)
- Ασφάλεια, ανίχνευση κακόβουλων ενεργειών, κ.λπ.



Τι συμβαίνει στην Ελλάδα?

- 53 μονάδες για το 2008
- 108 μονάδες για το 2013



• **Αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με την μονάδα/ κέντρο του αγροτουρισμού,**

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

δραστηριότητες και υπηρεσίες συναντώνται σε όλες τις ιστοσελίδες που συλλέγονται, δηλαδή ποσοστό 100% (2008 & 2013)

• Σε **94,34% (2008) & 100% (2013)** των αναρτημένων ιστοσελίδων υπάρχουν **στοιχεία επικοινωνίας, τηλέφωνο, fax, διεύθυνση, e-mail, κ.λπ.**

• **Υλικό (απλό και διαδραστικό) για την περιοχή,** τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, αξιοθέατα, δραστηριότητες, γιορτές, κ.λπ. βρίσκουμε σε ποσοστό 81,13% (2008) & 95.37% (2013) σε συνδυασμό με ενημερωτικούς χάρτες, κείμενα, φωτογραφικό υλικό.



ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

Ποσοστό **77,36%** των ιστοσελίδων αξιοποιεί on-line φόρμες μόνο για κρατήσεις που μειώνεται το 2013 σε **32.4%**. Αυτό εξηγείται από το σημαντικό αποτέλεσμα ότι ,

μόνο το 1,89% (2008) των ιστοσελίδων που εντοπίστηκαν αξιοποιούσαν εφαρμογές για on-line πληρωμή ποσοστό που ανέρχεται σε **16.16% (2013)**.

Αντίστοιχα, σημαντική η διαφορά για τον Τιμοκατάλογο για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, τις δραστηριότητες, και τα υπόλοιπα προϊόντα και ειδικές προσφορές εντοπίστηκε **μόνο στο 22,64% (2008) ενώ ανέρχεται σε 66.4%** των περιπτώσεων

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

The screenshot shows the website for 'baia voura escape hotel'. It features a navigation menu on the left with links to 'Υποβολή', 'Παράταση', 'Εξοικονόμηση', 'Προσφορές', 'Καταλύματα', and 'English Version'. The main content area is titled 'Κρατήσεις' (Bookings) and contains a table with room types and prices. Below the table, there is a 'ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ' (Notes) section and a 'Κάνετε κράτηση' (Book now) button. The website also displays contact information and a disclaimer.

ΠΕΡΙΟΔΟΣ	1/4 έως 11/10	12/10 έως 30/3	Ειδικές Διατάξεις 25η Μαγιάνη
A ΔΩΜΑΤΙΟ ΔΙΚΑΙΩΝ 8-24m²	110 €	180 € // 130 €	Κατόνι Συνταξιούχου
B ΣΥΝΤΕΤΑ ΔΙΚΑΙΩΝ 14-20m²	140 €	230 € // 170 €	-
Γ ΣΥΝΤΕΤΑ ΜΟΝΟΚΑΜΗ 8-36 m²	120 €	210 € // 160 €	-

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Για μία μόνο διαμονή στην τιμή προσοδεύονται κατά 10 %

Για κρατήσεις αποστέλλονται στα:
Τηλ.: 0673223460, 24620 80131, Fax: 24620 80431
(09.00 - 24.00)

Μετά την επιβεβαίωση της κράτησής σας δίνεται και η δυνατότητα της ολόκληρης πληρωμής μέσω της WEBOOKING.

Κάνετε κράτηση.

Οι τιμές ισχύουν για 2 άτομα και περιλαμβάνουν πρωινό ημερησίως, τον καθαρισμό μίας και εγκατάστασης (μπαίνι, ατμόλουτρο) και όλους τους φόρους.

Κάθε επιπλέον άτομο που θα φιλοξενηθεί στα ανωτέρω δωμάτια χρεώνεται με 20% επιπλέον της τιμής δωμάτιου, περιλαμβανομένου του πρωινού.

Στο ξενοδοχείο λειτουργεί αεροπλάνο και μικρά καράβια και τμήμα SPA με πισίνα, ατμόλουτρο, σάουνα, δαμάσκηνο, υδρομασάζ και μασάζ.



- Στις μισές σχεδόν από τις ιστοσελίδες βρέθηκαν χρήσιμοι σύνδεσμοι (links) στο Διαδίκτυο που παραπέμπουν σε άλλες σχετικές πηγές πληροφόρησης (50,90% το 2008 & 35.18% το 2013), με υλικό σχετικά με τον **οικοτουρισμό, τον αγροτουρισμό, για την βιώσιμη/αειφόρο ανάπτυξη, την αειφορική γεωργία, τα προγράμματα ανάπτυξης μέσω της ΕΕ, όπως το LEADER +, τις τοπικές αναπτυξιακές, κλπ.**
- **Διαφήμιση τρίτων** βρέθηκε στα ίδια επίπεδα στο 37,75% (2008) & 35.18% (2013) των ιστοσελίδων.

- Σε ποσοστό 24,53% (2008) & 44.44% (2013) βρέθηκαν εφαρμογές για κοινωνική δικτύωση και επικοινωνία των χρηστών της ιστοσελίδας, όπως **forum, βιβλίο επισκεπτών κλπ.** όπου οι **επισκέπτες μπορούν να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και να επικοινωνούν.**
ΑΥΞΗΣΗ!!

- Ωστόσο, η πρόσβαση στην ιστοσελίδα με κωδικό που αφορά **την ένταξη των επισκεπτών σε κοινότητα μελών με αυξημένα προνόμια** είναι ενεργή μόνο για το 3,77% (2008) & 8.33% (2013).



Ταξινόμηση των ιστοσελίδων σε κατηγορίες

	Κατηγορία-1 2008 2013		Κατηγορία-2 2008 2013		Κατηγορία-3 2008 2013		Κατηγορία-4 2008 2013	
Στάδιο ενσωμάτωσης	Ψηφιακής Απλής Παρουσία		Διαδραστικότητα		Εμπορική Συναλλαγή		Πλήρης ψηφιακή ενσωμάτωση	
	1-2		3-7		8-10		11-13	
Πλήθος Χαρακτηριστικών								
Συχνότητα	2	0	38	79	13	25	0	4
Ποσοστό	3.8%	0%	71.7%	73,14%	24.5%	23.14%	0%	3.70%

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι περισσότερες από τις ιστοσελίδες, 71,7% (2008) & 73.14% (2013) κατατάσσονται στο στάδιο της **διαδραστικότητας**.

- Σε αυτές τις ιστοσελίδες, εκτός από τις πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις και τις δραστηριότητες, δίνεται έμφαση στην τοπική κοινότητα, υπάρχει φωτογραφικό υλικό, on-line video και χάρτες, με σκοπό να πείσουν τελικά τον χρήστη να επισκεφθεί τη μονάδα.
- Μόνο το 3,8% (2008) και 0% (2013) των ιστοσελίδων κατατάσσονται στην κατηγορία της **απλής παρουσίας**.

Καλές πρακτικές 1/2

- ✓ Προσθήκη πλούσιου ΑΛΗΘΙΝΟΥ υλικού, φωτογραφίες, βίντεο, 3D live webcam
- ✓ Εφαρμογές που ίσως ενδιαφέρουν π.χ. δελτίο καιρού, χάρτες, Facebook, chat
- ✓ Σύστημα κρατήσεων On-line
- ✓ Σε περίπτωση email για πληροφορίες, απαντούμε το συντομότερο
- ✓ • Μεταφραση της ιστοσελίδας σε διάφορες γλώσσες
- ✓ • Αξιοποιείτε τις δυνατότητες των μηχανών αναζήτησης
- ✓ • Συμμετοχή σε διαδικτυακούς καταλόγους (εθνικούς, τοπικούς, διεθνείς και ταξιδιωτικά portals)

Καλές πρακτικές 2/2

- ✓ • Ενημερωθείτε για τυχόν κριτικές των υπηρεσιών σας, αξιοποιείστε και απαντήστε το συντομότερο
- ✓ • Εκμεταλλευτείτε τις δυνατότητες της διαδικτυακής τηλεφωνίας (skype, VoIP) για καλύτερη επικοινωνία
- ✓ • emails πελατών/ Χρησιμοποιείτε το e-mail για επιβεβαίωση και υπενθύμιση της κράτησης, για ευχαριστήρια μηνύματα, για αποστολή εποχικών προσφορών, κ.λπ.
- ✓ Συμμετοχή τους σε τοπικά δίκτυα /ψηφιακές πύλες οικο-αγροτουρισμού που προβάλλονται μέσα από το Διαδίκτυο



Κοινωνική δικτύωση στην επιχείρηση social media

- Έχουν στόχο την προβολή και προώθηση μιας τουριστικής μονάδας,
- δημιουργούν κατάλληλες προϋποθέσεις ώστε να δημιουργηθούν σχέσεις εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές
- Για να αποκτηθεί το **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** που θα οδηγήσει σε κρατήσεις και τελικά αύξηση του μεριδίου αγοράς



Ως **κοινωνικά δίκτυα** εννοούμε ηλεκτρονικές πλατφόρμες, όπου το περιεχόμενο δημιουργείται από τους χρήστες, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να διασυνδέονται και να αλληλεπιδρούν.

- Τα κοινωνικά δίκτυα, με δημοφιλέστερα και με μεγαλύτερη ισχύ το facebook, το twitter και το google plus, αποτελούν websites, που δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες τους να έρχονται σε επαφή με άτομα που ήδη γνωρίζουν και ταυτόχρονα να δημιουργούν νέες επαφές- γνωριμίες.
- Μπορούν να ανταλλάσσουν μηνύματα, απόψεις, να δημιουργούν τα προσωπικά τους προφίλ, να δημοσιεύουν φωτογραφίες και να προβάλλουν ένα άτομο, ένα προϊόν, ακόμα και μια επιχείρηση.



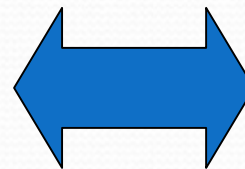
Προώθηση των τουριστικών επιχειρήσεων μέσω των κοινωνικών δικτύων

- Στο facebook, (facebook fanpage), για την σελίδα μιας επιχείρησης, προτείνεται στους «φίλους» της να κάνουν «like» και να την προτείνουν και να την προωθήσουν και αυτοί με τη σειρά τους σε άλλους φίλους τους και πιθανούς πελάτες της επιχείρησης.
- Στο YouTube μπορεί ο χρήστης να φτιάξει το δικό του «κανάλι» και να ανεβάσει τα δικά του video και να τα προωθεί



Πλεονεκτήματα από την χρήση κοινωνικών δικτύων

- Αναγνωρισιμότητα της τουριστικής επιχείρησης (brand awareness), προώθηση και η προβολή σε μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών. (αύξηση των πωλήσεων και των εσόδων)
- Διαχείριση της εταιρικής φήμης. Προβάλλονται οι αξίες, το όραμα και η κοινωνική περιβαλλοντική συνεισφορά της τουριστικής μονάδας
- Χτίσιμο σχέσεων και εμπλοκή του καταναλωτή



Πλεονεκτήματα από την χρήση κοινωνικών δικτύων

- Άμεση εξυπηρέτηση πελατών.
- Μειωμένες ανταγωνιστικές τιμές
- Άμεση μαζική επικοινωνία π.χ. σε περίπτωση εκτακτων γεγονότων, χιονόπτωση, κ.λπ.



ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Το ευρύ κοινό είναι σήμερα ευαισθητοποιημένο για τα θέματα του περιβάλλοντος και ο οικολογικός τουρισμός /αγροτουρισμος προωθείται ιδιαίτερα στους αστικούς πληθυσμούς **ως απάντηση** στην πιεστική καθημερινότητα.



Για την επιλογή μιας οικο-αγροτουριστικής επιχείρησης δεν αρκεί μόνο η ελκυστικότητα του τουριστικού προϊόντος αλλά και η αποτελεσματική **επικοινωνιακή πολιτική** για την προβολή του στο ευρύ κοινό.



Προτάσεις και προοπτικές

Κατά τον σχεδιασμό δράσεων οικο-αγροτουρισμού, πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην επικοινωνιακή δυναμική του Διαδικτύου και την επιχειρηματική προβολή της μονάδας.

Οπότε, οι υποψήφιοι επενδυτές σε μονάδες οικο-αγροτουρισμού οφείλουν να

✓ εφαρμόσουν καινοτόμες τεχνολογικές αλλαγές και να αξιοποιήσουν τα σύγχρονα διαθέσιμα εργαλεία



Οι οικο-αγροτουριστικές μονάδες
κάτω από το πρίσμα μιας σύγχρονης επιχειρηματικής
πρακτικής
Και αξιοποιώντας τις καινοτόμες τεχνολογίες επικοινωνιών
μπορούν να αναδείξουν τον σημαντικό ρόλο του
περιβάλλοντος και του εναλλακτικού τουρισμού στην
σύγχρονη πραγματικότητα και να
συμβάλλουν στην τοπική ανάπτυξη αλλά και στην
αντιμετώπιση της κρίσης



Σας ευχαριστώ!!