



Αγροτικός Τουρισμός

Ενότητα 10^η: Τεχνικές Προώθησης Υπηρεσιών και Προϊόντων

Όλγα Ιακωβίδου
Τμήμα Γεωπονίας

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΧΤΑ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



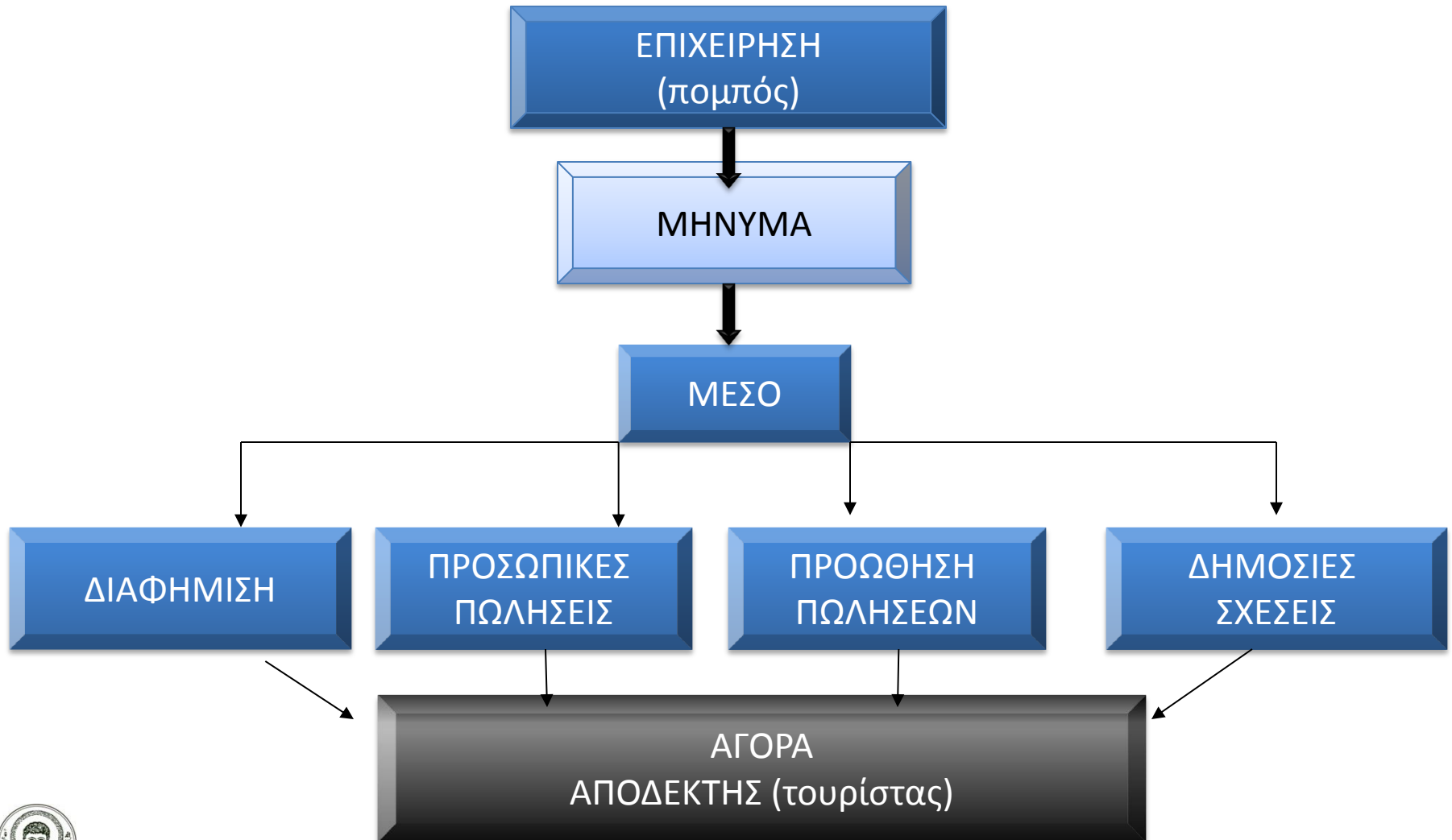
Τεχνικές Προώθησης Υπηρεσιών και Προϊόντων

Πρώθηση

- ...Επιδιώκει να αποσπάσει την προσοχή των πιθανών πελατών προκειμένου να αγοράσουν.
- ...Αποσκοπεί στην αύξηση της αποτελεσματικότητας των πωλήσεων με την παροχή κινήτρων.



Μέθοδοι επικοινωνίας της επιχείρησης με την τουριστική αγορά



Τεχνικές προώθησης

1. Τουριστική διαφήμιση.
2. Προσωπικές πωλήσεις.
3. Δημόσιες σχέσεις.
4. Προώθηση πωλήσεων.

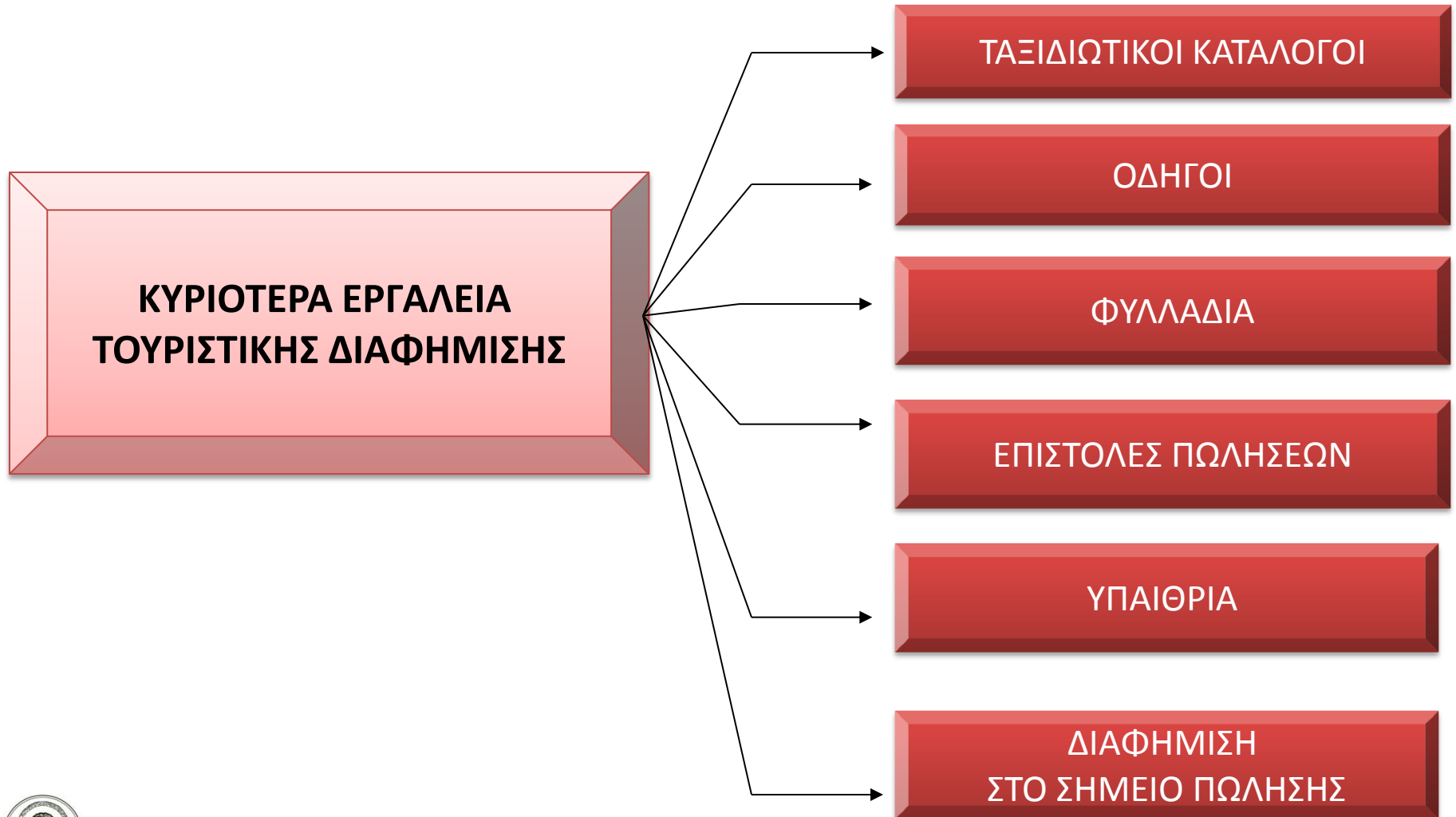


1. Τουριστική διαφήμιση

- «..οποιοδήποτε μήνυμα σε μέσο μαζικής ενημέρωσης που πληροφορεί τον κόσμο για αγαθά, υπηρεσίες ή ιδέες».
- «...η χρησιμοποίηση ενός πληρωμένου χώρου ή πληρωμένης ώρας προκειμένου να μεταδοθεί ένα προκαθορισμένο μήνυμα σε ένα προκαθορισμένο κοινό».
- «...έμμεση επικοινωνία με επιλεγμένες ομάδες πελατών μέσω πληρωμένων μηνυμάτων που μεταδίδονται με τα κατάλληλα ΜΜΕ».
- Μια μορφή προώλησης που πραγματοποιεί τα τέσσερα πρώτα βήματα της πώλησης (*1. να τραβήξει την προσοχή, 2. να αφυπνίσει το ενδιαφέρον, 3. να δημιουργήσει την επιθυμία 4. να προκαλέσει την αγορά*).
- Ένα πολύτιμο επικοινωνιακό εργαλείο.

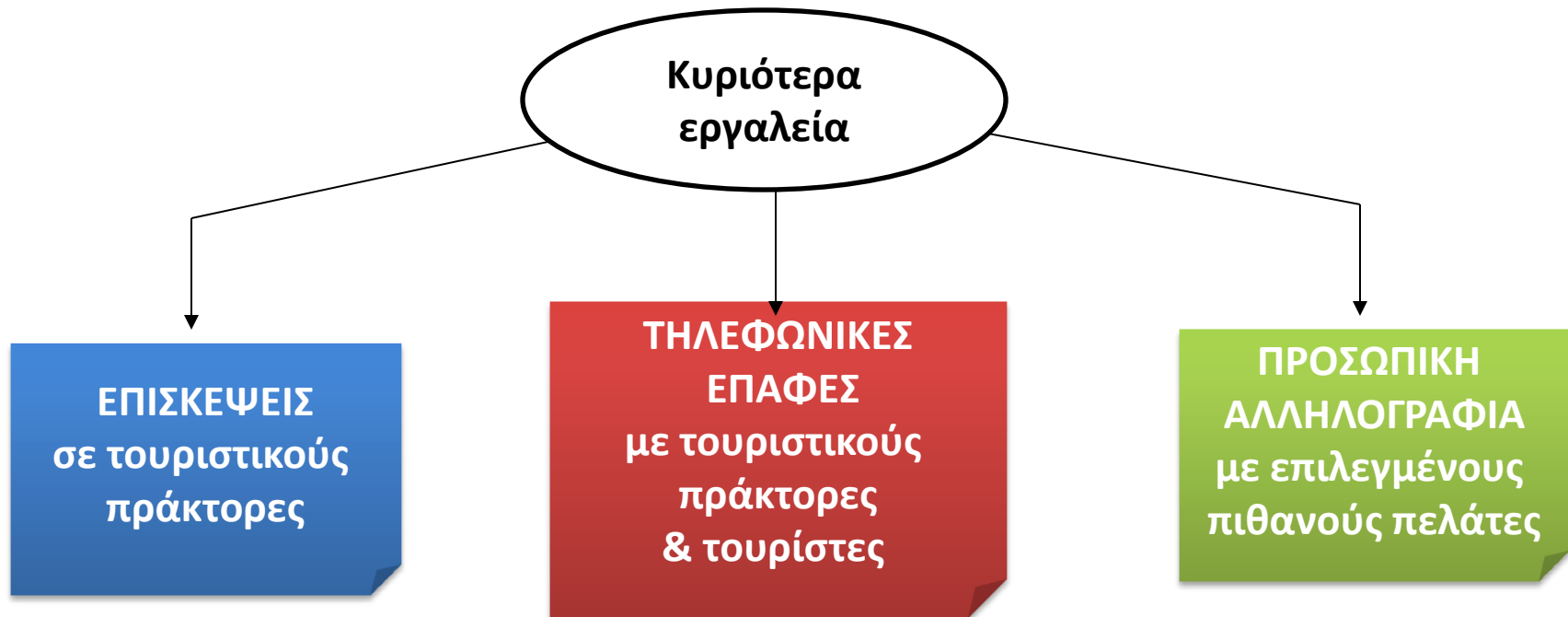


Εργαλεία τουριστικής διαφήμισης



2. Προσωπικές πωλήσεις

- «...Η **επαφή** που κάνει ένας πωλητής με έναν πιθανό πελάτη του, προκειμένου να τον πείσει να αγοράσει ένα τουριστικό αγαθό ή μια τουριστική υπηρεσία».

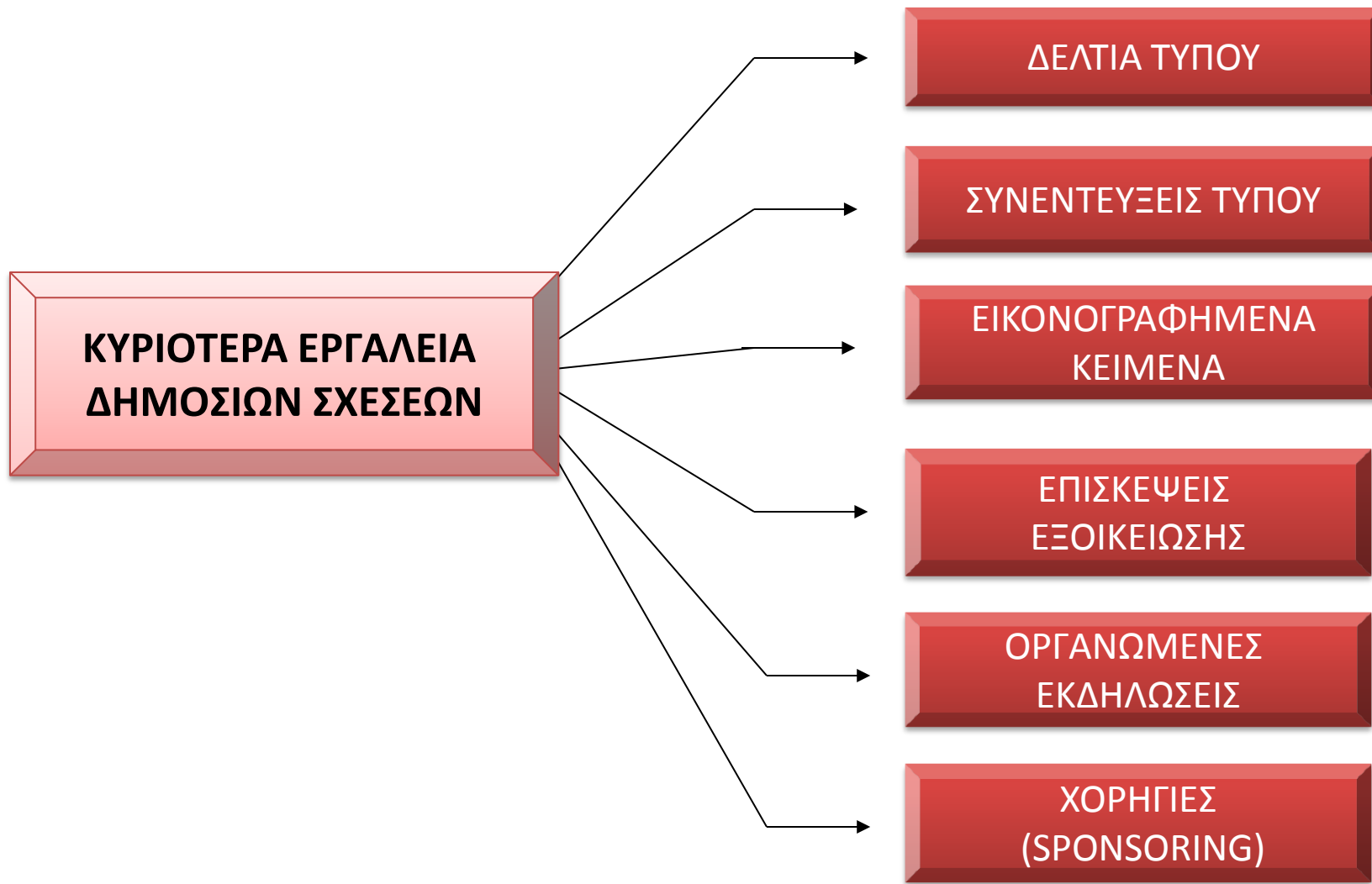


3. Δημόσιες σχέσεις

- «...Η σχεδιασμένη και συνεχής προσπάθεια για να καθιερωθεί και να διατηρηθεί η καλή θέληση και η αμοιβαία κατανόηση μεταξύ μιας επιχείρησης και των επισκεπτών».
- Χρησιμοποιούνται για να δημιουργήσουν το καλύτερο δυνατό όνομα και μια θετική νοερή εικόνα για την επιχείρηση.
- **Σκοπός:** Η επικοινωνία.



Εργαλεία δημοσίων σχέσεων



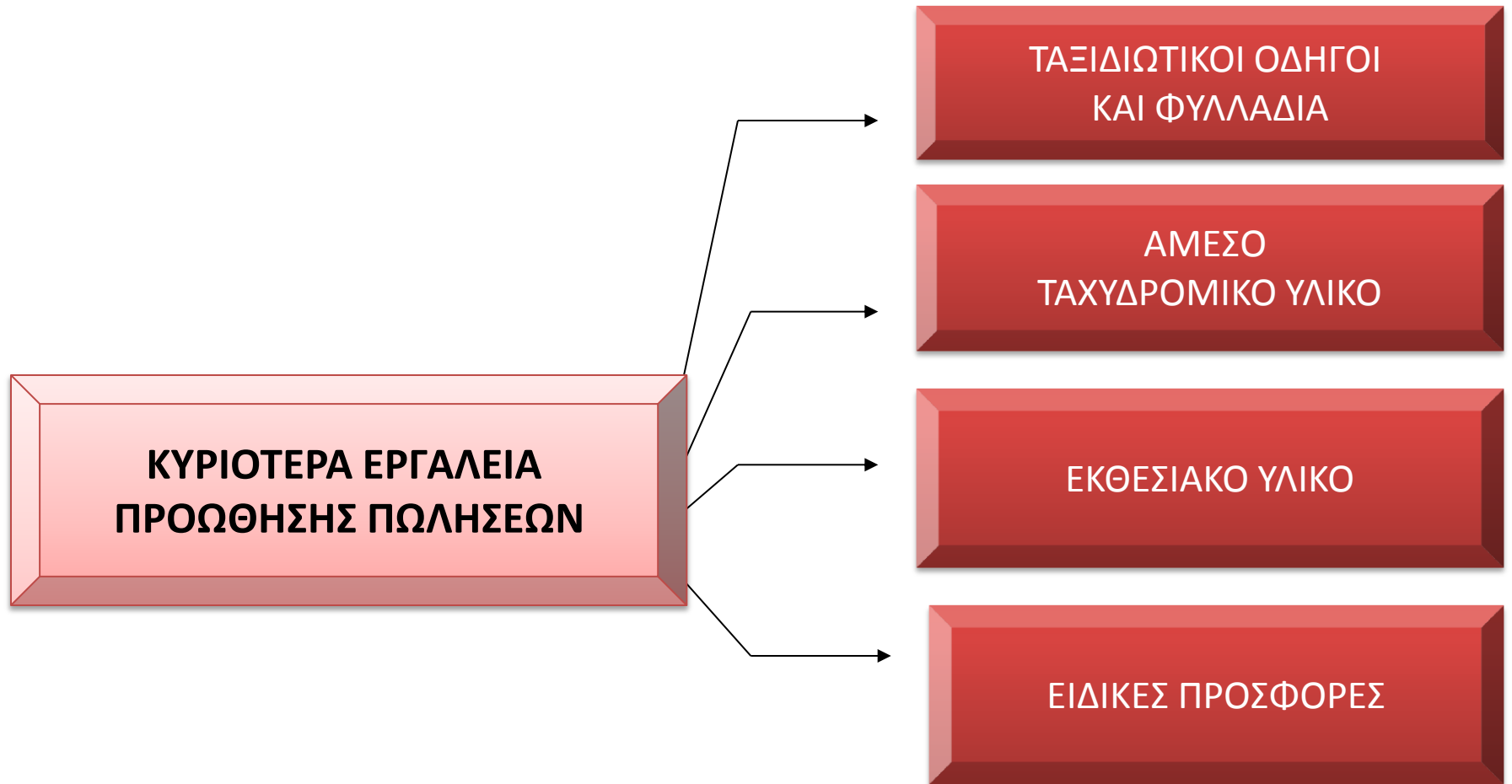
4. Προώθηση πωλήσεων

Οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης, εκτός από τη διαφήμιση, τις προσωπικές πωλήσεις και τις δημόσιες σχέσεις, οι οποίες αποβλέπουν στη μετάδοση πληροφοριών σχετικά με:

- Μεταφορές
- Καταλύματα
- Θέλγητρα
- Τιμές κλπ



Εργαλεία προώθησης πωλήσεων



Πρώθηση και προβολή μιας αγροτουριστικής επιχείρησης. Πώς;

- Πολυδάπανες διαφημιστικές εκστρατείες
- Επιβολή προορισμών μέσω ΜΜΕ
- Ακριβά διαφημιστικά φυλλάδια



Χαρακτηριστικά στα οποία πρέπει να δοθεί έμφαση:

- Φυσικό κάλλος.
- Πολιτισμική ταυτότητα.
- Ιστορική κληρονομιά.
- Παράδοση.
- Μικρές ομάδες ατόμων.
- Μακριά από την πολυκοσμία.
- Επαφή με το περιβάλλον.
- Πληροφόρηση, επιμόρφωση.
- Απόλαυση και χαλάρωση.



Στόχος:

**Η ενημέρωση των ευαισθητοποιημένων,
συνειδητοποιημένων αγροτουριστών;**



Πού;

- Σε έντυπα που αφορούν το αντικείμενο ή έχουν παρεμφερή χαρακτήρα.
- Σε αντίστοιχους συλλόγους, σωματεία, τοπικούς, εθνικούς ή διεθνείς οργανισμούς.
- Σε περιβαλλοντικές οργανώσεις και οργανισμούς.
- Σε τουριστικά γραφεία που έχουν εντάξει τον αγροτικό τουρισμό στα προγράμματά τους.
- Σε επιστημονικά περιοδικά.
- Σε ενημερωτικές εκπομπές.

Η συλλογική προσπάθεια έχει τεράστια σημασία.



Η από στόμα σε στόμα διαφήμιση

- Καθοριστικός παράγοντας για την επιλεξιμότητα μιας αγροτουριστικής επιχείρησης.
- Αλάνθαστη μέθοδος για να γίνει γνωστή η επιχείρηση.



Η ανάγκη για επαφή με τις νέες τεχνολογίες

- Προβολή στο διαδίκτυο.
- Διατήρηση επαφής με τους πελάτες, παροχή κινήτρων.
- Ευχαριστήριες επιστολές, ευχετήρια γράμματα.
- **CD ROM, DVD:** Μοναδικό εργαλείο διανομής υλικού και πληροφόρησης.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Όλγα Ιακωβίδου.
«Αγροτικός Τουρισμός. Τεχνικές Προώθησης Υπηρεσιών και Προϊόντων».
Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS219/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Μη Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>





Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Μαρία Αλεμπάκη
Θεσσαλονίκη, Χειμερινό Εξάμηνο 2014-2015



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

