



ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΚΥΚΛΑΔΩΝ
«ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ Ν.
ΚΥΚΛΑΔΩΝ ΜΕ ΧΡΗΣΗ WEB 2.0 / SOCIAL MEDIA / MOBILE TECHNOLOGIES / VIRTUAL
TRADE SHOWS & ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ
ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΣ»
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ & ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ

ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ Δράσης 3 (Δ3): Παραγωγή περιεχομένου για την ψηφιακή υπηρεσία στήριξης των τοπικών μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

1. Ανάλυση προβληματικών καταστάσεων που αντιμετωπίζουν οι κυκλαδικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις
2. Πλάνο καθοδήγησης για την αντιμετώπιση των προβλημάτων / θεμάτων που εντοπίστηκαν κατά την πιλοτική φάση
3. Σύνταξη "Οδηγού επιβίωσης κυκλαδικών επιχειρήσεων στην κρίση"

Δικαιούχος: Επιμελητήριο Κυκλάδων - Απόλλωνος & Λαδοπούλου - Τ.Κ. 841 00
Ερμούπολη, Σύρος

Υποέργο:	2 (ΥΕ 2) «Παραγωγή περιεχομένου για τις υπηρεσίες συμβουλευτικής υποστήριξης τοπικών επιχειρήσεων, συλλογή & επεξεργασία δεδομένων Κυκλαδικής Επιχειρηματικότητας»
Πράξη:	«Σύγχρονες Ψηφιακές εφαρμογές ανάδειξης της Επιχειρηματικότητας του Ν. Κυκλάδων με χρήση Web 2.0 / Social Media / Mobile Technologies / Virtual Trade Shows & ψηφιακή υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους»
κωδικός ΟΠΣ:	376829
ΣΑΕ:	ΕΠ0678
Ενάρθρος:	2012Ε1106780038



ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ

ΕΝΟΤΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

(MARKETING PLAN)



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Συνοπτική περιγραφή Σχεδίου

1. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ, ΜΑΚΡΟ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1.1 Οικονομικό και Κοινωνικό περιβάλλον

1.2 Ο Ελληνικός Τουρισμός σήμερα

1.2.2 Η θετική πορεία του ελληνικού τουρισμού κατά το 2015-μελλοντικές προοπτικές

1.2.3 Αφίξεις Αλλοδαπών ανά χώρα προέλευσης και λοιποί δείκτες

1.2.4 Δαπάνες – Πληρότητες – Εποχικότητα

1.2.5 Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και Κυκλάδες

- Διοικητική Διάρθρωση και δημογραφικά
- Διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα
- Δυναμικότητα και χαρακτηριστικά τουριστικών καταλυμάτων της Περιφέρειας
- Πληρότητες
- Το συγκριτικό πλεονέκτημα της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου και οι Κυκλάδες
- Συμπεράσματα



2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

2.1 Αγορά-Στόχος: Ορισμός, μέγεθος, διαχωρισμός

2.1.2 Ορισμός Αγοράς

2.1.2 Μέγεθος Αγοράς

2.1.4 Δομή του κλάδου

2.2 Ανάλυση των πέντε δυνάμεων (Porter)

2.2.1 Απειλή από την είσοδο νέων ανταγωνιστών

2.2.2 Καθοριστικοί Παράγοντες της Δύναμης των Προμηθευτών

2.2.3 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

2.2.4 Καθοριστικοί Παράγοντες της Δύναμης των Αγοραστών

2.2.5 Ανταγωνισμός από Υφιστάμενες Επιχειρήσεις

2.3 Ανταγωνισμός και Μερίδια Αγοράς – Ανάλυση Ανταγωνιστών

2.4 Τάσεις Αγοράς –Στοιχεία Ερευνών

2.4.1 Τάσεις Αγοράς



3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

3.1 Παράγοντες που καθορίζουν την απόφαση της κράτησης

3.2 Δημογραφικά

3.2.1 Αγορές Χωρών προέλευσης

- Αφίξεις από Αγορές του εξωτερικού
- Ανάλυση δυνητικών πελατών ανά αγορά εξωτερικού (δημογραφικά, ψυχογραφικά, ειδικά ενδιαφέροντα)

3.3 Στόχευση Επισκεπτών

3.3.1 Δημογραφικά στοιχεία

3.3.2 Ψυχογραφικά

3.3.3 Κίνητρα πελατών

3.3.4 Βαθμός Αφοσίωσης (loyalty)

4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

4.1 Όραμα –Αποστολή

4.2 Στόχοι



5. ΑΝΑΛΥΣΗ (SWOT

ΔΥΝΑΤΑ -ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΑΠΕΙΛΕΣ.

5.1 Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας

5.2 Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της μονάδας

6. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ (POSITIONING)

7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

7.1 Κύριοι Άξονες Στρατηγικής

7.2 Ενέργειες Μάρκετινγκ & Στόχοι Μεριδίου Αγοράς

7.2.1 Γεωγραφική Αγορά

7.2.2 Κατηγορίες Τουριστών

8. ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ ΚΑΙ Ο ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

8.1 Το Προϊόν: Η ξενοδοχειακή μονάδα – Ο προορισμός

8.1.1 Η Περιφέρεια κα οι Κυκλάδες

8.1.3 Η περιοχή των Κυκλάδων

(Γεωγραφία, πολιτισμός, Ιστορία)



8.2 Συνδυασμός προϊόντος και υπηρεσιών

8.2.1 Δημιουργία «μαρκας» (Brand name) και Εικόνας (image)

8.2.2 Περιγραφή της Ξενοδοχειακής Μονάδας / Στοιχεία Αρχιτεκτονικού Σχεδιασμού

- Υφιστάμενη Κατάσταση
- Επιχειρηματική ιδέα (Concept)
- Περιγραφή (συνολικής αρχιτεκτονικού και λειτουργικού concept)
 - Είσοδος & περιβάλλον χώρος
 - Κεντρικό Κτίριο
 - Λοιπές Εγκαταστάσεις
- Περιβαλλοντική προστασία-ΑΠΕ
- Οι άξονες διαφοροποίησης της μονάδας
- Σχεδιασμός (design)και Πράσινη ταυτότητα (green)

8.2.3 Μείγμα προϊόντος (Product Mix) : διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία, δραστηριότητες, εκδηλώσεις

8.3 Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου/ διεύρυνση εποχικότητας άφιξης επισκεπτών



9. ΤΙΜΗ (τιμολογιακή πολιτική)

10. ΠΡΟΩΘΗΣΗ-ΠΡΟΒΟΛΗ

10.1 Στρατηγική Επικοινωνίας

10.1.1 Στόχοι Επικοινωνίας

10.1.2 Κοινά – Στόχος

10.1.3 Εταιρική ταυτότητα

10.1.5 Εφαρμογές Εταιρικής Ταυτότητας

10.1.8 Χαρακτηριστικά Ιστοσελίδας (site)

10.1.10 Σελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

10.1.12 Η πορεία των Social Media

10.1.13 Τακτική/δράσεις στα Social Media

10.2 Πωλήσεις: προαπαιτούμενα, τεχνικές, διαχείριση

10.2.1 Εφαρμογή διαχείρισης καναλιών

10.2.2 Μηχανές αναζήτησης (SEM – SEO)

10.2.3 Κρατήσεις μέσω ιντερνετ (Web Booking)



- Δυναμικές κοινότητες επηρεασμού επιλογής προορισμού (Aggregator sites- Tripadvisor)
- Web-page

10.2.4 Αναλυτικοί Πίνακες Προϋπολογισμού Κόστους για διαδύκτιο

10.3 Διαφήμιση

10.3.1 Επικοινωνιακή Καμπάνια Εθνικών και τοπικών Φορέων

10.3.2 Επικοινωνιακή Καμπάνια μονάδας

- Digital Campaign
- Facebook Campaign

10.3.3 Προϋπολογισμός Κόστους Διαφημιστικής Καμπάνιας

10.4 Δημόσιες Σχέσεις

10.4.1 Σχέσεις με ΜΜΕ – Γραφείο Τύπου

10.4.2 Σχέσεις με τους Πελάτες

10.4.4 Διαχείριση Κρίσεων

10.4.7 Προϋπολογισμός Κόστους Δημοσίων Σχέσεων



10.5 Επένδυση-Προϋπολογισμός Επένδυσης- 5ετίας

11. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

11.1 Παραδοχές / Οικονομικά Αποτελέσματα

11.2. Σύνολο Εσόδων / Διαμόρφωση Τιμών*

11.2.1 Ανάλυση εσόδων από λοιπές δραστηριότητες

12. ΣΥΝΟΨΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παραρτήματα

1. Αρχιτεκτονικά σχέδια
2. Μακέτες εντύπων, Αφίσες και λοιπό προωθητικό υλικό
3. Οθόνες (screenshot) και λοιπό διαδικτυακό υλικό
4. Προϋπολογισμοί

