

# ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

## ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Δρ Χριστιάνα Κολιούσκα

Δασολόγος – Περιβαλλοντολόγος ΑΠΘ

# Εισαγωγή στο E-Tourism

- Ενημέρωση των καταναλωτών για τα τουριστικά προϊόντα μέσω των smartphones και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ).
- Ένας από τους κυριότερους παράγοντες που κάνουν ανταγωνιστική μια τουριστική επιχείρηση ανεξάρτητα με το μέγεθός της είναι η υιοθέτηση των νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).

# Ο ορισμός του E-Tourism

- Ηλεκτρονικός τουρισμός (E-tourism) ονομάζεται η αξιοποίηση των ΤΠΕ στην τουριστική βιομηχανία.
- Παρέχονται ηλεκτρονικές υπηρεσίες (E-services) που προσφέρουν το Διαδίκτυο και οι υπόλοιπες ΤΠΕ σε εν δυνάμει τουρίστες.
- Πλέον, οι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα να ενημερωθούν, να αναζητήσουν και τελικά να διαλέξουν όποιες τουριστικές δραστηριότητες ή υπηρεσίες τους ενδιαφέρουν.

# Computer Reservation Systems - CRS

- Computer Reservation Systems (CRS) ονομάζονται τα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων που υιοθετούνται από τα τουριστικά γραφεία, τις αεροπορικές εταιρείες, τα ξενοδοχεία και γενικά, τις τουριστικές επιχειρήσεις.
- Στα μέσα της δεκαετίας του 80, αναπτύχθηκε το Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής (Global Distribution System – GDS).

# Επιχειρήσεις φιλοξενίας & Ψηφιακή εποχή

Δημιουργία δυναμικής ιστοσελίδας που είναι φιλική προς τον χρήστη

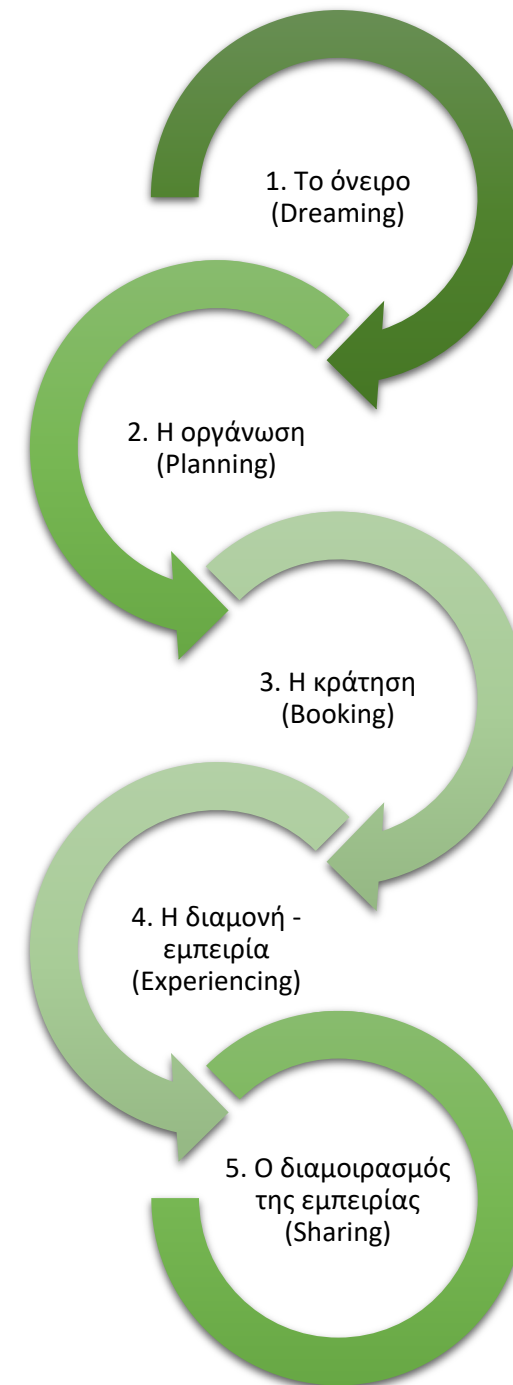
Μελέτη της διαδικτυακής φήμης της επιχείρησης με βάση τις κριτικές των επισκεπτών

Ενεργή παρουσία στα ΜΚΔ

Άμεση ανταπόκριση στις θετικές και αρνητικές κριτικές

Επένδυση σε πρακτικές SEO (Search Engine Optimization) ώστε η επιχείρηση να εμφανίζεται στα πρώτα αποτελέσματα στις μηχανές αναζήτησης της Google

# Στάδια του σύγχρονου ταξιδιώτη



# Σύγχρονοι όροι του E-tourism

- Travel blogger
- Instagrammable
- Fear Of Missing Out (FOMO)
- Insta-tourist
- Fake a Vacation

# Οφέλη του E-tourism

Ανοικτά 24/7

Πρόσβαση σε μεγάλο  
όγκο πληροφορίας

Προσαρμογή του  
τουριστικού προϊόντος  
στις ανάγκες του πελάτη

Σύγκριση τιμών και  
χαρακτηριστικών

Λήψη ψηφιακών  
αγαθών

Διαδικτυακή προβολή  
και προώθηση ενός  
τουριστικού προϊόντος  
μέσω του διαμοιρασμού  
εμπειριών του τουρίστα

Ενίσχυση της εμπειρίας  
επίσκεψης σε αξιοθέατα  
και μουσεία

Καλύτερη διαχείριση  
των διαθέσιμων πόρων  
(πχ. Χρήματα, χρόνος)

Μείωση κόστους  
επικοινωνίας

Στοχευμένη διαφήμιση

Βελτιωμένη και  
ταχύτερη εξυπηρέτηση  
του πελάτη



# Μειονεκτήματα του E-tourism

Δημιουργία σύγχυσης  
στο καταναλωτικό κοινό

Αύξηση εργατικού και  
λειτουργικού κόστους

Απουσία προσωπικής  
επαφής

Περιβαλλοντική  
επιβάρυνση δημοφιλών  
τουριστικών  
προορισμών

# Ενίσχυση της εμπειρίας μέσω των ΤΠΕ (1/2)

- Χρήση της υπηρεσίας Location Specific Marketing και Visitor Tracking από μουσεία ή αρχαιολογικούς χώρους.
- Χρήση εξατομικευμένων εφαρμογών CRM από τις αλυσίδες ξενοδοχείων Marriott και Hilton.
- Χρήση εφαρμογών για διενέργεια έρευνας από την αεροπορική εταιρεία Ryanair.
- Έκδοση ηλεκτρονικών εισιτηρίων (e-ticketing) για εξοικονόμηση χρόνου, χρημάτων, κλπ.
- Αξιοποίηση της ψηφιακής περιήγησης σε τουριστικές επιχειρήσεις.
- Ηλεκτρονικά περίπτερα (Info kiosks).
- Παιχνίδια Geocaching.

# Ενίσχυση της εμπειρίας μέσω των ΤΠΕ (2/2)

- Αξιοποίηση των QR codes σε σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος
- Δημιουργία e-shop
- Αξιοποίηση των drones για τουριστικούς λόγους
- Ανάπτυξη wearable συσκευών από την Walt Disney για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επισκεπτών

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!