



Πανεπιστήμιο Αιγαίου

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ Ε7

Δρ. Ιάσων Κουφοδόντης



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



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 Πανεπιστήμιο Αιγαίου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη 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.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Διαχείριση Προορισμών *What is Destination Management?*

Destination management is the coordinated management of all the elements that make up a destination .



Σχεδιασμός Ανάπτυξης & Διαχείριση Προορισμών

Βασικές Συνιστώσες των Συστημάτων

- α) Διαχείριση πόρων
- β) Διαχείριση συναλλαγών
- γ) Διαχείριση πελατών
- δ) Διαχείριση προμηθευτών
- ε) Διοικητική πληροφόρηση

Τα παραπάνω αναπτύσσονται & θεματικά (e-εμπόριο, μάρκετινγκ κ.α.)

Σχεδιασμός Ανάπτυξης & Διαχείριση Προορισμών

α) Διαχείριση πόρων

Βασική προϋπόθεση λειτουργίας του συστήματος αποτελεί η ύπαρξη μιας κεντρικής βάσης δεδομένων με αναλυτικά στοιχεία για όλους τους διαθέσιμους πόρους του προορισμού, είτε αυτοί προέρχονται από την παραγωγή τοπικών προμηθευτών, είτε αποτελούν φυσικούς ή άλλους πόρους. Από τη βάση αυτή προέρχονται συνδυαστικά και μετά από επεξεργασία όλες οι απαιτούμενες πληροφορίες για τη διαμόρφωση και διαχείριση ενός ενιαίου τουριστικού προϊόντος με αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων καναλιών. Η ενημέρωση και συντήρηση της βάσης αποτελεί μια συνεχή και απαραίτητη διαδικασία, προκειμένου οι πληροφορίες για όλους τους πόρους να είναι διαρκώς επικαιροποιημένες, έγκυρες και διαθέσιμες. Οι πόροι συνδυάζονται για την παροχή έτοιμων γενικού ενδιαφέροντος ή εξατομικευμένων πακέτων τα οποία περιλαμβάνουν όλες τις βασικές υπηρεσίες (εστίαση, σίτιση, μετακινήσεις, εκδρομές κ.λπ.) μαζί με τους υπόλοιπους πόρους οι οποίοι συνθέτουν την ταξιδιωτική εμπειρία του τουρίστα στον προορισμό (οικισμοί, αξιοθέατα, παραλίες, δραστηριότητες κ.λπ.). Για την αποτελεσματική προώθηση των πακέτων, αυτά υλοποιούνται γύρω από συγκεκριμένες θεματικές οι οποίες υποστηρίζονται από τα χαρακτηριστικά του προορισμού (πολιτισμός, τέχνη, αναψυχή, περιβάλλον κ.α.). Κάθε τοπικός συνεργάτης του συστήματος εισάγει στη βάση τις πληροφορίες που επιτρέπουν την ενσωμάτωση στα ολοκληρωμένα πακέτα των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει.

Σχεδιασμός Ανάπτυξης & Διαχείριση Προορισμών

β) Διαχείριση συναλλαγών

Το κομμάτι αυτό αφορά τους συνεργάτες οι οποίοι διαχειρίζονται την επικοινωνία και την επαφή με υφιστάμενους και δυνητικούς πελάτες.

Περιλαμβάνει αντικείμενα όπως

- διαχείριση των αιτημάτων και ερωτημάτων
- αποστολή πληροφοριακού υλικού
- παροχή οδηγιών και πρόσθετων πληροφοριών
- κρατήσεις πακέτων ή επιμέρους υπηρεσιών μέσω διαφόρων καναλιών
- παρακολούθηση της εξέλιξης των κρατήσεων
- έλεγχος της ολοκλήρωσης των συναλλαγών και της χρήσης των υπηρεσιών

Σχεδιασμός Ανάπτυξης & Διαχείριση Προορισμών

γ) Διαχείριση πελατών

Το υποσύστημα αυτό συλλέγει και αξιοποιεί όλες τις πληροφορίες που αφορούν την καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών – πελατών. Παράλληλα παρέχει σε όλους τους συνεργάτες μία συνολική εικόνα των επιμέρους συναλλαγών και επαφών του κάθε πελάτη, ώστε να είναι σε θέση να του παρέχουν ακριβέστερες πληροφορίες και υπηρεσίες. Η βάση δεδομένων που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία των καταναλωτικών προφίλ ατόμων και ομάδων συγκεντρώνει στοιχεία από δυνητικούς και τελικούς πελάτες, με βάση μία σειρά από παραμέτρους, όπως ενδεικτικά:

- Δημογραφικά στοιχεία
- Γενικές προτιμήσεις και επιθυμίες
- Ιστορικό αιτημάτων και παροχής πληροφοριών
- Ιστορικό κρατήσεων και χρήσης υπηρεσιών
- Λεπτομέρειες συναλλαγών και επικοινωνίας
- Προτιμώμενη χρήση καναλιών και μεθόδων

Σχεδιασμός Ανάπτυξης & Διαχείριση Προορισμών

δ) Διαχείριση προμηθευτών

Το υποσύστημα αυτό επιτρέπει στο φορέα ή την επιχείρηση η οποία αναλαμβάνει το συντονισμό της διαχείρισης προορισμού, να διαχειρίζεται αποτελεσματικά όλους τους συνεργάτες του συστήματος.

Οι πάροχοι προϊόντων και υπηρεσιών ομαδοποιούνται ανά κατηγορία και στον καθένα αντιστοιχίζονται συγκεκριμένοι ρόλοι, ευθύνες και ειδικές δυνατότητες, όπως π.χ. η καταλληλότητα για ενσωμάτωση σε ολοκληρωμένα πακέτα συγκεκριμένων θεματικών.

Επιπλέον τηρείται αρχείο με όλα τα στάδια της συνεργασίας, την εσωτερική επικοινωνία, την είσοδο νέων ή την απομάκρυνση παλιών συνεργατών, και τη συμμετοχή κάθε παρόχου τόσο σε όρους πόρων που συνεισφέρει όσο και σε χρηματοοικονομικούς όρους της γενικής ή ειδικής συμβολής του κάθε συνεργάτη στο σύστημα ή σε επιμέρους δραστηριότητές του.

Σχεδιασμός Ανάπτυξης & Διαχείριση Προορισμών

ε) Διοικητική πληροφόρηση

Εκτός από τη διαχείριση των επιμέρους πόρων και λειτουργιών του συστήματος, ο συντονιστής χρειάζεται μια συνολική εποπτική εικόνα της συνολικής απόδοσης και πορείας του οργανισμού διαχείρισης προορισμού. Κάθε υποσύστημα δημιουργεί μια πληθώρα νέων δεδομένων τα οποία απαιτείται να συνδυαστούν και να συμπυκνωθούν όλα μαζί σε χρήσιμη και ουσιαστική διοικητική πληροφορία. Η πληροφόρηση μπορεί να βασίζεται σε συγκεντρωτικές αναφορές ή σε αυτόματες αναλύσεις με δείκτες, εκτιμήσεις, προβλέψεις, και τάσεις. Η διοικητική πληροφορία αξιοποιείται στη συνέχεια, πάλι με χρήση μεθόδων πληροφορικής, προκειμένου να καταρτιστεί η μελλοντική στρατηγική και οι πολιτικές του οργανισμού. Το πληροφοριακό σύστημα διοίκησης συλλέγει στοιχεία από τις συναλλαγές των πελατών (αιτήματα, κρατήσεις, απόκριση, ικανοποίηση), τους προμηθευτές (πόροι, διαθεσιμότητα, αξιοποίηση), τις ενέργειες του οργανισμού (εναλλακτικές δράσεις, πολιτικές προώθησης, αποτελέσματα), ενώ παράλληλα συνθέτει και όλους τους απαραίτητους επιχειρηματικούς δείκτες (χρηματοοικονομικούς, αποδοτικότητα πόρων κ.α.).

Πηγές & Πρόσθετες Πληροφορίες

Frew, A.J. and Horan, P (2007) Destination Website Effectiveness, Proceedings of the Hospitality Information Technology Association Conference, HITA 07, USA

Inversini Alessandro et al (2009), Destinations' Information Competition and Web Reputation , Information Technology & Tourism, Volume 11, Number 3, 2009 , pp. 221-234(14)

Ndou, Valentina; Petti, Claudio, DMS Business Models Design and Destination Configurations: Choice and Implementation Issues, Information Technology & Tourism, Volume 9, Number 1, 2007 , pp. 3-14(12)