

**ΕΛΛΑΚ Μονάδες Αριστείας (ΜΑ. ΕΛΛΑΚ) eServices -
Open Source Tourism | UAegean Center of Excellence (CoE) – Open
Source Software in Transport and Shipping**

University of the Aegean Dpt of Financial and Management Engineering & Dpt of Shipping and
Transportation Services **Lecture: II-GE02**

Uaeegan
UAegean

atlantis
group



@ i-nformation M-anagement Lab

i4M Lab



1

**Το τουριστικό σύστημα:
λειτουργίες και βασικές έννοιες**

**Ο ρόλος και οι επιπτώσεις
των τεχνολογιών στην
τουριστική προσφορά και ζήτηση**

Μαριάννα Σιγάλα
Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Τουριστική βιομηχανία

Τουριστική Προσφορά Προορισμός

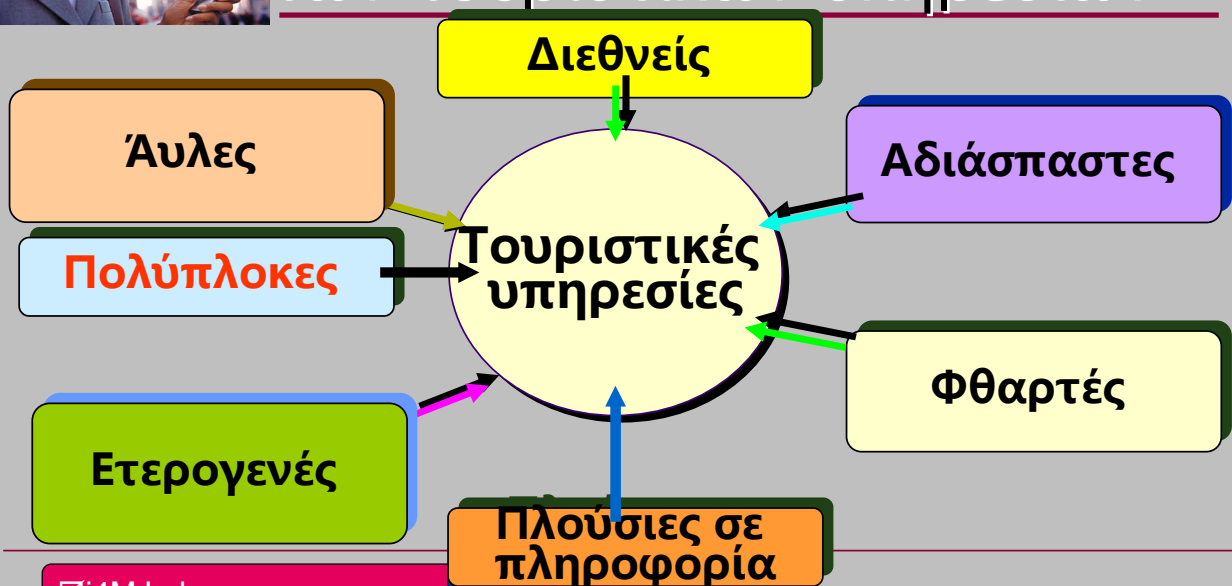
Accommodation
Accessibility
Amenities
Attractions
Infrastructure -
superstructure

Τουριστική Ζήτηση

Μεμονωμένοι
ταξιδιώτες
Ομάδες
Οικογένειες
Επιχειρηματίες

• **Μεσάζοντες**
Τουριστικοί Πράκτορες
Τουριστικά Γραφεία
• Οργανισμοί διαχείρισης
προορισμού
• **Μεταφορές**

Χαρακτηριστικά των ΤΕΠ και των τουριστικών υπηρεσιών



Ιδιότητες του διαδικτύου

- Πανταχού παρών
- Παγκόσμια έκταση
- Παγκόσμια στάνταρς
- Πλούσια πληροφορία
- Διαδραστικότητα
- Προσωποποίηση

Ιδιότητες του διαδικτύου

Διαδραστικότητα



Άμεση διεθνή πρόσβαση



Ιδιότητες

Computers

Networking

Media

Appliances

Convergence
Σύγκλιση ΤΕΠ &



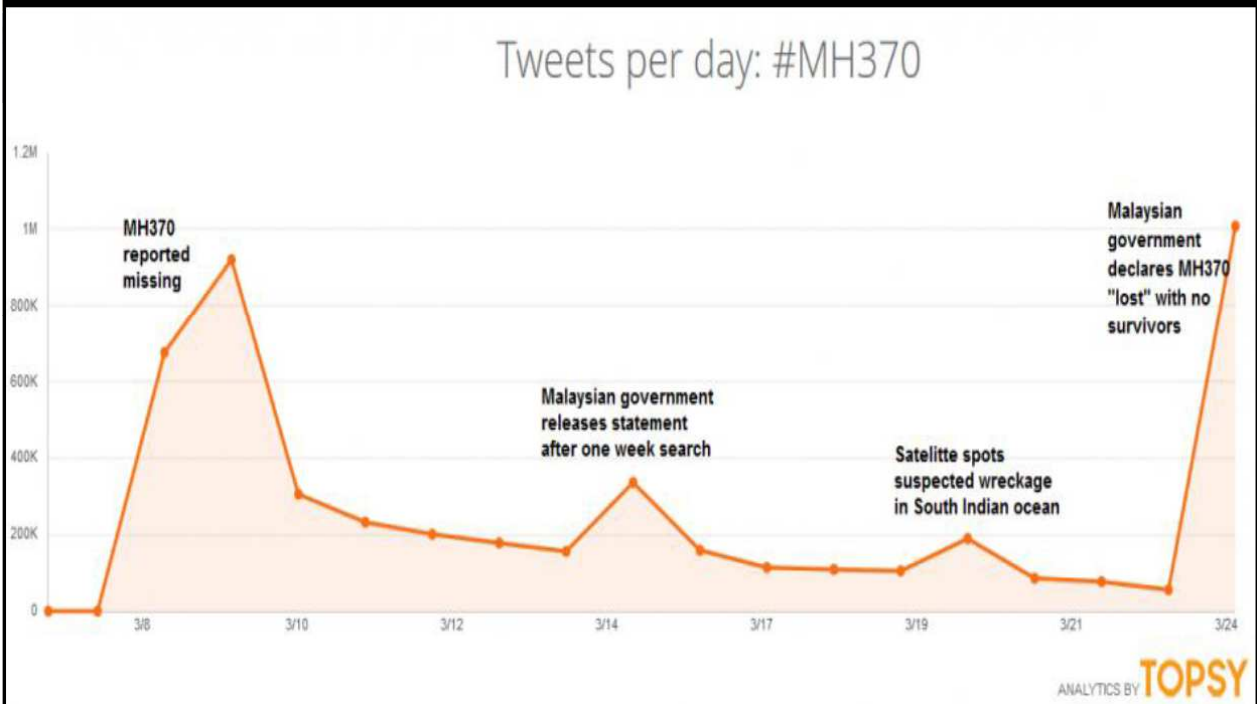
- **Οι επιπτώσεις των νέων τεχνολογιών στην τουριστική ζήτηση**

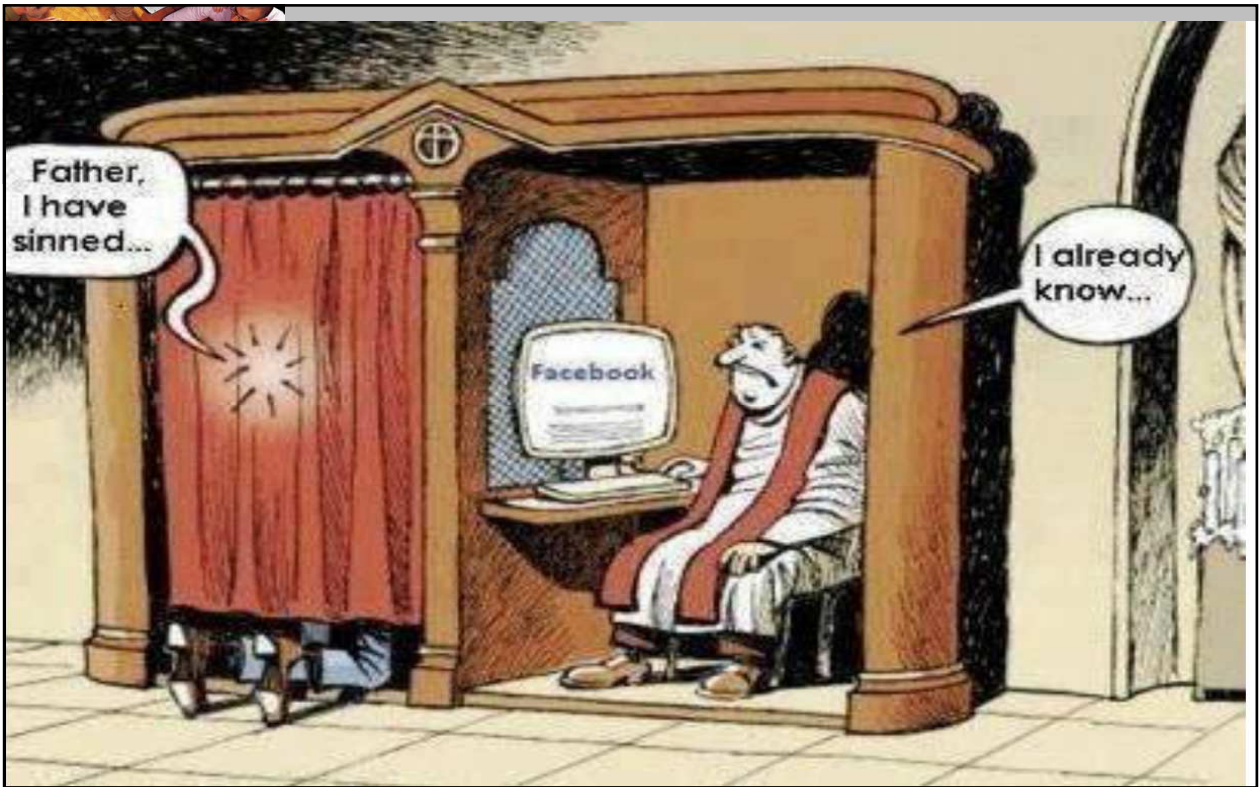


Το γρήγορο και πανταχού παρόν διαδίκτυο

<https://www.youtube.com/watch?v=Q7eHinI95>

TWITTER PART OF ALL GLOBAL DISCUSSIONS







Ο νέος 'πελάτης'

<https://www.youtube.com/watch?v=aXV-yaFmQNk>

i4M Lab



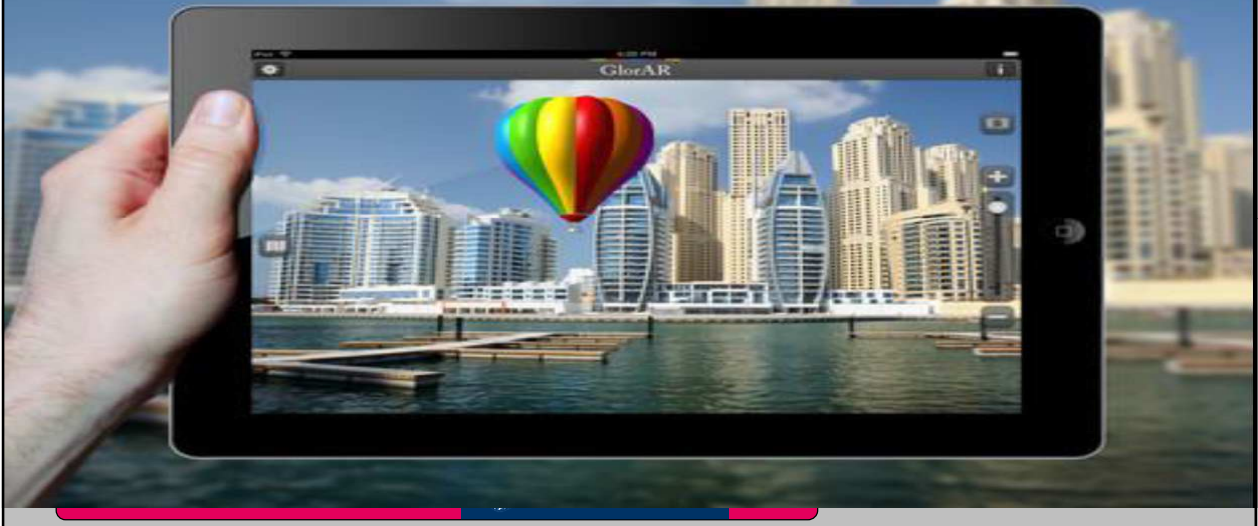
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
www.aegean.gr





augmented reality

TECHNOLOGY



John Ngavi, 27 married to Megan Ngavi ❤️

twitter 15 mins ago
It's been a hard day's night but I've finally finished the big document for work. Now off to the local cafe for a relaxing lunch. > MORE

facebook
Works at: 20fourLabs
Does: Product Manager
Don't Mention: Politics, ABBA
Movies: Star Wars, LOTR, District 9
Music: Vampire Weekend, Final Fantasy, Sufjan Stevens > MORE

SCAN COMPLETE

Google Mentions Positive Negative

Common Friends
Justine Thompson
Keletso Tshune
Jessica Aaron
Peter Brown

+ TO CONTACTS
+ TO WATCHLIST

Future of Social Networking with Augmented Reality
20FOURLABS Concept investigation by Matthew Buckland (matthewbuckland.com) and Philip Langley (@royalalien) of 20fourlabs.com

www.egon.gr
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΤΑΙΟΥ



Ο ενδυναμωμένος πελάτης

<https://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo&list=PLcghBmL0M2mGBOOVGO8V2FKYECewYEQ0J&index=2>

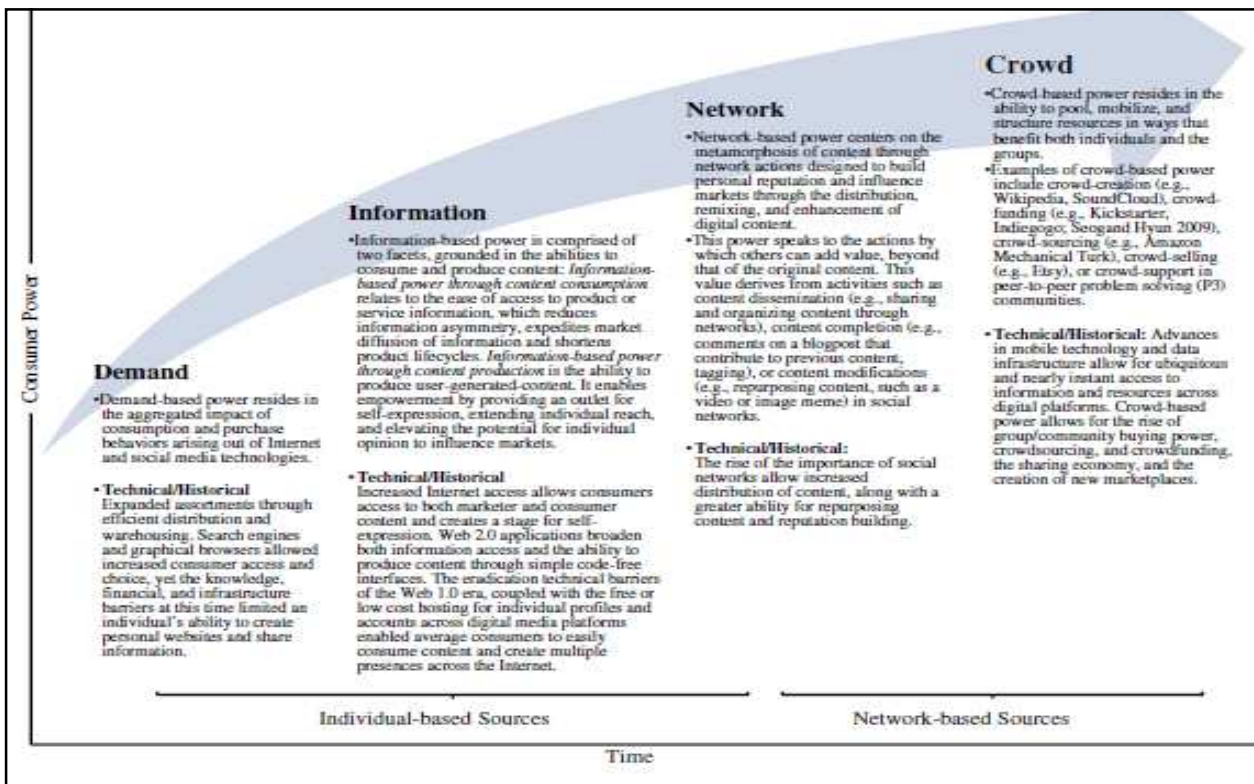


Πηγές ενδυνάμωσης του πελάτη

i4M Lab



www.sageon.gr
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ





Οι επιπτώσεις του διαδικτύου στην αγοραστική συμπεριφορά

- Πριν το ταξίδι
 - Στην διάρκεια του ταξιδιού
 - Μετά το ταξίδι
-
- **Οι ενέργειες που κάνουν οι πελάτες σε κάθε στάδιο έχουν αλλάξει**

i4M Lab



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
www.uoa.gr



Οι επιπτώσεις του διαδικτύου στην αναζήτηση πληροφοριών

More information sources

Informal information sources

Not only supply pushed information but also UGC

eWOM

Customers become distributors and e-marketer

Social networks

Multimedia information sources

Experiential information more reliable than supply created information

Interactive information, C2C dialogues

Real time information - BIG DATA and decision making

Meta-meta search engines making decision making more quick, easy, personalised, accurate, sophisticated, on the move

SoCoMo applications: social context based and mobile provision of information



Λόγοι επιτυχίας εικονικών κοινοτήτων

The simplicity of use (uploading, sharing and reading information)

- trust and reliability of information

Contribution of new threads by all users (timely information, unbiased information)

Creating a community that is not only virtual but also real

Some virtual communities become real communities

Internet overcomes geographical and time zones barriers of C2C communication and international connections

i4M Lab



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
www.aegean.gr

Εμπορική αξιοποίηση των εικονικών κοινοτήτων

Reach potential customers

Identification of relevant audience

Reach a large number of potential customers with a single message

Communicate with existing customers

Market research

Find out latest trends; Customer needs and segmentation; What people talk about and look for

Reputation building by helping people

Increase traffic by directing people to your website

Reduced customer acquisition costs

Reduced marketing costs and mistakes, e.g. pilot test new products, test campaigns, effective marketing targeting etc

Building strong brands and community brands

Deepen customer relationships

i4M Lab



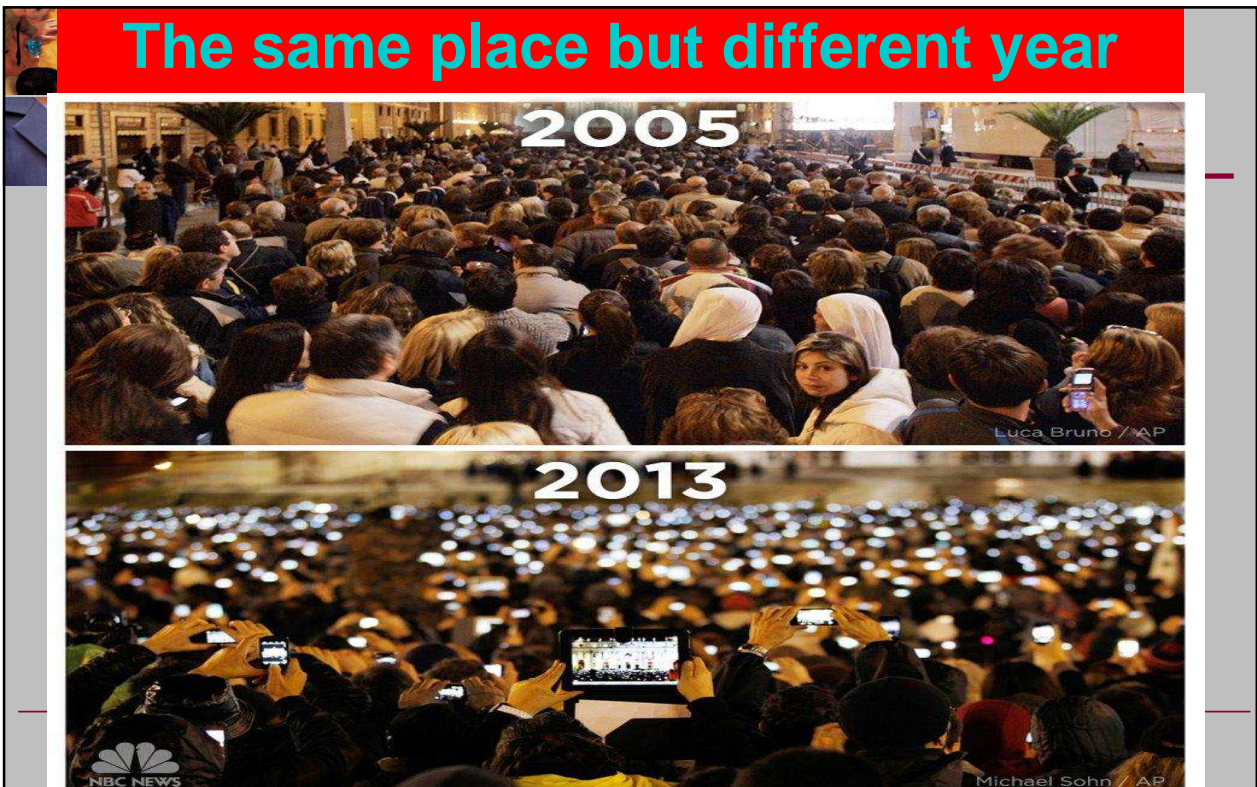
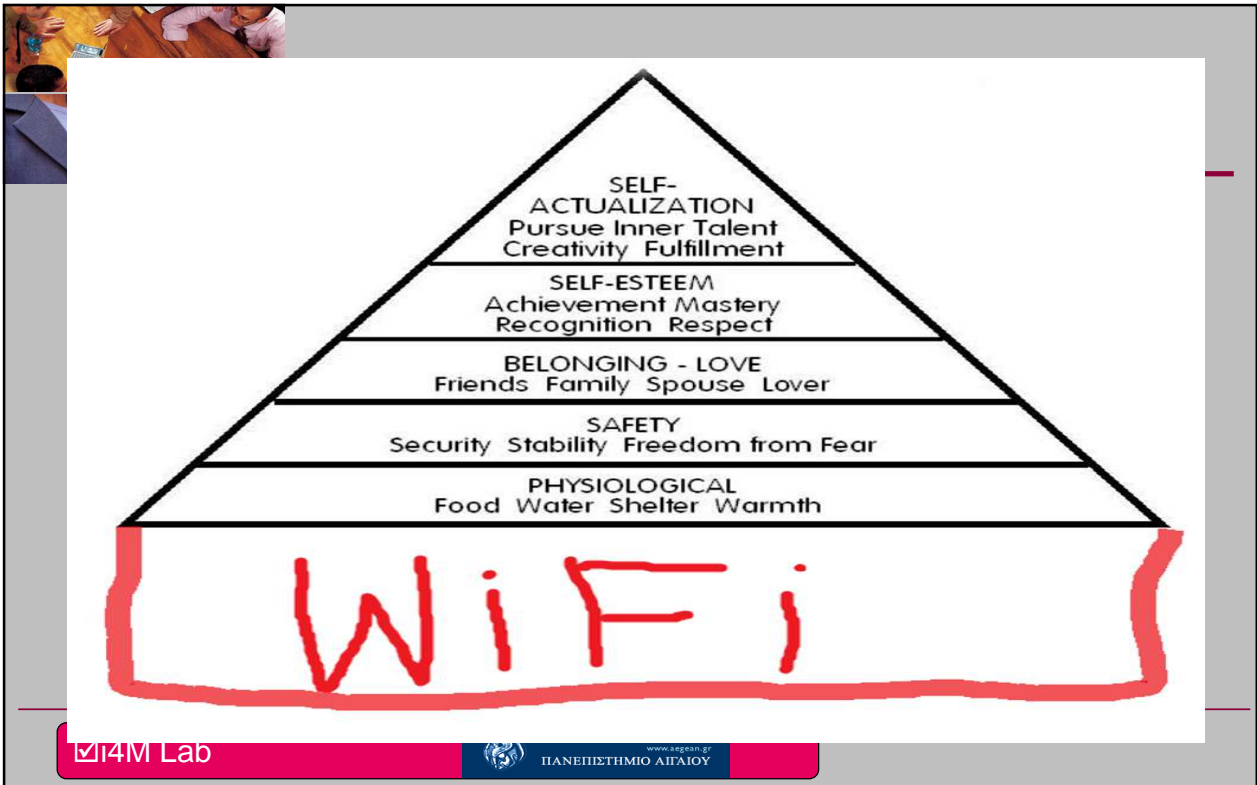
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
www.aegean.gr

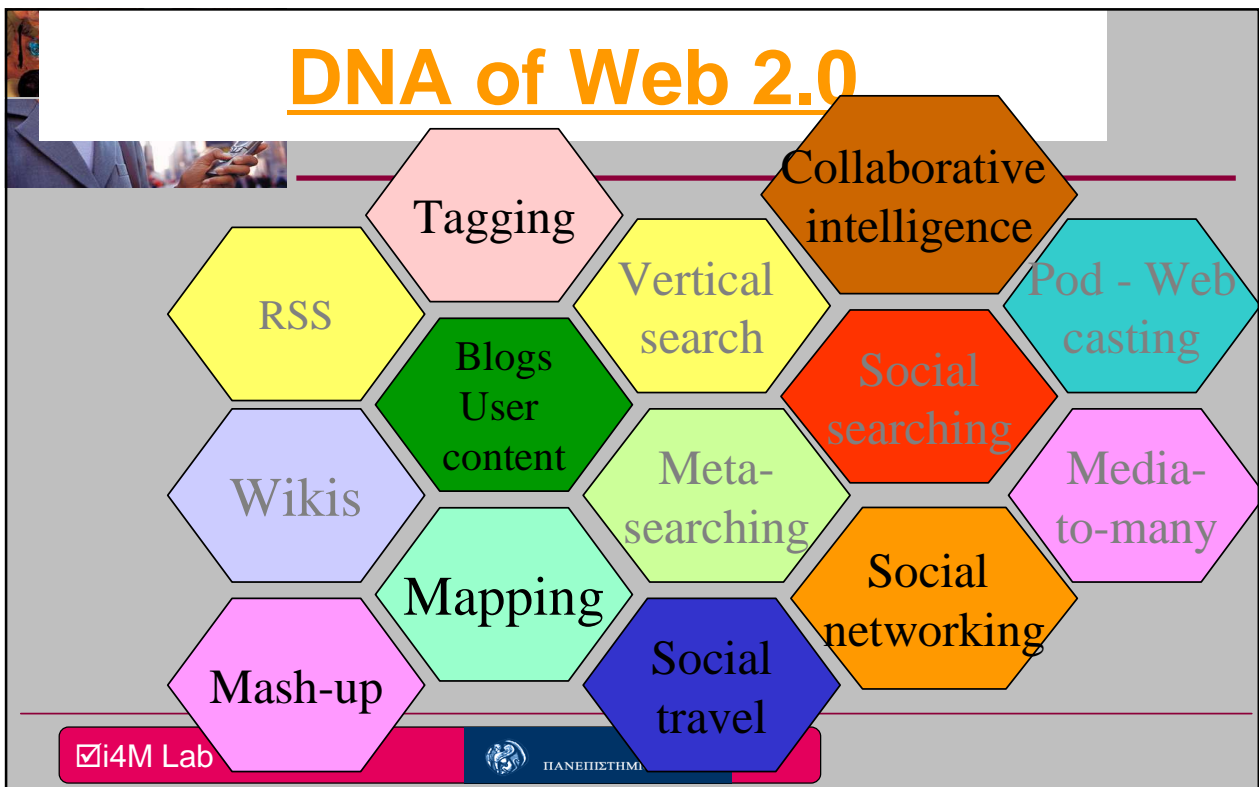
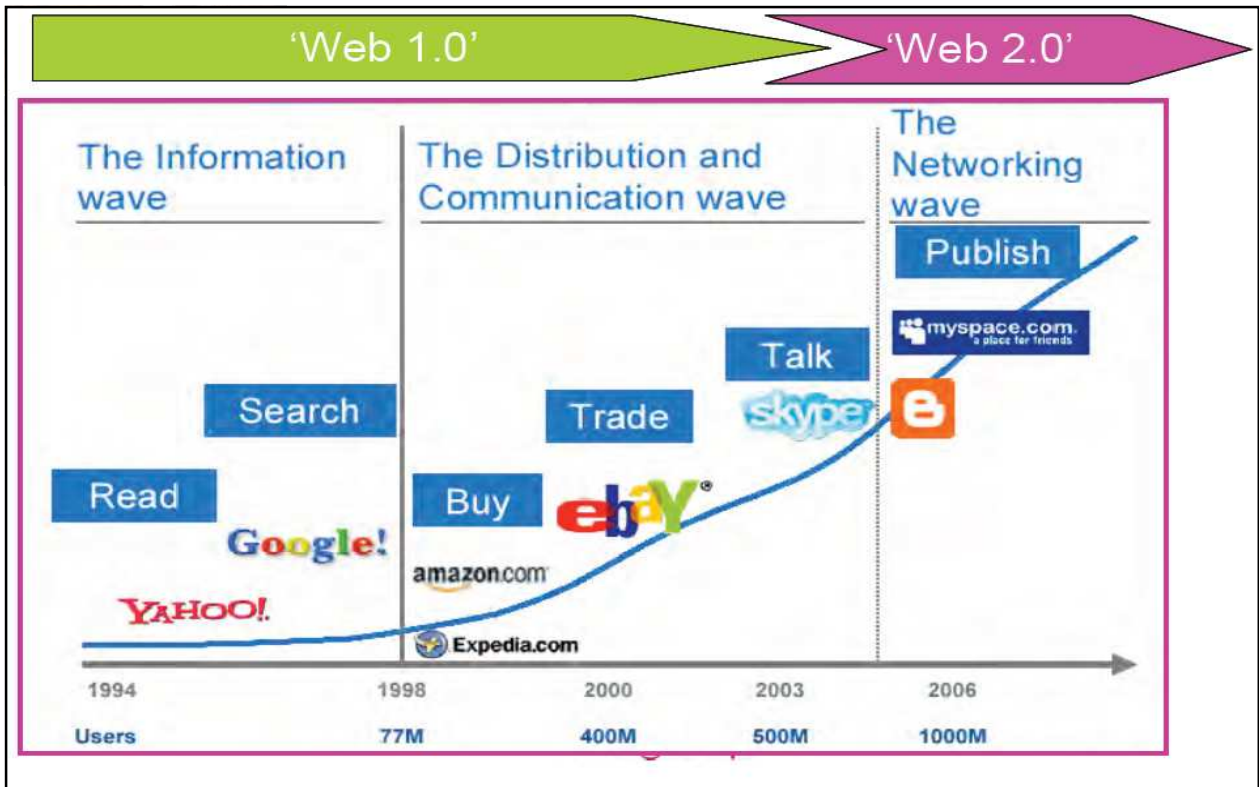


Επιπτώσεις των εργαλείων του web 2.0



**Έχει αλλάξει η συμπεριφορά
των τουριστών;**







Web 2.0

Communication
Collaboration
Cooperation
Connection
Communities
Customer co-creation

Social commerce
(2nd generation)

SoLoMo (3rd generation)

Collaborative Commerce
(4th generation)

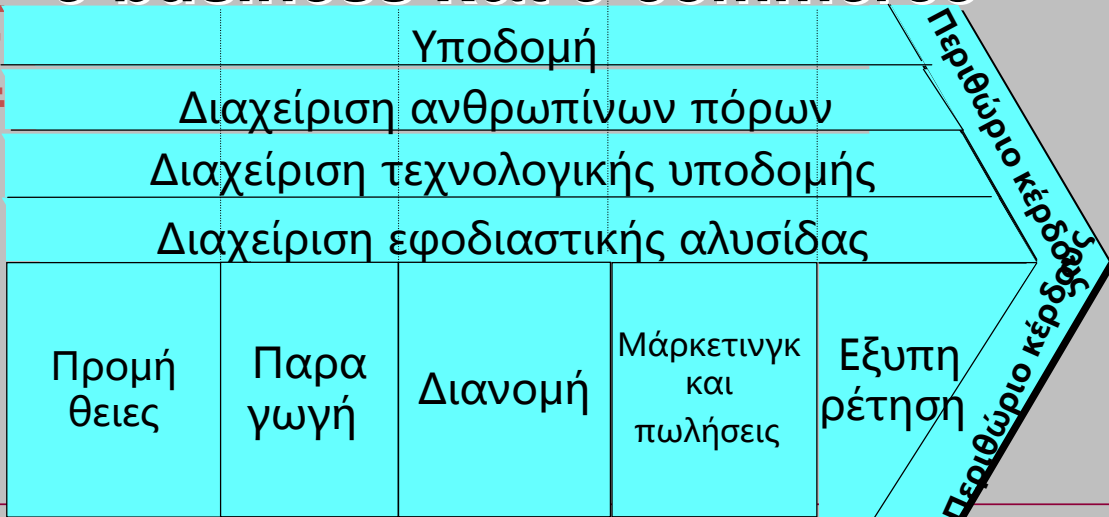


Επιπτώσεις διαδικτύου στην τουριστική προσφορά



Διαφορά e-business και e-commerce

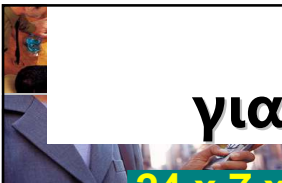
Δράσεις
υποστήριξης



Περιθώριο κέρδους
Περιθώριο κέρδους

i4M Lab

Πρωτεύουσες δράσεις



Ωφέλειες e-commerce για τις τουριστικές επιχειρήσεις

24 x 7 x 365, παγκόσμιες πωλήσεις και πελάτες

Απευθείας πωλήσεις στον πελάτη, Disintermediation

Συγκέντρωση πληροφοριών: πελατών και προϊόντων

προσωποποίηση και προσαρμοστικότητα

Ταχύτητα εξυπηρέτησης

Ευκαμψία τιμολογιακής πολιτικής

Γρηγορότερη εξόφληση λογαριασμών

Παράδοση προϊόντων - υπηρεσιών ?

Cross-slaes / up-sales


i4

Μείωση εξόδων συναλλαγών



Οφέλη από την υιοθέτηση του e-commerce

- Μείωση κόστους κρατήσεων/προώθησης
- Αυξημένα έσοδα, νέοι πελάτες, καλύτερες τιμές
- Αυτοματοποίηση της διαδικασίας κρατήσεων και μείωση λειτουργικών εξόδων
- Άμεση σχέση και ownership πελάτες (Customer Relationship Management)
- Μείωση εξάρτησης από τρίτους
- Κατανόηση συμπεριφοράς καταναλωτή στο διαδίκτυο
→ δημιουργία πελατειακής βάσης
- Προσωποποίηση προϊόντων, υπηρεσιών και ιστοσελίδων
- Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο – τακτικές direct marketing
- Ιστοσελίδες με οπτικοακουστικό υλικό



Ηλεκτρονική διανομή και εμπόριο

- Distribution is one of the most critical factors for the competitiveness of tourism firms and destinations
- Distribution channels allow for a product to be included in the set of decision-making models of prospective customers
- Distribution channels influence both consumer behaviour and the ability of an industry to respond to consumers' request efficiently



Λειτουργίες / υπηρεσίες ηλεκτρονικών καναλιών διανομής

- Information for perspective tourists
- Bundle tourism products together
- Establish mechanisms to
 - make reservations
 - confirm reservations
 - negotiate and make transactions
 - pay purchases
 - evaluate product
- Cancel / change / update reservations/purchases



Ανοικτό λογισμικό και τουριστικές επιχειρήσεις

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

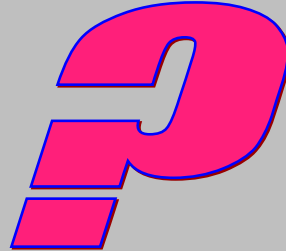
- Control
- Skill development
- Lower costs
- Evolution (continuous)
- Support (communities)
- Flexibility and independence from specific suppliers (easy to find plug-ins)

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Time to develop internal skills
- Availability of staff to develop skills and devote time for application development
- Risks and attention in selecting open source software, plug-ins: check developers



ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ !



*Δρ Μαριάννα
Σιγάλα*

 i4M Lab



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
www.uoa.gr