

Προϋποθέσεις και μέτρα για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Δρ. Δημήτρης Κούτουλας

Σύμβουλος Τουριστικού Μάρκετινγκ

Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Πατρών

dimitris@koutoulas.com

Πλέον έχει διασπαστεί η αγορά



Εμείς οι ίδιοι προκαλούμε την αύξηση της εποχικότητας με τις επιλογές μας

- Μονόπλευρος προσανατολισμός στους tour operators
- Αδυναμία να ασχοληθούμε με επαγγελματισμό με το μάρκετινγκ

Χειρότερες επιδόσεις από τις άλλες χώρες
της Μεσογείου

π.χ. η Ρόδος



Μερίδιο Ιουνίου-Σεπτεμβρίου στο σύνολο των διανυκτερεύσεων/αφίξεων
(Πηγή: ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος, Λογοθέτης)

Υποαπασχολούμενο κεφάλαιο

ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ
Koutoulas

Η εμπειρία της Σαντορίνης...

ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ
Koutoulas

... και η κρητική ενδοχώρα

Πολλή κουβέντα...

ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ
Koutoulas

City Breaks

Πεζοπορία

Κρουαζιέρες

Πολιτιστικές
περιηγήσεις

Ευεξία

Ποιανού δουλειά;

Διακοπές
ηλικιωμένων

Συνέδρια

Γαστρονομικά
ταξίδια

Γεωλογικές
εξερευνήσεις

Αργοτουρισμός

ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ
Koutoulas

* Έλλειψη δομών

* Υποστελεχομένο το Μάρκετινγκ σε όλα τα επίπεδα

Τι κάνουμε από εδώ και πέρα;

Οι στόχοι...

- Να αλλάξει το μείγμα επισκεπτών
 - Πελάτες θεματικών tour operators
 - Περισσότεροι ανεξάρτητοι ταξιδιώτες
 - Περισσότεροι επισκέπτες εκτός Ευρώπης
- Να αναδειχθούν περισσότερα τουριστικά προϊόντα/δραστηριότητες

... και τα μέσα

1. Ανάπτυξη προϊόντων
2. Στόχευση στο σωστό ταξιδιωτικό κοινό
3. Αποτελεσματικότερο Μάρκετινγκ
4. Επαρκής στελέχωση

1. Ελκυστικά, διεθνούς κλάσης προϊόντα

- Οι ειδικές μορφές τουρισμού απαραίτητες για την άμβλυνση της εποχικότητας
- Όχι στη λογική «Λίγο απ' όλα»
- Ισχυρά προϊόντα, όπως λ.χ.
 - * Πεζοπορία
 - * Συνέδρια

Δεν χρειάζεται να ανακαλύψουμε τον τροχό

Βλέπε λ.χ. τα θεματικά τουριστικά προϊόντα της
Αυστρίας “Urlaubsspezialisten”

Στην Ελλάδα αρχίζουν να εδραιώνονται κάποιες δομές

- Convention Bureaux Αθήνας και Θεσσαλονίκης
- Κρουαζιέρα





KOUTOULAS

2. Αποτελεσματικότερη προσέγγιση των ενδεδειγμένων αγορών

- Ποτέ δεν προσεγγίσαμε τους θεματικούς tour operators
- Ποτέ δεν αφηγηθήκαμε με συνέπεια τις ενδεδειγμένες ιστορίες
- Ποτέ δεν εικονογραφήσαμε συστηματικά την άλλη Ελλάδα

3. Αποτελεσματικότερο Μάρκετινγκ

... σε βάθος χρόνου

4. Επαρκής στελέχωση

- Διάκριση ρόλων μεταξύ
 - αιρετών / επιτροπών
 - επαγγελματιών
- Στελέχωση της όλης προσπάθειας στους εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς φορείς

Στελέχη υπάρχουν...

... και ασχολούνται με λάθος πράγματα

Ας το αλλάξουμε!

Ευχαριστώ θερμά για την προσοχή σας!

Δρ. Δημήτρης Κούτουλας

Σύμβουλος Τουριστικού Μάρκετινγκ

Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Πατρών

dimitris@koutoulas.com