



FUTOUR

-----  
Ενότητα 6 Ψηφιακές  
δεξιότητες και Travel  
Influencers.

Μελέτη περίπτωσης:  
Vasilis\_Travels

2021-2-DE02-KA220-VET-000048785

# Με το τέλος της παρουσίασης:

- Τι είναι ο Travel Influencer ?
- Θα πρέπει να κατανοήσετε τη σημασία του μάρκετινγκ προορισμών.
- Πώς οι ταξιδιωτικοί influencers χρησιμοποιούν την τεχνολογία.
- Να κατανοήσετε πώς η τεχνολογία μπορεί να βοηθήσει στο μάρκετινγκ του εαυτού σας και των τόπων.



# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

01

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ψηφιοποίηση και  
μάρκετινγκ προορισμών

02

## ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

INFLUENCERS ΚΑΙ  
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

03

## ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

DIGITAL SKILLS :  
Vasilis\_Travels

04

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ





# ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Ψηφιοποίηση

- Οι τεχνολογίες αναδύονται, διαταράσσουν και επηρεάζουν τη ζωή μας.
- Η ψηφιοποίηση οικοδομεί και επηρεάζει τις κοινωνίες με συχνά απρόβλεπτους τρόπους.
- 
- Αξίζει να εξετάσουμε τι ακριβώς είδους αλλαγές βιώνουμε και πώς μπορούμε να διασφαλίσουμε, συλλογικά και ατομικά, ότι αυτή η επανάσταση θα δημιουργήσει οφέλη για εμάς και την κοινωνία.

(UNWTO, 2023)

# ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Κύπρος και τεχνολογική προσαρμογή



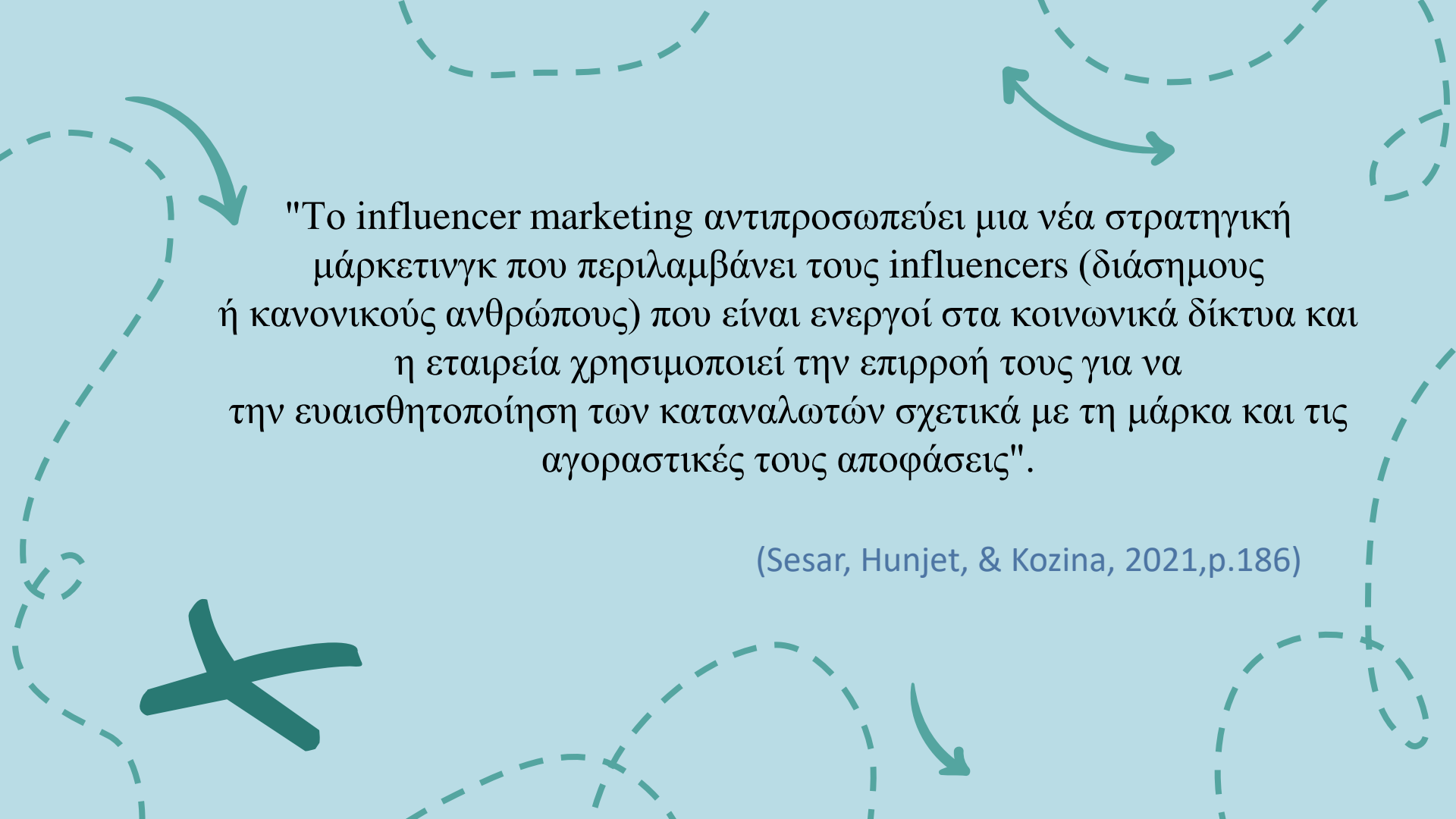
- Υπάρχει ένας συνεχής αγώνας δρόμου για να επωφεληθούμε από τις αυξανόμενες απαιτήσεις για ψηφιοποίηση και να αποκτήσουμε το πλεονέκτημα του πρώτου παίκτη.
- Η έντονα επηρεασμένη από την ψηφιακή πραγματικότητα έχει δώσει την ευκαιρία στην Κύπρο να διακριθεί ως προορισμός φιλικός προς την καινοτομία και να θέσει τις βάσεις για την προώθηση νέων τεχνολογιών και τάσεων της αγοράς που συνδέονται με τον ψηφιακό χώρο.

(Deputy Ministry of Tourism - Republic of Cyprus, 2023)

# Ταξιδιωτικοί Influencers (Travel Influencers)







"Το influencer marketing αντιπροσωπεύει μια νέα στρατηγική μάρκετινγκ που περιλαμβάνει τους influencers (διάσημους ή κανονικούς ανθρώπους) που είναι ενεργοί στα κοινωνικά δίκτυα και η εταιρεία χρησιμοποιεί την επιρροή τους για να την ευαισθητοποιήσει των καταναλωτών σχετικά με τη μάρκα και τις αγοραστικές τους αποφάσεις".

(Sesar, Hunjet, & Kozina, 2021, p.186)

# Γιατί Travel Influencers;

Οι χρήστες ταξιδιωτικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι πιο αξιόπιστοι από τους καταναλωτές!

Οι στατιστικές δείχνουν ότι:

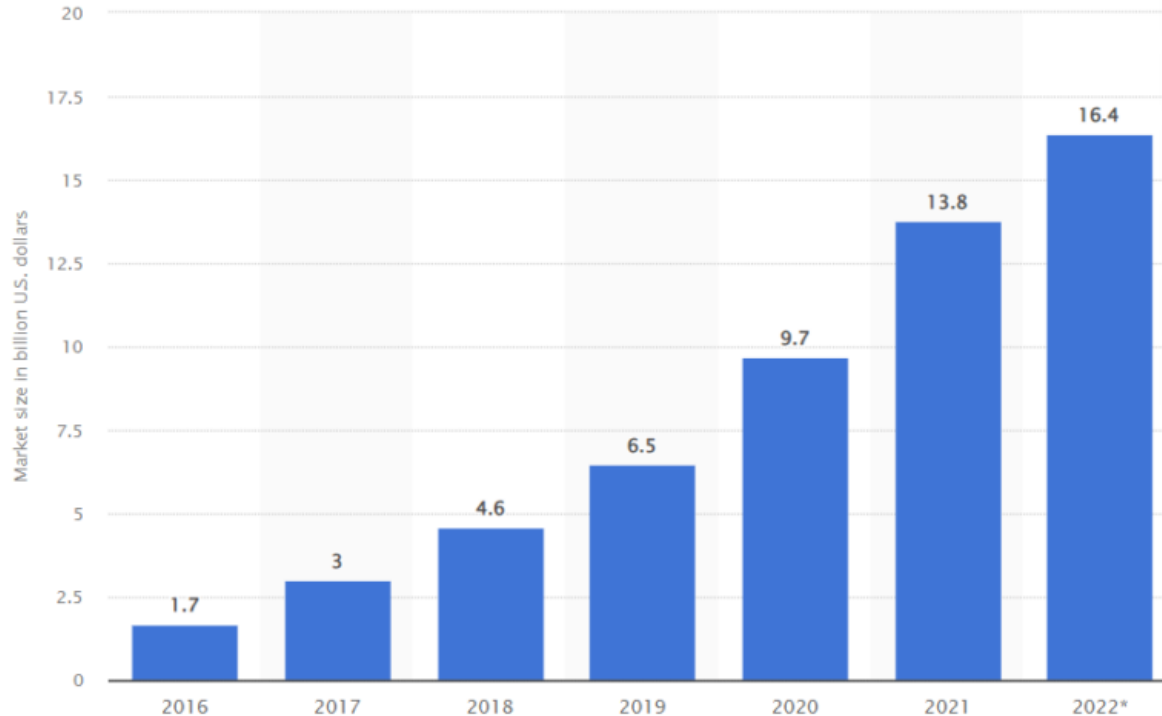
- 1) 74% των καταναλωτών βασίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά τη λήψη μιας αγοραστικής απόφασης (Bennett, 2014).
- 2) Το 92% των ανθρώπων εμπιστεύονται τις συστάσεις ατόμων -ακόμη και αν δεν τα γνωρίζουν προσωπικά- έναντι των εμπορικών σημάτων (Nielsen's Global Trust in Advertising Survey, 2012).





# Μάρκετινγκ επιρροής (Influencer Marketing)

- Το Influencer Marketing αυξάνεται στα 16,4 δισεκατομμύρια δολάρια το 2022



Source: [statista.com](https://www.statista.com)



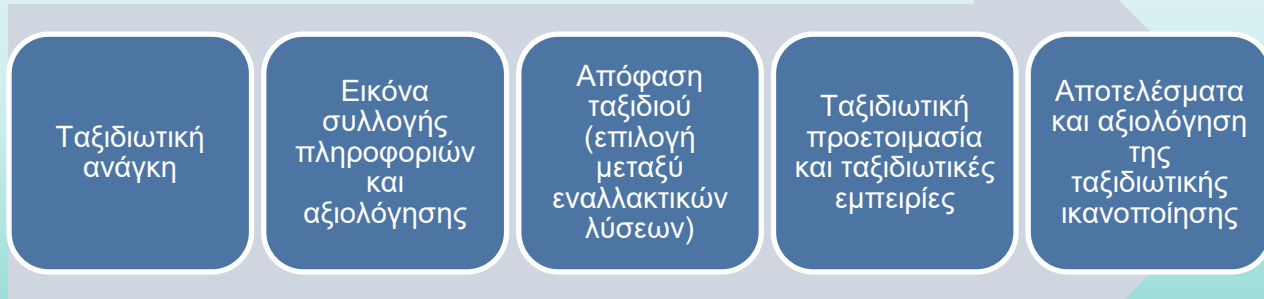
Τι αναζητάτε πριν ταξιδέψετε σε έναν προορισμό ?

Ποια είναι η διαδικασία σκέψης σας...

# Λήψη ταξιδιωτικών αποφάσεων (Travel Decision Making)



- Το παρακάτω σχήμα (Matheison and Wall, 1982) απεικονίζει τα στάδια της ταξιδιωτικής απόφασης ενός ταξιδιώτη, τα οποία μπορούν να συσχετιστούν με τις δραστηριότητες χρήσης πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (McCann, 2008; Kaur, 2018).



## Τι θέλουν οι ταξιδιώτες

Ευκολία και  
ευελιξία

Βιωσιμότητα

Ασφάλεια και  
άνεση

Πολυμορφία

Προσφορές και  
εκπτώσεις

Εξατομικευμένη  
εμπειρία



## Travel and tourism influencers:



**RAISE BRAND AWARENESS VIA  
GORGEOUS, INFORMATIVE CONTENT**



**IMPROVE BRAND PERCEPTION AND  
ENGAGEMENT**



**PRODUCE REUSABLE CONTENT FOR OTHER  
EFFORTS AND CHANNELS**



**EFFECTIVELY PROMOTE NEW EXPERIENCES**



**BUILD AUDIENCE TRUST THROUGH  
AUTHENTICITY AND RELATABILITY**



**HELP CONSUMERS SEE TRAVEL AS  
ATTAINABLE**



**HUMANIZE CORPORATE TRAVEL BRANDS**



**KEEP TOURISM BRANDS ADAPTABLE TO  
TRAVEL TRENDS**



**CONVERT PLANNERS TO BOOKERS (AND  
LOYAL REBOOKERS)**





# Τι κάνει ένας Travel Influencer;



- 1) Χρησιμοποιεί πλατφόρμες για διαφήμιση. π.χ.: Πηγαίνει σε ξενοδοχεία, μένει εκεί για λίγες ημέρες. Μοιράζεται στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης πώς φαίνεται το ξενοδοχείο, πώς είναι το δωμάτιο κ.λπ. κ.λπ.
- 2) Δημιουργία περιεχομένου αποκλειστικά για ένα ξενοδοχείο/εμπορικό σήμα. Όλο το υλικό παραμένει στην εταιρεία για να χρησιμοποιηθεί για τους σκοπούς μάρκετινγκ της.
- 3) Μπορεί να προσληφθεί από πολυάριθμες εταιρείες στον τομέα των ταξιδιών.

Όπως π.χ:

- Οργανισμοί τουρισμού που επιθυμούν να προσελκύσουν νέους τουρίστες
- Ξενοδοχείο που θα ήθελε να προωθήσει την προβολή του και να αυξήσει τον αριθμό των κρατήσεων
- Εταιρείες που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες, όπως ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ταξιδιωτικές ασφάλειες...
- Μάρκες που σχετίζονται με τα ταξίδια, όπως οι αποσκευές.



(Kaur, 2018)



# Influencers & Destination Marketing !

Σκεφτείτε το!

Πόσες φορές έχετε ανακαλύψει ένα νέο μέρος/αξιοθέατο μέσω ενός λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενός influencer;

- Εντοπίστε δύο ταξιδιωτικούς influencers και γράψτε τι πιστεύετε ότι τους κάνει ελκυστικούς

## Κανάλια που χρησιμοποιούνται από τους Travel Influencers



Ένας ταξιδιωτικός influencer προωθεί ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή μια εταιρεία διανέμοντας ηλεκτρονικό word of mouth (eWOM) μέσω των διαδικτυακών ψηφιακών καναλιών και της παρουσίας του.

Αυτά τα ψηφιακά κανάλια και η παρουσία τους έχουν τη μορφή:

Ακολουθητές

Συνδρομητές

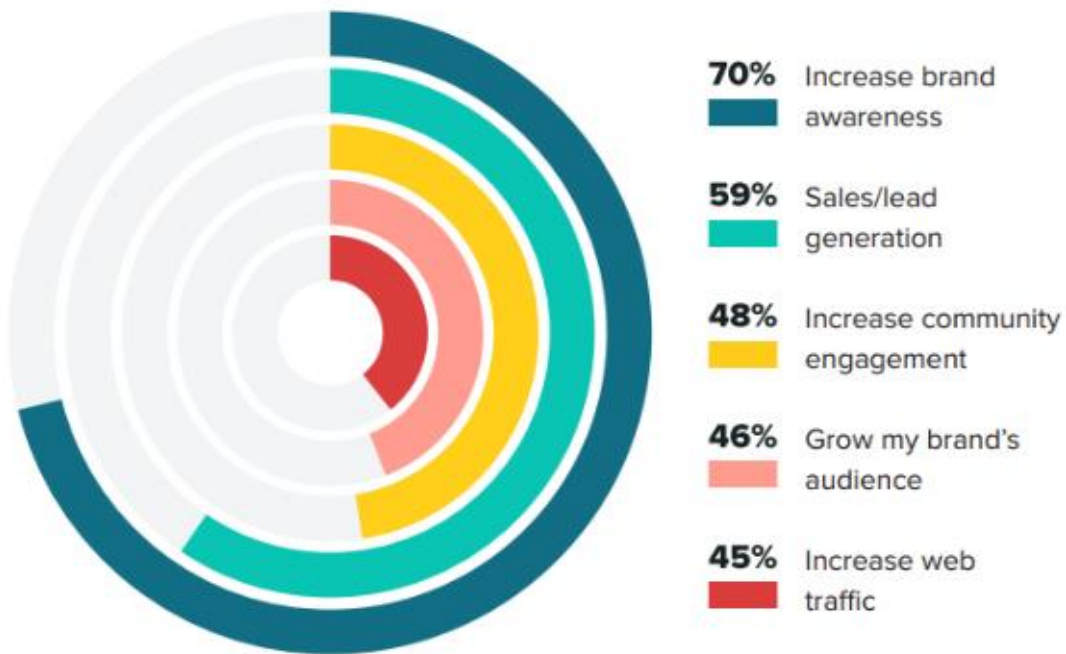
Προβολές οργανική/πληρωμένη

βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO)





## Social marketers' top goals for social



Source: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-channels/>



## Types of content marketers say are most valuable for social goals



Source: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-channels/>



# Travel Micro-influencer case

## @Vasilis Travels



# Travel Microinfluencer case



Παροχή βοήθειας στο Υφυπουργείο Τουρισμού  
@Vasilis\_Travels





# Travel Microinfluencer case

## Προώθηση του αγροτουρισμού

@vasilis\_Travels





# Travel Microinfluencer case



## Travels ανατήσεις

**\*\* Προσέξτε τον ανταγωνισμό! \*\***

### Gastronomy - Agrotourism 7-day package

The Cyprus countryside has a diverse wealth of its own with traditional villages, vineyards and wineries, tiny fresco-painted churches, and remote forests.



KYTV Tourism & Travel



#### Cost Includes

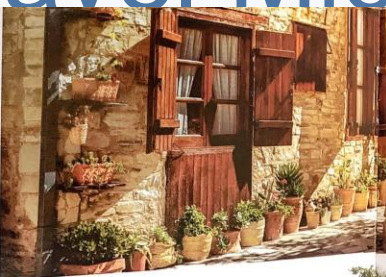
- 6 - night accommodation with breakfast
- 6 full day excursions to explore Cyprus - wine and gastronomy routes
- English speaking escort and licensed tour guide
- Entrance fees where applicable
- Transfers for the whole duration of stay

#### Not included

- Air ticket
- Personal expenses
- Insurance

#### Remarks

- Special prices for groups of 10 or more
- Discounted prices for children under 12 years old
- Packages may be adjusted according to guests' needs



# Travel Microinfluencer case



@Vasilis\_Travels

Φιλοξενία εκδηλώσεων σε συνεργασία με πρεσβείες





# Travel Microinfluencer case

Διοργάνωση εκδηλώσεων με τους τοπικούς δήμους :  
@vasilis\_Travels Καρναβαλικός Χορός και Διαγωνισμός



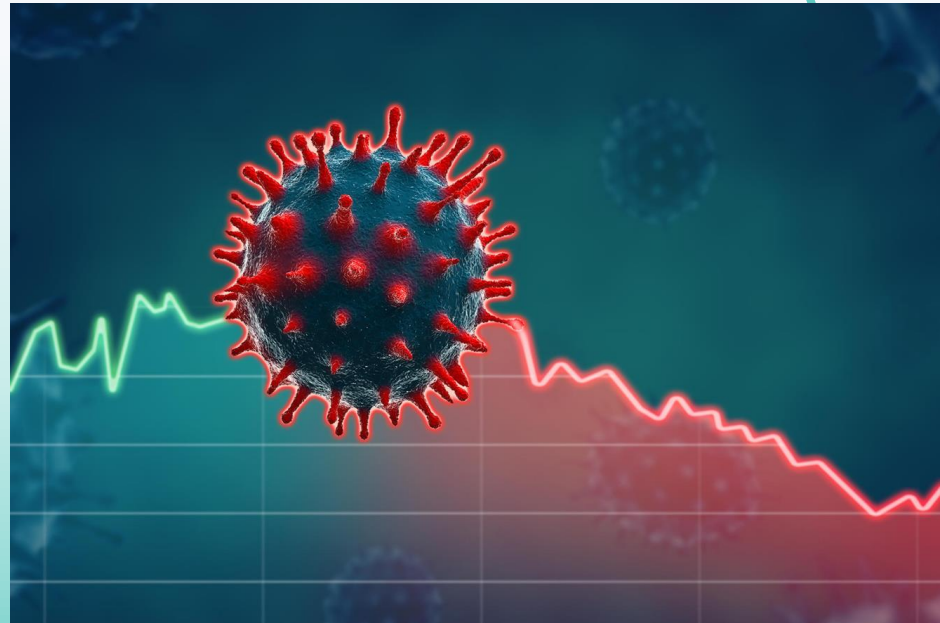
Φώτο Κάκος  
Καρναβάλι 2020

# Travel Microinfluencer case

@vasilis\_Travels  
Προσαρμοστικότητα και  
δημιουργικότητα



- Εκτιμήστε τι αρέσει στο κοινό να παρακολουθεί ....
- Τι αρέσει στους ανθρώπους στα βίντεο ?
- Πώς μπορείτε να κερδίσετε περισσότερους οπαδούς ;
- Ποιος είναι ο στόχος του κοινού ;
- Ποιες είναι οι τελευταίες τάσεις ;
- Ποιες είναι οι πιο δημοφιλείς εφαρμογές ;
- #####ΔΗΜΙΟΥΡΓΊΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΈΝΟΥ#####





# Ως Travel Influencer τι θα κάνετε για να προωθήσετε έναν προορισμό ?

Απαριθμήστε ορισμένες πρακτικές και καθορίστε τι  
θα σας κάνει μοναδικό ανάμεσα σε άλλους  
Travel Influencers....

# Travel Microinfluencer case



[@Vasilis\\_Travels](#) και  
μοναδικότητα

Simply Cyprot  
-Brand recognition





# Travel Microinfluencer case

Προσαρμοστικότητα - Go Virtual:  
@vasilis\_Travels  
Υπουργείο Τουρισμού Εικονική Έκθεση



Visit event website: [www.meetincyprus.com](http://www.meetincyprus.com)

We are excited to announce the upcoming **Meet in Cyprus – Virtual Expo** which will take place on the 14th & 15th of April 2021.

[CIMA](http://CIMA) is proud to invite you to take part in the first ever Cyprus virtual showcase. The event is sponsored by the [Cyprus Convention Bureau](http://Cyprus Convention Bureau) of the Deputy Ministry of Tourism.



# Travel Microinfluencer case

## Προσαρμοστικότητα - Go Virtual: Υπουργείο Τουρισμού Εικονική Έκθεση @Vasilis\_Travels

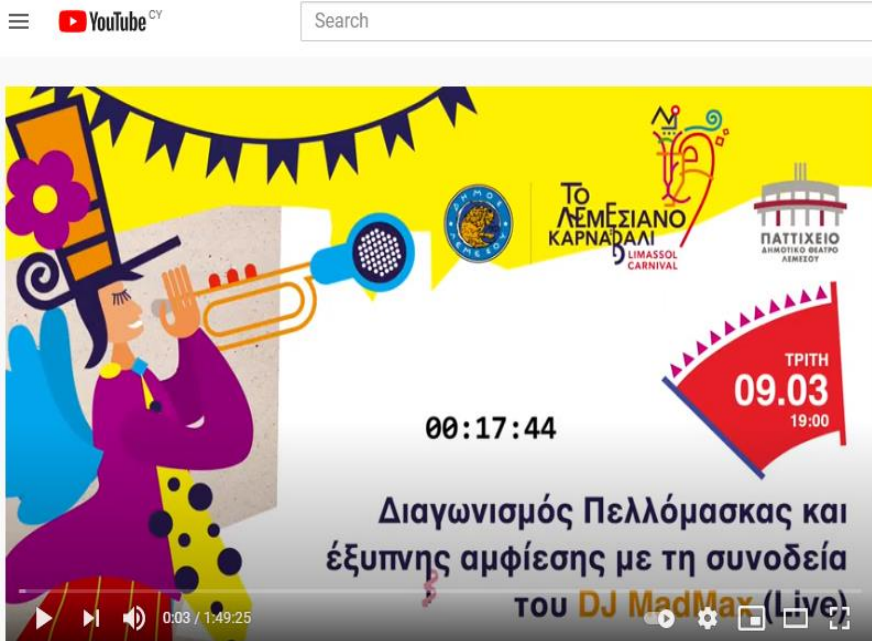


# Travel Microinfluencer case



Προσαρμοστικότητα - Go Virtual - Εικονική εκδήλωση θεατρικού καρναβαλιού

## @Vasilis Travels



Διαγωνισμός Πελλόμασκας

934 views · Streamed live on Mar 9, 2021

14 likes · 0 comments · SHARE · SAVE · ...

Pattihio Theatre  
657 subscribers

SUBSCRIBE



# Travel Microinfluencer case

Συνεργασίες με εμπορικά σήματα  
@vasilis\_Travels



- Εκπτωτικοί κωδικοί και μάρκετινγκ θυγατρικών - Follow , tag and WIN !
- Συνεργαστείτε με άλλους influencers :
- @Cypruseats
- @Foodlogger.cy





# Travel Microinfluencer case

Φτιάξτε reels με δημοφιλή τραγούδια  
@vasilis\_Travels



Έναρξη διαγωνισμών

Make Reels:

- [https://www.instagram.com/reel/CjVPgySDGeG/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CjVPgySDGeG/?utm_source=ig_web_copy_link)



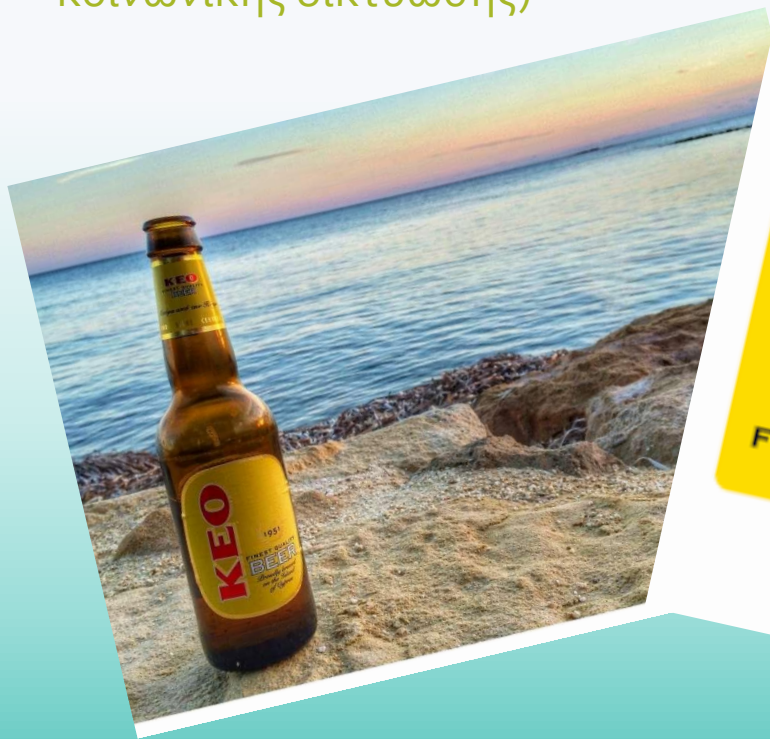
# Travel Microinfluencer case



Δημοσιεύσεις Influencer με τη χορηγία εμπορικού σήματος

@Vasilis\_Travels

Συνεργασία με την τοπική μπύρα ΚΕΟ για πληρωμένη χορηγία (στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης)



# Travel Microinfluencer case



Δημοσιεύσεις Influencer με τη χορηγία εμπορικής επωνυμίας

@vasilis\_travels

Συνεργασία με τοπικά πρατήρια καυσίμων ESSO για πληρωμένη χορηγία (στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης):





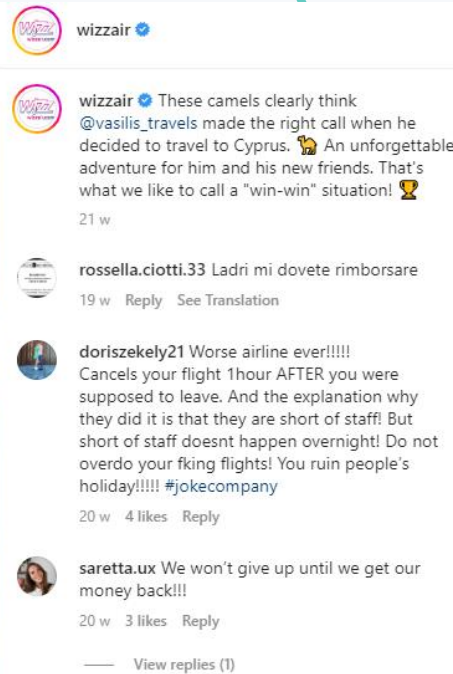
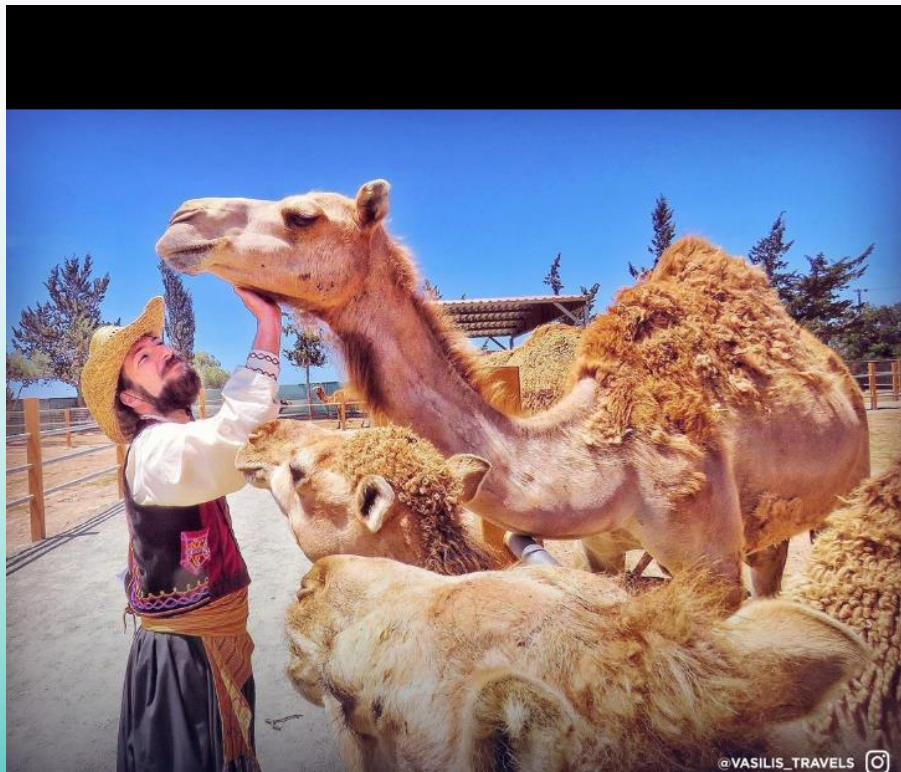
# Travel Microinfluencer case



Δημοσιεύσεις Influencer με τη χορηγία εμπορικής επωνυμίας

@vasilis\_travels

- Συνεργασία με την Wizz Air για πληρωμένη χορηγία (στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης):



@VASILIS\_TRAVELS



# Travel Microinfluencer case

## @Vasilis\_Travels

Αποτέλεσμα :



- Αύξηση της ορατότητας του περιεχομένου
- Περισσότερη επισκεψιμότητα
- Αναγνώριση
- Περιηγήσεις και εκδρομές
- Περισσότερες συνεργασίες



# Travel Microinfluencer case

Κερδίστε προβολή και δέσμευση

@Vasilis\_Travels



 **Vasilis Papavasiliou**  
Oct 24, 2019 · 🌐

What happens when it rains for 5 min in Cyprus ? More videos on instagram : @Vasilis\_travels



 **Conte**  
Βασίλη σαγαπωωωωωωωω αχαχαχαχα αχ...

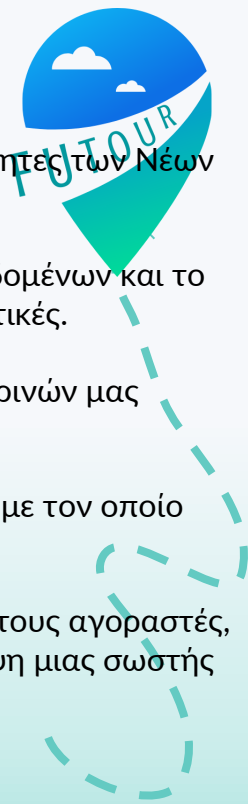
 3.1K    3K Comments    2.5K Shares    422K Views

 Like     Comment     Share



# Συμπέρασμα

- Στην πραγματικότητα, η τουριστική βιομηχανία δεν μπορεί να κρατήσει τα μάτια της κλειστά στις δυνατότητες των Νέων Μέσων, ιδίως από την άποψη της διαφήμισης και της προώθησης.
- Τα αναπτυσσόμενα πρότυπα ενσωματώνουν τη διευρυμένη χρήση φορητών συσκευών για την έρευνα δεδομένων και το είδος των πραγμάτων, καθώς και την κλιμακούμενη χρήση της διαδικτυακής ζωής σε διαφορετικές προοπτικές.
- Τα νέα μέσα ενημέρωσης έχουν παίξει επί του παρόντος μια κρίσιμη δουλειά σε σημαντικό αριθμό καθημερινών μας ασκήσεων.
- Η κοινωνική δικτύωση έχει επηρεάσει κάθε τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας και έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο ενσωματώνονται τα ταξίδια.
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην τουριστική βιομηχανία ενισχύουν μια σημαντικά πιο θετική σχέση με τους αγοραστές, όπου δημιουργούνται γνήσια πλεονεκτήματα, καθώς και τους καταναλωτές, καθώς τους βοηθούν στη λήψη μιας σωστής απόφασης.
- Ωστόσο, κάθε νόμισμα έχει δύο όψεις:
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργούν θετικό αντίκτυπο στους καταναλωτές ή τους εμπόρους, όπως η ευαισθητοποίηση της μάρκας, η δημιουργία φήμης, η λήψη αποφάσεων, η αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων κ.λπ., ομοίως έχουν και αρνητικές επιπτώσεις, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν αναποτελεσματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει τη δημοσίευση ψεύτικων κριτικών και ιστοριών, τη δημιουργία επιμελημένων ιστοριών ή τροφοδοσίας που μπορεί να μην είναι αληθινές με την πραγματική έννοια και συνεπώς τη λήψη λανθασμένης απόφασης για την επιλογή μιας εναλλακτικής λύσης με βάση αυτή την τροφοδοσία.



# Βιβλιογραφικές αναφορές



- Bennett, S. (2014). Social Media Business Statistics, Facts, Figures & Trends 2014. Adweek. Internet access: <http://www.adweek.com/socialtimes/social-business-trends-2014/498129> [accessed April 11, 2023].
- Deputy Ministry of Tourism - Republic of Cyprus. (2023). Home page : Deputy Ministry of Tourism - Republic of Cyprus Retrieved from [https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/home\\_en/home\\_en?openform](https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/home_en/home_en?openform) [accessed April 21, 2023]
- Expedia Group Travel Outlook (2023). Internet Access: <https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/Expedia-Group-Monthly-Travel-Outlook/> [accessed May 6, 2023]
- Kaur, H. (2018). Social media as a travel influencer: A review of recent studies. International Journal of Academic Research & Development (IJAR&D), 4(2), 81-85.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. London: Logman.
- McKinsey and Company (2023). Internet Access: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel> [accessed April 27, 2023]
- Nielsen's Global Trust in Advertising Survey.(2012). Internet access: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/niensenglobal-consumers-trust-in-earned-advertising-grows.html> [accessed April 29, 2023].
- PWC SURVAY (2023) :). Internet access: <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/five-travel-trends.html> [accessed April 27, 2023].
- Sesar, V., Hunjet, A., & Kozina, G. (2021). Influencer marketing in travel and tourism: literature review. Economic and Social Development: Book of Proceedings, 182-192.
- UNWTO. (2023). DIGITAL TRANSFORMATION. Retrieved from: <https://www.unwto.org/digital-transformation> . [accessed May 5, 2023].

# ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!

Έχετε ερωτήσεις;



Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συντακτών και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για αυτές.

