



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

ΚΕΡΚΥΡΑ, 10/12/2020

## ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

### ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

Μέσα στην παγκόσμια πανδημία που βιώνουμε που εξαιτίας της έχει επηρεαστεί αρνητικά η προσέλευση τουριστών είναι απαραίτητο να σχεδιαστεί μια πολύ καλή τουριστική προβολή του νησιού μας για να μπορέσουμε να αυξήσουμε τον αριθμό τουριστών που θα το επισκεφτούν για να βελτιωθούν τα εισοδήματα επιχειρήσεων και εργαζομένων που δυστυχώς το 2020 γνώρισαν μια απρόσμενη οικονομική κατάσταση που σε πολλούς θα επιφέρει ανεπανόρθωτη οικονομική ζημιά. Για τους παραπάνω λόγους επιβάλλεται η τουριστική προβολή να σχεδιαστεί με τρόπο που θα προβάλει επιχειρήσεις, περιβάλλον και υποδομές του νησιού μας. Η αβεβαιότητα της μελλοντικής τουριστικής αγοράς μας υποχρεώνει να σχεδιάσουμε μια τακτική πάνω σε δύο ευέλικτα πλάνα. Βασιζόμενοι στα σημερινά δεδομένα και τα πρώτα μαθήματα της περιόδου COVID-19 προτείνουμε:

1. Το PLAN A για να σώσουμε την επόμενη σαιζόν (Ιανουάριο με Οκτώβριο 2021).
2. Το PLAN B για να βάλουμε τα αναπτυξιακά θεμέλια του τουρισμού της Κέρκυρας (Οκτώβριο 2021 και μετά).

#### **PLAN A: Στρατηγική ανταρτών**

Σε αυτό το πλάνο οι καταστάσεις δεν διαφέρουν πολύ από αυτές που βιώνει σήμερα ο πλανήτης, με περιορισμένες επαφές μεταξύ των ανθρώπων και τα ταξίδια που με διαδικασίες και αυστηρά πρωτόκολλα (PCR, PLF, καραντίνες, κτλ).

Σε αυτή την περίοδο τα ταξίδια δεν απαγορεύονται αλλά μειώνεται πολύ δραστικά ο αριθμός τουριστών. Ο στόχος μας είναι να μπορέσουμε να προσελκύσουμε τους πιο πολλούς επισκέπτες.

1. Η πρώτη ανάγκη των επισκεπτών είναι η υγειονομική ασφάλεια. Η λειτουργία ενός τετρανήφιου αριθμού έκτακτης ανάγκης που να παρέχει βοήθεια και πληροφόρηση σε ό,τι συμβεί ή χρειαστεί στους επισκέπτες μας είναι απαραίτητο και το πρώτο στοιχείο της επικοινωνίας.
2. Επανατοποθέτηση της επικοινωνίας του προορισμού Κέρκυρα ώστε να ξαφνιάσει ή ακόμα για να σοκάρει θετικά τους επισκέπτες και να γίνει αντιληπτή και viral. Με αυτό τον τρόπο και με λιγότερες επενδύσεις θα έχουμε μεγαλύτερα αποτελέσματα σε πιο σύντομο χρόνο.  
Επικοινωνία μόνο μέσα από τα Social media και outdoor διαφημίσεις σε στοχευμένες ευρωπαϊκές αγορές.
3. Ανάπτυξη πλατφορμών ηλεκτρονικής πληροφόρησης. Αρχίζοντας με μια ιστοσελίδα προώθησης του προορισμού με βάση τις θεματικές εμπειρίες (εξοχή, θάλασσα,

ποδήλατο, γαστρονομία πολιτισμό, αθλητισμό κτλ). Η χρήση τεχνολογίας Virtual θα αυξήσει τον αριθμό των επισκεπτών.

4. Θεματικά WEB seminars με travel agents, ΤΟ, κτλ
5. Δράσεις για την προώθηση των φυσικών ομορφιών του νησιού και αξιοθέατων από τους πολίτες δια των Social media: διαγωνισμούς φωτογραφίας, ασυνήθιστα μέρη, κτλ
6. Στοχευμένες διαφημίσεις σε digital MME ανάλογα των επικρατουσών συνθηκών.
7. Δημιουργία Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων.

## **PLAN B: Στρατηγική εξωστρέφειας**

Με back to basics στοιχεία που εστιάζουν στην ανθρώπινη επαφή. Όποιες μορφές σύγχρονης επικοινωνίας μπορεί να προκύψουν στο μέλλον, η ανθρώπινη επαφή θεωρείται αναντικατάστατη.

1. Συμμετοχή στις τουριστικές εκθέσεις των βασικών αγορών της Κέρκυρας.
2. Άνοιγμα νέων κοντινών αγορών με μεγάλη αγοραστική δύναμη, με τη χρήση εκστρατειών των Social media.
3. Επανατοποθέτηση των προϊόντων στοχεύοντας τυπολογίες τουριστών (οικογένειες, ζευγάρια, λάτρεις της φύσης κτλ).
4. Events (target market tours) «φέρνουμε την Κέρκυρα σε εσάς» σε στρατηγικές ευρωπαϊκές μεγαλουπόλεις.
5. Fam Trips σε δημοσιογράφους εγνωσμένης αξίας ευρωπαϊκών MME.

## **Τοπικές οριζόντιες θεμελιώδεις δράσεις**

1. Βελτίωση υποδομών.
2. Συνέχιση λειτουργίας γραφείων πληροφόρησης.
3. Σεμινάρια επιμόρφωσης εργαζομένων στον τουρισμό για ιδιαιτερότητες συμπεριφοράς τουριστών ανάλογα τον προορισμό προέλευσης.
4. Διενέργεια συνεργειών με ΤΟ και Travel Agents για κοινή παρακολούθηση δεδομένων της αγοράς και χάραξη στρατηγικής για παρουσίαση νέων προϊόντων.
5. Ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων της Κέρκυρας με τη μορφή εναλλακτικών μορφών τουρισμού: πεζοπορία, ποδηλασία, θρησκευτικός τουρισμός, γαστρονομία κτλ. Το πλεονέκτημα της ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού έγκειται στην προσέγγιση TARGET MARKET. Το TARGET MARKET είναι μια ανεξάντλητη αγορά με κοινά χαρακτηριστικά από όλο τον πλανήτη.
6. Αναβάθμιση του πελάτη ως πρεσβευτή διαφήμισης του προορισμού με την ανάπτυξη προγράμματος με στόχο το συναισθηματικό δέσιμο του τουρίστα με τον προορισμό.

Με εκτίμηση

Ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Κέρκυρας και

Πρόεδρος του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Ιονίων Νήσων

Γεώργιος Π. Χονδρογιάννης