



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το υλικό του έργου αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις του συγγραφέα. Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή ή η Ελληνική Εθνική Υπηρεσία (ΙΚΥ) δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.
Αριθμός Έργου: 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567

Ο ΑΡΓΟΣ ΔΡΟΜΟΣ - Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΕΝΟΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΥ ΟΡΓΑΝΩΤΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Παρέχεται από: TEST

Επισκόπηση

Όνομα: Butterfield & Robinson (Η πλατφόρμα περιεχομένου είναι "The Slow Road")

Τοποθεσία: Με έδρα το Τορόντο του Καναδά, αλλά πραγματοποιεί εκδρομές παγκοσμίως, με ισχυρή παρουσία σε ευρωπαϊκούς προορισμούς όπως η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία.

Τύπος: Ειδικός Πράκτορας Ταξιδιών Πολυτελείας

Εισαγωγή

Αυτή η μελέτη περίπτωσης επικεντρώνεται στην εταιρεία The Slow Road (από την Butterfield & Robinson), έναν ταξιδιωτικό πράκτορα πολυτελείας που ειδικεύεται σε περιηγήσεις με τα πόδια και ποδηλασία υψηλής ποιότητας. Δείχνει πώς μια **εξειδικευμένη επιχείρηση με ένα προϊόν υψηλής αξίας μπορεί να χρησιμοποιήσει το μάρκετινγκ περιεχομένου για να δημιουργήσει μια πιστή κοινότητα και να αυξήσει τις πωλήσεις**. Η στρατηγική τους αποδεικνύει ότι το περιεχόμενο δεν χρειάζεται πάντα να γίνεται viral για να είναι αποτελεσματικό. Αντίθετα, πρέπει να φτάσει στο σωστό κοινό με ένα μήνυμα που έχει βαθιά απήχηση.

Εκτέλεση

- **Το πρόβλημα:** Ως μάρκα πολυτελείας, η Butterfield & Robinson (B&R) λειτουργεί σε μια ανταγωνιστική αγορά. Η τιμή τους είναι σημαντικά υψηλότερη από τον μέσο όρο, επομένως το μάρκετινγκ τους πρέπει να δικαιολογεί αυτήν την πρόταση αξίας. Η πρόκληση δεν ήταν απλώς να πουλήσουν ένα ταξίδι, αλλά να πουλήσουν μια φιλοσοφία ταξιδιού - «επιβραδύνετε για να δείτε τον κόσμο». Έπρεπε να προσελκύσουν ένα απαιτητικό πελατολόγιο που εκτιμά τις καθηλωτικές εμπειρίες, την καθοδήγηση από ειδικούς και την πρόσβαση στα παρασκήνια αντί για μια λίστα ελέγχου αξιοθέατων.



Ο ΑΡΓΟΣ ΔΡΟΜΟΣ - Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΕΝΟΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΥ ΟΡΓΑΝΩΤΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Παρέχεται από: TEST

- **Υιοθέτηση μάρκετινγκ περιεχομένου:** Η στρατηγική περιεχομένου της B&R ενσωματώνεται στο ιστολόγιο και περιοδικό τους, "The Slow Road". Αυτή η πλατφόρμα δεν είναι απλώς ένα εργαλείο πωλήσεων. Είναι μια όμορφα επιμελημένη συλλογή από ιστορίες, οδηγούς και συνεντεύξεις που αντικατοπτρίζουν τη φιλοσοφία ταξιδιών της εταιρείας. Το περιεχόμενό τους περιλαμβάνει:
 - **Εκτενείς ταξιδιωτικές ιστορίες:** Εμπειριστατωμένες αφηγήσεις από τους ξεναγούς και τους σχεδιαστές ταξιδιών που ξεπερνούν το δρομολόγιο, εστιάζοντας στους ανθρώπους, τον πολιτισμό και τις στιγμές σύνδεσης που κάνουν ένα ταξίδι ξεχωριστό.
 - **Οδηγοί «Μια μέρα στη ζωή»:** Εξαιρετικά λεπτομερή άρθρα που παρουσιάζουν πώς είναι πραγματικά να βρίσκεσαι σε ένα από τα ταξίδια τους, από τον πρωινό καφέ μέχρι το βραδινό κρασί.
 - **Συνεντεύξεις ειδικών:** Συζητήσεις με ντόπιους τεχνίτες, σεφ και ιστορικούς με τους οποίους συνεργάζεται η B&R, οι οποίες αναδεικνύουν τη μοναδική πρόσβαση που παρέχουν τα ταξίδια τους.
 - **Φωτογραφία και βιντεοσκόπηση υψηλής ποιότητας:** Το οπτικό περιεχόμενο είναι εκπληκτικό, αποπνέοντας μια αίσθηση χώρου και πολυτέλειας που ευθυγραμμίζεται απόλυτα με την επωνυμία.
 - **Το περιεχόμενο διανέμεται μέσω του ιστότοπού τους,** ενός εξελιγμένου προγράμματος μάρκετινγκ μέσω email και έντυπων περιοδικών υψηλής ποιότητας που αποστέλλονται σε προηγούμενους και υποψήφιους πελάτες.



Ο ΑΡΓΟΣ ΔΡΟΜΟΣ - Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΕΝΟΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΥ ΟΡΓΑΝΩΤΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Παρέχεται από: TEST

Βασικές πληροφορίες

- Απτά αποτελέσματα:** Ενώ η B&R είναι ιδιωτική εταιρεία και δεν δημοσιεύει λεπτομερή οικονομικά στοιχεία, η μακροβιότητα και η ηγετική της θέση στην αγορά πολυτελών ταξιδιών για πάνω από 50 χρόνια αποτελεί απόδειξη της επιτυχημένης στρατηγικής της.
 - Διαθέτουν εξαιρετικά **υψηλό ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών και συστάσεων**, το οποίο αποτελεί το χρυσό πρότυπο για μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών πολυτελείας. Το μάρκετινγκ περιεχομένου τους είναι ζωτικής σημασίας για την καλλιέργεια αυτών των μακροχρόνιων σχέσεων.
 - Το **ιστολόγιο "The Slow Road"** είναι μια **αναγνωρισμένη πηγή υψηλής ποιότητας ταξιδιωτικής γραφής**, που έχει κερδίσει βραβεία και έχει εδραιώσει το **κύρος και την αξιοπιστία της εταιρείας στον ταξιδιωτικό κλάδο**.
 - Το **μάρκετινγκ μέσω email**, που τροφοδοτείται από αυτό το περιεχόμενο, επιτυγχάνει υψηλά ποσοστά ανοίγματος και κλικ, επειδή οι συνδρομητές το βλέπουν ως πολύτιμο περιεχόμενο και όχι απλώς ως διαφήμιση.
- Παράγοντες επιτυχίας:** Η επιτυχία του "The Slow Road" προέρχεται από την ακλόνητη δέσμευσή του στο ήθος της επωνυμίας του. Το περιεχόμενο αποτελεί επέκταση του ίδιου του προϊόντος: είναι προσεγμένο, άρτια κατασκευασμένο και πολυτελές. Χτίζει με επιτυχία έναν κόσμο γύρω από την επωνυμία, του οποίου οι πελάτες θέλουν να αποτελέσουν μέρος. Το περιεχόμενο χρησιμεύει για την αξιολόγηση των υποψήφιων πελατών. Μέχρι να επικοινωνήσει μαζί τους ένας πιθανός πελάτης, έχει ήδη επενδύσει στη φιλοσοφία B&R και κατανοεί την αξία της εμπειρίας, καθιστώντας τη διαδικασία πωλήσεων πιο ομαλή.



Ο ΑΡΓΟΣ ΔΡΟΜΟΣ - Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΕΝΟΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΥ ΟΡΓΑΝΩΤΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Παρέχεται από: TEST

Συστάσεις

- Αφήστε το περιεχόμενό σας να αντικατοπτρίζει την αξία της επωνυμίας σας: Εάν είστε μια premium επωνυμία, το περιεχόμενό σας πρέπει επίσης να είναι premium. Επενδύστε σε υψηλής ποιότητας γραφή, φωτογραφία και σχεδιασμό.
- Καλλιεργήστε, μην πουλάτε απλώς: Χρησιμοποιήστε περιεχόμενο για να χτίσετε μια μακροπρόθεσμη σχέση με το κοινό σας. Προσφέρετε αξία και χτίστε εμπιστοσύνη με την πάροδο του χρόνου. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για προϊόντα υψηλής αξίας με μεγάλο κύκλο πωλήσεων.
- Εστιάστε σε βάθος, όχι σε ευρύ πεδίο: Για τις εξειδικευμένες επιχειρήσεις, είναι πιο αποτελεσματικό να δημιουργούν περιεχόμενο σε βάθος για ένα μικρό, αφοσιωμένο κοινό παρά να δημιουργούν επιφανειακό περιεχόμενο για το ευρύ κοινό. Γίνετε ο βασικός πόρος για τον συγκεκριμένο τομέα εξειδίκευσής σας.
- Δείξτε, μην απλώς λέτε: Χρησιμοποιήστε την αφήγηση για να δείξετε την αξία του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας. Αντί να λέτε ότι οι περιηγήσεις σας είναι «καθηλωτικές», πείτε μια ιστορία που δείχνει έναν ταξιδιώτη να βιώνει μια καθηλωτική εμπειρία.

Αναφορές

Ο Αργός Δρόμος των Butterfield & Robinson. (χ.η.). Ιστολόγιο. <https://www.butterfield.com>

Contently. (2015). Πώς οι Butterfield & Robinson κατέκτησαν την τέχνη του μάρκετινγκ περιεχομένου υψηλής ποιότητας. <https://contently.com/content-marketing-case-studies/>

