



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-ΕΛ01-ΚΑ210-ΑΔΥ-000180567

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ: ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS IKE

Επισκόπηση:

Όνομα: Καμπάνιες μέσω κοινωνικής δικτύωσης για οινοποιεία

Τοποθεσία: Ιταλία και Ελλάδα

Τύπος μελέτης περίπτωσης: Μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης για αναγνωρισιμότητα επωνυμίας

Εισαγωγή:

Το **μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων** έχει αναδειχθεί σε ένα ισχυρό εργαλείο για τα μικρά οινοποιεία που προσπαθούν να ανταγωνιστούν σε μια κορεσμένη αγορά στην Ευρώπη. Τα τελευταία χρόνια υπάρχουν πολλές ακαδημαϊκές μελέτες που εξετάζουν τη δυνατότητα πιο σκόπιμης αξιοποίησης των κοινωνικών μέσων για αυτά τα μικρά οινοποιεία. Ακολουθεί ένα σύνολο δύο μελετών περίπτωσης που πραγματοποιήθηκαν στην **Ιταλία και την Ελλάδα** σχετικά **με τον τρόπο εφαρμογής του μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων** και τα αποτελέσματα που παρήγαγε.

Υλοποίηση:

Σύμφωνα με μια ποιοτική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στην Ιταλία σχετικά με το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων για τα οινοποιεία, το Instagram υιοθετήθηκε ως κύριο εργαλείο για τη βελτίωση της επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης με τους πελάτες, ενώ τα ελληνικά οινοποιεία από την άλλη πλευρά χρησιμοποίησαν τόσο το Facebook όσο και το Instagram:

Ακολουθεί ένας συνδυασμός και των δύο στρατηγικών:

1. Στρατηγική ανά πλατφόρμα:

Instagram για Branding: Το Instagram στοχεύει ιδιαίτερα στους Millennials και τη Γενιά Z, οι οποίοι προτιμούν το οπτικό περιεχόμενο. Τα ιταλικά οινοποιεία χρησιμοποίησαν την αφήγηση ιστοριών και εικόνες υψηλής ποιότητας για να ενισχύσουν την εμβέλειά τους.



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
ERASMUS+ KA2 - SMALL SCALE PARTNERSHIPS
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
the European Union

REZOS
BRANDS
Delivering Value



test
Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ: ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS IKE

Facebook για Μετατροπές: Ελληνικά οινοποιεία επικεντρώθηκαν στο Facebook για να προσελκύσουν μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, όπως η Γενιά X και οι Boomers.

Σύμφωνα με την VinePair, την εταιρεία ψηφιακών μέσων που επικεντρώνεται στην κουλτούρα του κρασιού, το Facebook είναι ιδανικό για την προσέλκυση φυσικών επισκεπτών σε εστιατόρια και την οργάνωση τοπικών εκδηλώσεων.

2. Συνέπεια και αλληλεπίδραση:

Τόσο τα ιταλικά όσο και τα ελληνικά οινοποιεία δημιούργησαν ημερολόγια περιεχομένου και παρέμειναν συνεπή με τις αναρτήσεις τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

3. Αυθεντικότητα έναντι των Influencers:

Τα οινοποιεία υιοθέτησαν μια πιο αυθεντική προσέγγιση στο περιεχόμενο, δίνοντας έμφαση στο προσωπικό και τους οινοποιούς τους ώστε να συνδέονται με τους καταναλωτές. Αντί να βασίζονται αποκλειστικά σε influencers, και τα δύο οινοποιεία στην Ιταλία και την Ελλάδα χρησιμοποίησαν την εσωτερική τους ομάδα για να παράγουν απλό περιεχόμενο που επιτρέπει την πρόσβαση στα παρασκήνια.

Βασικές πληροφορίες:

Τα στοιχεία που οδήγησαν στην επιτυχία αυτής της καμπάνιας μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

Γνωριμία με το κοινό: Είναι σημαντικό να κατανοήσετε πού βρίσκεται το κοινό σας. Ενώ το Instagram είναι πιο κατάλληλο για κοινό που εκτιμά την οπτική ελκυστικότητα, το Facebook είναι πιο κατάλληλο για ομαδικές συζητήσεις μεταξύ μεγαλύτερου σε ηλικία κοινού.



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
ERASMUS+ KA2 - SMALL SCALE PARTNERSHIPS
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
the European Union

REZOS
BRANDS
Delivering Value

EUROPEAN
R&D
DEPARTMENT
Cultural & Educational

test
Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ: ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS IKE

Εστίαση στην Αυθεντικότητα: Τα οινοποιεία ενισχύουν τις διασυνδέσεις αξιοποιώντας το εσωτερικό προσωπικό αντί να πληρώνουν για influencers. Η ιεράρχηση των γνήσιων σχέσεων έναντι των εμπορικών αλληλεπιδράσεων μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική στην προσέγγιση νέου κοινού.

Συνεπής Δημοσίευση: Δημιουργώντας ένα τακτικό πρόγραμμα δημοσιεύσεων που περιελάμβανε ένα μείγμα διδακτικού, ελκυστικού και προωθητικού περιεχομένου, τα οινοποιεία μπόρεσαν να διατηρήσουν και να χτίσουν το διαδικτυακό τους κοινό.

Συστάσεις:

Για τις επιχειρήσεις φιλοξενίας που επιθυμούν να εφαρμόσουν μια παρόμοια στρατηγική, ακολουθούν ορισμένα εφαρμόσιμα βήματα:

- Εστίαση στα δυνατά σημεία της πλατφόρμας: Τα οινοποιεία και οι επιχειρήσεις φιλοξενίας θα πρέπει να στοχεύουν σε συγκεκριμένες πλατφόρμες με βάση τους δείκτες απόδοσής τους.
- Η συνέπεια είναι το κλειδί: Η δημιουργία ενός ημερολογίου περιεχομένου για να διασφαλιστεί η τακτική δημοσίευση και αλληλεπίδραση θα προσδώσει στο κοινό σας μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα.
- Επενδύστε στην Αυθεντικότητα: Αναδείξτε τους υπαλλήλους και τις εσωτερικές προσωπικότητες για να δημιουργήσετε σχετικό και αυθεντικό περιεχόμενο.

Πηγές:

Δίκτυο Εμπορίου Ποτών. (30 Μαρτίου 2020). Μάρκετινγκ περιεχομένου κρασιού με την Erica Duecy, αρχισυντάκτρια και υπεύθυνη περιεχομένου στο VinePair [Βίντεο]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nDs5Zkvpjlk>



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
ERASMUS+ KA2 - SMALL SCALE PARTNERSHIPS
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
the European Union

REZOS
BRANDS
Delivering Value



test
Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ: ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS IKE

Μπιτάκου, Ε., Καρέτσος, Σ., Νταλιάνης, Φ., Νταλιάνη, Μ., & Κωστοπούλου, Χ. (2024). Αξιολόγηση του μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων στον κλάδο των ελληνικών οινοποιείων. *Sustainability*, 16(1), 192. <https://doi.org/10.3390/su16010192>

Righin, A. (2023). Μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων για οινοποιεία: Ποιοτική ανάλυση της υιοθέτησης του Instagram (Μεταπτυχιακή διατριβή, Πανεπιστήμιο Ca' Foscari Venezia). <https://unitesi.unive.it/bitstream/20.500.14247/15006/1/893502-1280759.pdf>



DIGI-TOUR-SKILLS

UPSCALING DIGITAL SKILLS IN THE TOURISM SECTOR
ERASMUS+ KA2 - SMALL SCALE PARTNERSHIPS
PROJECT NO. 2023-2-EL01-KA210-ADU-000180567



Co-funded by
the European Union

REZOS
BRANDS
Delivering Value



test
Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis