



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

ΜΕΤΑΤΡΕΠΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΑΜΠΑΝΙΑ «ΕΜΠΝΕΥΣΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΛΑΝΔΙΑ»

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS IKE

Επισκόπηση:

Όνομα: Καμπάνια «Εμπνευσμένη από την Ισλανδία»

Τοποθεσία: Ισλανδία

Τύπος μελέτης περίπτωσης: Πληρωμένη διαφήμιση στο τουριστικό μάρκετινγκ

Εισαγωγή:

Το 2010, η Ισλανδία αντιμετώπισε μια πιθανή τουριστική κρίση μετά την έκρηξη του ηφαιστείου Eyjafjallajökull. Με τα διεθνή ταξίδια να διακόπτονται και να αρχίζει να διαμορφώνεται μια αρνητική εικόνα, η Ισλανδία ήθελε να αναδημιουργήσει την εικόνα της και να προσελκύσει ξανά τουρίστες. Η καμπάνια «*Inspired by Iceland*», μέσω μιας σειράς στρατηγικών επί πληρωμή διαφημίσεων, μετέτρεψε αυτήν την κρίση σε ευκαιρία προβολής.

Υλοποίηση:

Μετά την έκρηξη του ηφαιστείου, η κυβέρνηση της Ισλανδίας και το συμβούλιο τουρισμού ξεκίνησαν την καμπάνια «*Inspired by Iceland*». Χρησιμοποιώντας διάφορες τεχνικές πληρωμένης διαφήμισης, όπως διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ψηφιακές διαφημίσεις και εμφανίσεις, συμπεριλαμβανομένης της τότε προέδρου της Ισλανδίας, η καμπάνια ήταν αποτελεσματική στην αποκατάσταση της εικόνας της Ισλανδίας ως ελκυστικού προορισμού. Η καμπάνια περιελάμβανε ένα ποικίλο σύνολο στρατηγικών μάρκετινγκ:

Διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Χρησιμοποιώντας διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η Ισλανδία στόχευσε πιθανούς τουρίστες με αισθητικές εικόνες από τα τοπία της χώρας, προωθώντας την ως έναν μοναδικό ταξιδιωτικό προορισμό.



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

ΜΕΤΑΤΡΕΠΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΑΜΠΑΝΙΑ «ΕΜΠΝΕΥΣΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΛΑΝΔΙΑ»

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS ΙΚΕ

Συνεργασίες με Influencers: Επιδραστικοί ταξιδιωτικοί bloggers, διασημότητες, ακόμη και ο τότε πρόεδρος, προώθησαν τη χώρα.

Χρήση Hashtags: Η Ισλανδία χρησιμοποίησε το Instagram και δημιούργησε έναν λογαριασμό στο Instagram ήδη από το 2012, ζητώντας από τους ανθρώπους να μοιραστούν τις εντυπώσεις τους από τη χώρα με το hashtag #inspiredbyiceland.

Βασικές πληροφορίες:

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

Διαχείριση κρίσεων μέσω πληρωμένης διαφήμισης: Η καμπάνια μετέτρεψε μια τουριστική κρίση σε ευκαιρία, δείχνοντας την αποτελεσματικότητα του στρατηγικού μάρκετινγκ.



Αποτελέσματα:

Η καμπάνια αύξησε με επιτυχία τους ξένους επισκέπτες μεταξύ 2010 και 2011 κατά σχεδόν 16%.

Εικόνα: Στις μέρες μας, το inspiredbyiceland.com προσφέρει αναρτήσεις ιστολογίου, πληροφορίες για τη ζωή στην Ισλανδία και εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στη χώρα.



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 Experiences

test
Transhuman Educational Services & Tourism

mathemagenesis

ΜΕΤΑΤΡΕΠΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΑΜΠΑΝΙΑ «ΕΜΠΝΕΥΣΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΛΑΝΔΙΑ»

Παρέχεται από: MATHEMAGENESIS IKE

Ευρεία εμβέλεια μέσω πολλαπλών καναλιών: Το τουριστικό συμβούλιο της Ισλανδίας χρησιμοποίησε μια μεγάλη ποικιλία πλατφορμών, οι οποίες δεν περιορίζονται μόνο στα ψηφιακά μέσα. Ο συνδυασμός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των ψηφιακών διαφημίσεων και των έντυπων μέσων επέτρεψε στην Ισλανδία να προσεγγίσει ένα ευρύ κοινό σε διάφορες πλατφόρμες.

Συστάσεις:

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

- Χρησιμοποιήστε πολλαπλές πλατφόρμες διαφήμισης: Συνδυάστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τις ψηφιακές διαφημίσεις και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και αξιοποιήστε το influencer marketing για να μεγιστοποιήσετε την εμβέλεια και την αλληλεπίδραση.
- Εστιάστε στην αφήγηση ιστοριών: Αναδειξτε μοναδικές πτυχές του προορισμού σας και δημιουργήστε θετικές αφηγήσεις που θα έχουν απήχηση στους ταξιδιώτες.
- Αξιοποιήστε την αυξημένη ευαισθητοποίηση κατά τη διάρκεια κρίσεων: Χρησιμοποιήστε πληρωμένες διαφημίσεις για να αλλάξετε γρήγορα την αντίληψη του κοινού και να μετατρέψετε τις προκλήσεις σε ευκαιρίες ανάπτυξης.

Πηγή:

IPA Social Works. (2014). Πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έσωσαν τον ισλανδικό τουρισμό μετά την έκρηξη του ηφαιστείου. Ινστιτούτο Επαγγελματιών Διαφήμισης. Ανακτήθηκε από https://www.marketingsociety.com/sites/default/files/ICELAND_CASE_STUDY_210.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
Transforming Educational Services & Tourism

mathemagenesis