



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

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ PACK UP + GO

Παρέχεται από: TEST

Επισκόπηση

Όνομα: Pack Up + Go

Τοποθεσία: Ηνωμένες Πολιτείες

Τύπος: Γραφείο έκπληξης ταξιδιών

Καμπάνια: Στρατηγική email με εκπαιδευτικό περιεχόμενο και περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες (UGC)

Εισαγωγή

Πώς προωθείτε ένα προϊόν όταν ο πυρήνας του είναι μια πλήρης έκπληξη;

Αυτή ήταν η μοναδική πρόκληση που αντιμετώπισε το Pack Up + Go, ένα ταξιδιωτικό γραφείο που σχεδιάζει ταξίδια για τους πελάτες του χωρίς να αποκαλύπτει τον προορισμό μέχρι την ημέρα της αναχώρησης. Αυτή η μελέτη περίπτωσης διερευνά πώς η εταιρεία χρησιμοποίησε το email marketing όχι μόνο για προώθηση, αλλά και ως κρίσιμο εργαλείο για την εκπαίδευση και την οικοδόμηση εμπιστοσύνης, μετατρέποντας ένα πιθανό εμπόδιο πελάτη σε βασικό μέρος της ιστορίας της επωνυμίας της.

Υλοποίηση

Ποιο ήταν το πρόβλημα; Η κύρια πρόκληση για το Pack Up + Go ήταν η υπερνίκηση της ανησυχίας των πελατών. Ενώ η ιδέα ενός ταξιδιού-έκπληξη είναι συναρπαστική, οι πιθανοί ταξιδιώτες έχουν φυσικά ερωτήσεις και ανησυχίες σχετικά με την παραίτηση από τον έλεγχο. Η ομάδα μάρκετινγκ έπρεπε να εκπαιδεύσει τους πελάτες σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας της διαδικασίας -καθησυχάζοντάς τους ότι δεν ήταν τυχαία- και να οικοδομήσει αρκετή εμπιστοσύνη για να τους πείσει να κάνουν κράτηση.

- Πώς υιοθετήθηκε η δεξιότητα για την επίλυση του προβλήματος; Η Pack Up + Go ανέπτυξε μια στρατηγική μάρκετινγκ μέσω email με επίκεντρο τη διαφάνεια και την κοινωνική απόδειξη. Τα email τους σχεδιάστηκαν για να απαντούν σε ερωτήσεις πριν καν τεθούν και να παρουσιάζουν τις χαρούμενες εμπειρίες προηγούμενων ταξιδιωτών.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ PACK UP + GO

Παρέχεται από: TEST

Βασικές πληροφορίες

Τι καθιστά επιτυχημένη αυτήν τη μελέτη περίπτωσης;

Αυτή η καμπάνια επιτυγχάνει δίνοντας προτεραιότητα στην εμπιστοσύνη έναντι μιας σκληρής πώλησης. Χρησιμοποιώντας το email για εκπαίδευση και καθυσύχαση, η Pack Up + Go αντιμετωπίζει αποτελεσματικά το κύριο σημείο τριβής στο ταξίδι του πελάτη.

Η στρατηγική χρήση του UGC είναι ιδιαίτερα λαμπρή, καθώς μετατρέπει τους καθημερινούς ταξιδιώτες σε influencers της μάρκας. Το να βλέπεις γνήσιους, ευχαριστημένους πελάτες παρέχει ισχυρή, αξιόπιστη επιβεβαίωση που είναι πιο αποτελεσματική από οποιαδήποτε στιλβωμένη διαφήμιση. Αυτή η εστίαση στην οικοδόμηση μιας αξιόπιστης κοινότητας ήταν το κλειδί για την ανάπτυξή τους.

Οι βασικές τακτικές περιελάμβαναν:

- **Εκπαιδευτικό περιεχόμενο:** Τα email εξηγούσαν με σαφήνεια την έρευνα πριν από το ταξίδι, όπου οι πελάτες περιγράφουν τα ενδιαφέροντά τους, τον προϋπολογισμό και το ιστορικό ταξιδιών τους. Αυτό ενημέρωσε το κοινό ότι ενώ ο προορισμός αποτελεί έκπληξη, το ίδιο το ταξίδι είναι προσεκτικά προσαρμοσμένο στις προτιμήσεις τους.
- **Περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες (UGC):** Από την πρώτη κιάλας εμπειρία της, η εταιρεία ενθάρρυνε τους πελάτες να μοιράζονται τις στιγμές «αποκάλυψης». Αυτές οι χαρούμενες φωτογραφίες και μαρτυρίες έγιναν ακρογωνιαίος λίθος του μάρκετινγκ μέσω email και μέσω κοινωνικής δικτύωσης, παρέχοντας αυθεντική κοινωνική απόδειξη ότι η υπηρεσία δοκιμάστηκε και αγαπήθηκε.
- **Τμηματοποίηση και αυτοματοποίηση:** Η εταιρεία χρησιμοποιεί το Mailchimp για να τμηματοποιήσει τις λίστες της και να στείλει στοχευμένα μηνύματα. Για παράδειγμα, οι ταξιδιώτες που ταξίδεψαν στο παρελθόν λαμβάνουν email σχετικά με διαφορετικούς τύπους ταξιδιών που θα μπορούσαν να κάνουν (π.χ., οδικά ταξίδια έναντι αεροπορικών ταξιδιών). Χρησιμοποιούν επίσης αυτοματοποίηση για να στείλουν σχετικές πληροφορίες μετά την κράτηση, όπως μια προσφορά για ταξιδιωτική ασφάλιση.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ PACK UP + GO

Παρέχεται από: TEST

Ποιά ήταν τα μετρήσιμα αποτελέσματα;

Η επιτυχία αυτής της στρατηγικής που επικεντρώνεται στην εμπιστοσύνη είναι εμφανής στα **υψηλά ποσοστά επαναλαμβανόμενων πελατών και συστάσεων της εταιρείας**, τα οποία αποτελούν ισχυρούς δείκτες ικανοποίησης και αφοσίωσης πελατών.

- **Επαναλαμβανόμενοι ταξιδιώτες:** Το 18,23% όλων των ταξιδιών που έχουν κρατηθεί προέρχονται από πελάτες που επιστρέφουν.
- Συστάσεις: Ένα επιπλέον **21,71% των ταξιδιών προέρχονται από πελάτες που παραπέμφθηκαν από έναν φίλο** ή μέλος της οικογένειάς τους που είχε χρησιμοποιήσει προηγουμένως την υπηρεσία.
- Συνολική ανάπτυξη: Η εταιρεία έχει προγραμματίσει περίπου **16.000 ταξίδια για 35.000 ταξιδιώτες σε πάνω από 300 προορισμούς**.

Συστάσεις

- Χρησιμοποιήστε το email για εκπαίδευση: Εάν το προϊόν ή η υπηρεσία σας έχει μια μοναδική ή σύνθετη πρόταση αξίας, χρησιμοποιήστε μια σειρά email καλωσορίσματος για να εκπαιδεύσετε τους νέους συνδρομητές. Εξηγήστε πώς λειτουργεί, απαντήστε σε συνήθεις ερωτήσεις και ορίστε σαφείς προσδοκίες.
- Υιοθετήστε περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες: Ενθαρρύνετε ενεργά τους πελάτες σας να μοιράζονται τις εμπειρίες τους και προβάλετε αυτό το περιεχόμενο σε περίοπτη θέση στα email σας. Το περιεχόμενο UGC είναι μια ισχυρή μορφή κοινωνικής απόδειξης που χτίζει αυθεντικότητα και εμπιστοσύνη.
- Δημιουργήστε ένα πρόγραμμα παραπομπών: Αξιοποιήστε τους ευχαριστημένους πελάτες σας δημιουργώντας ένα πρόγραμμα παραπομπών. Χρησιμοποιήστε το email για να προωθήσετε το πρόγραμμα σε προηγούμενους πελάτες, προσφέροντάς τους κίνητρα να μοιραστούν την επωνυμία σας με το δίκτυό τους, όπως έκανε η Pack Up + Go με το "Cloud 9 Club" της.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ PACK UP + GO

Παρέχεται από: TEST

- Τμηματοποίηση με βάση την εμπειρία: Για τους επαναλαμβανόμενους πελάτες, χρησιμοποιήστε την τμηματοποίηση για να τους παρουσιάσετε άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν έχουν δοκιμάσει ακόμα. Ένας πελάτης που απόλαυσε ένα είδος ταξιδιού μπορεί να είναι το τέλει κοινό για ένα διαφορετικό είδος περιπέτειας.

Πηγές

Pack Up + Go. (χ.χ.). Επίσημη ιστοσελίδα Pack Up + Go – ταξιδιωτικό μοντέλο «έκπληξη». <https://www.packupgo.com/>

Mailchimp. (2022, 29 Αυγούστου). Pack Up + Go – Πώς να πουλάς την εμπειρία της έκπληξης: 3 συμβουλές [Μελέτη περίπτωσης]. <https://mailchimp.com/case-studies/pack-up-go-how-to-sell-a-surprise/>

Mailchimp. (χ.χ.). Παραδείγματα εκστρατειών email marketing (resources). <https://mailchimp.com/resources/email-marketing-campaign-examples/>

Mailchimp. (χ.χ.). Μελέτες περιπτώσεων – SMS & Email Marketing (Case Studies). <https://mailchimp.com/case-studies/>

Mailchimp. (χ.χ.). Μελέτες περιπτώσεων – Σελίδα 2 (Case Studies). <https://mailchimp.com/case-studies/?page=2>

