



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

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ «GUEST VIBE» ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΙΤΙΚΩΝ & ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρέχεται από: TEST

Επισκόπηση

Όνομα: Petit Palace Hoteles

Τοποθεσία: Ισπανία (ξενοδοχειακός όμιλος)

Τύπος: Αλυσίδα μπουτίκ ξενοδοχείων (31 καταλύματα αναφέρονται στις πηγές)

Εφαρμοσμένη ψηφιακή δεξιότητα:

- Διαχείριση φήμης & σημασιολογική ανάλυση (πληροφορίες συναισθήματος/θέματος) & συλλογή και διανομή ερευνών επισκεπτών.
- Η διαχείριση διαδικτυακής φήμης (ORM) είναι η πρακτική της παρακολούθησης και της ανταπόκρισης σε κριτικές για να επηρεαστεί η αντίληψη και η εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών.
- Η σημασιολογική ανάλυση (σε αυτό το πλαίσιο) είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη που ομαδοποιεί το κείμενο σε θέματα (π.χ. Wi-Fi, καθαριότητα, προσωπικό) και συναίσθημα (θετικό/αρνητικό), ώστε τα μοτίβα να είναι ορατά.

Εισαγωγή

Οι διαδικτυακές κριτικές και οι έρευνες αποτελούν «μεγάλα δεδομένα» για τη φιλοξενία: κείμενο μεγάλου όγκου, χωρίς δομή σε πολλές πλατφόρμες. Αυτή η περίπτωση δείχνει πώς μια ξενοδοχειακή ομάδα χρησιμοποίησε τη συγκέντρωση κριτικών και τη σημασιολογική ανάλυση για να ιεραρχήσει τις επενδύσεις, να αυξήσει το ποσοστό απόκρισης και να βελτιώσει την προβολή και τις κρατήσεις.

Εκτέλεση

Το πρόβλημα

- Οι αξιολογήσεις ήταν κατακερματισμένες σε όλες τις πλατφόρμες και ήταν δύσκολο να μεταφραστούν σε ένα σαφές επιχειρησιακό σχέδιο.
- Η συμπεριφορά απόκρισης και η διαχείριση φήμης απαιτούνταν για κλιμάκωση σε πολλαπλές ιδιότητες.
- Η ηγεσία ήθελε δεδομένα ανατροφοδότησης για να καθοδηγήσει τις επενδυτικές αποφάσεις (όχι ανεπίσημες γνώμες).



ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ «GUEST VIBE» ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΙΤΙΚΩΝ & ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρέχεται από: TEST

Τι εφάρμοσαν

- Χρησιμοποίησα το TrustYou, μια πλατφόρμα διαχείρισης σχολίων και φήμης επισκεπτών που συγκεντρώνει πηγές κριτικών και σχόλια ερευνών και στη συνέχεια αναλύει τάσεις.
- Αυξημένη δραστηριότητα απόκρισης σε αξιολογήσεις χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες TrustYou ORM, αυξάνοντας το ποσοστό απόκρισης από 28% σε 95%.
- Υλοποίησα έρευνες επισκεπτών (TrustYou Stars) και τις κατέστησα σημαντική πηγή σχολίων—αναφέρεται ως το 44% όλων των κριτικών εντός δύο ετών χρήσης στο άρθρο του TrustYou.
- Δώσαμε τη δυνατότητα στους επισκέπτες να δημοσιεύουν απαντήσεις σε έρευνες στην Google, προσθέτοντας πάνω από 1.800 νέες κριτικές Google σε όλα τα καταλύματα (βελτιώνοντας την ορατότητα και τα κλικ, σύμφωνα με το άρθρο).
- Χρησιμοποιήθηκε σημασιολογική ανάλυση για τον εντοπισμό επαναλαμβανόμενων προβλημάτων και την ιεράρχηση των βελτιώσεων (δόθηκε παράδειγμα: αναβάθμιση Wi-Fi και τεχνολογίας δωματίου με βάση τις τάσεις ανατροφοδότησης).

Βασικές πληροφορίες

Παράγοντες επιτυχίας

- Η συγκέντρωση των σχολίων μετατρέπει τα διάσπαρτα σχόλια σε ένα ενιαίο σύνολο δεδομένων που μπορούν να διαχειριστούν και να αξιοποιηθούν.
- Οι τάσεις θεμάτων και συναισθημάτων επιτρέπουν την ιεράρχηση προτεραιοτήτων σε λειτουργικό επίπεδο (επενδύσεις που βασίζονται σε επαναλαμβανόμενα σημεία δυσφορίας, όχι σε μεμονωμένα παράπονα).
- Οι απαντήσεις της διοίκησης επηρεάζουν την πρόθεση κράτησης: έρευνα μεγάλης κλίμακας σε ταξιδιώτες υποδηλώνει ότι οι ορατές, στοχαστικές απαντήσεις βελτιώνουν την εμπιστοσύνη και την πιθανότητα κράτησης.



ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ «GUEST VIBE» ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΙΤΙΚΩΝ & ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρέχεται από: TEST

Μετρήσιμα αποτελέσματα:

- Το ποσοστό απόκρισης αυξήθηκε από 28% σε 95% μετά την εφαρμογή των λειτουργιών ORM.
- Οι έρευνες των επισκεπτών έγιναν μια σημαντική πηγή σχολίων (αναφέρεται ως το 44% όλων των κριτικών εντός δύο ετών από τη χρήση του προγράμματος ερευνών).
- Πάνω από 1.800 νέες αξιολογήσεις Google προστέθηκαν μέσω της ροής έρευνας προς την Google που περιγράφεται στην ιστορία της υπόθεσης.
- Περιγραφή της περίπτωσης TrustYou: ορισμένα ακίνητα ανέφεραν αυξήσεις εσόδων έως και 200% παράλληλα με βελτιωμένες βαθμολογίες φήμης και προβολής (αυτός είναι ένας ισχυρός ισχυρισμός και θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως συγκεκριμένος για κάθε ακίνητο, όχι ως καθολικός).
- Πηγή τύπου δελτίου τύπου: «Αύξηση εσόδων 40% σε δύο χρόνια» που σχετίζεται με τη συνεργασία TrustYou.
- Ευρύτερα στοιχεία για τη συμπεριφορά των ταξιδιωτών (Ipsos MORI & TripAdvisor, 2019):
 - Το 63% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι είναι πιο πιθανό να κάνουν κράτηση εάν ο ιδιοκτήτης απαντήσει στην πλειονότητα των κριτικών.
 - Το 77% δήλωσε ότι είναι πιο πιθανό να κάνει κράτηση εάν οι ιδιοκτήτες αφήνουν εξατομικευμένες απαντήσεις.
 - Το 89% δήλωσε ότι μια προσεκτική απάντηση σε μια αρνητική κριτική βελτίωσε την εντύπωσή τους.

Συστάσεις

1. Δημιουργήστε ένα ενιαίο κανάλι «φωνής επισκεπτών»: συγκεντρώστε κριτικές & έρευνες σε ένα μέρος και τυποποιήστε ετικέτες (εξυπηρέτηση, καθαριότητα, Wi-Fi, πρωινό, θόρυβος, προσωπικό).
2. Αντιμετωπίστε την ανταπόκριση στην αξιολόγηση ως μετρήσιμο στόχο με σαφή ευθύνη: ορίστε μια δέσμευση χρόνου απόκρισης (για παράδειγμα, εντός 24-48 ωρών), παρέχετε εγκεκριμένες οδηγίες διατύπωσης και ύφους και ορίστε τον τρόπο με τον οποίο τα επείγοντα ζητήματα θα πρέπει να δρομολογούνται σε έναν διευθυντή.



ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ «GUEST VIBE» ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΙΤΙΚΩΝ & ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρέχεται από: TEST

3. Χρησιμοποιήστε σημασιολογικές τάσεις για να καθοδηγήσετε επενδυτικές αποφάσεις: δεσμεύστε τον προϋπολογισμό μόνο όταν τα ζητήματα εμφανίζονται με συνέπεια (όγκος + συναίσθημα), όχι επειδή μία αξιολόγηση είναι δραματική.
4. Κλείστε τον κύκλο: δημοσιεύστε εσωτερικά (και μερικές φορές εξωτερικά) την φράση «Εσείς είπατε / εμείς το κάναμε» για να ενισχύσετε μια κουλτούρα ανατροφοδότησης και να βελτιώσετε την αποδοχή του προσωπικού.

Πηγές

Συντακτική Ομάδα TrustYou. (20 Μαΐου 2025). Μελέτη περίπτωσης ξενοδοχείου: Πώς ένας ξενοδοχειακός όμιλος αξιοποίησε τα σχόλια των επισκεπτών για την αύξηση των κρατήσεων. TrustYou. <https://www.trustyouth.com/blog/insights/hotel-case-study-one-hotel-group-leveraged-guest-feedback-increase-bookings/>

Hotel Online. (29 Αυγούστου 2016). Η Petit Palace Hoteles αυξάνει τα έσοδα και βελτιώνει τις εμπειρίες των επισκεπτών μέσω της συνεργασίας TrustYou. <https://www.hotel-online.com/news/petit-palace-hotels-increases-revenues-and-improves-guest-experiences>

Hotel Online. (13 Δεκεμβρίου 2019). Μελέτη αποκαλύπτει ότι το 77% των ταξιδιωτών είναι πιο πιθανό να κάνουν κράτηση όταν οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων απαντούν σε κριτικές. Hotel Online. <https://www.hotel-online.com/news/study-reveals-77-of-travelers-more-like-to-book-when-business-owners-respond-to-reviews>

