

ΤΙΤΛΟΣ: Ψηφιοποίηση για τον αγροτουρισμό

1. Εισαγωγή

Αυτή η ενότητα έχει ως στόχο να εισαγάγει τους χρήστες στο ψηφιακό μάρκετινγκ ως τρόπο προώθησης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Η ιδέα είναι να παρέχει στους χρήστες εύκολα εργαλεία για την εφαρμογή στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ ώστε να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό δυνητικών πελατών, συμβάλλοντας στην ικανοποίηση της ανάγκης του αγροτουριστικού τομέα να προσαρμοστεί στην ψηφιακή κοινωνία και να μετατρέψει τον αγροτουρισμό από τις πιο παραδοσιακές επιχειρήσεις σε επιτυχημένες και καινοτόμες ψηφιακές επιχειρήσεις.

2. Βασικά στοιχεία

2.1 2.1 Εισαγωγή στο ψηφιακό μάρκετινγκ

Το ψηφιακό μάρκετινγκ αναφέρεται σε όλες τις διαφημιστικές ενέργειες και στρατηγικές που γίνονται σε μια διαδικτυακή πλατφόρμα. Οι εκστρατείες ψηφιακού μάρκετινγκ μπορούν να πραγματοποιηθούν σε πλατφόρμες όπως ιστολόγια, ιστότοποι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο κ.λπ. Μια σωστά σχεδιασμένη χρήση αυτών των πόρων μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική αύξηση του αριθμού των πελατών. Το κύριο πλεονέκτημα του ψηφιακού μάρκετινγκ είναι ότι επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αποκτήσουν προβολή και προώθηση ανεξάρτητα από γεωγραφικά εμπόδια.

Ένας πρωταρχικός ορισμός του μάρκετινγκ επισημαίνει τον ενιαίο στόχο της πώλησης προϊόντων σε μια μαζική αγορά. Ωστόσο, οι κοινωνικές αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, η πρόοδος των τεχνολογικών πλατφορμών και κυρίως, η γενική ψηφιοποίηση που βιώσαμε μετά την κρίση COVID-19 ήταν καθοριστικές για να λάβει το μάρκετινγκ μια προοπτική προς την κατεύθυνση της άμεσης και προσωπικής επαφής με τον πελάτη, της προσαρμογής στις προτιμήσεις του και της καθιέρωσης μιας πιο ανθρώπινης, ακόμη και διαδραστικής επικοινωνίας. Η ψηφιοποίηση μιας υφιστάμενης αγροτουριστικής επιχείρησης πρέπει να σχεδιαστεί με βάση αυτές τις νέες τάσεις.

Οφέλη για την αγροτουριστική επιχείρηση	Οφέλη για τους πελάτες
Ευελιξία προσαρμογής στις τάσεις και τις εποχές (Χριστούγεννα, Αγίου Βαλεντίνου, καλοκαίρι).	Πρόσβαση σε ένα ευρύτερο φάσμα επιλογών αναψυχής και τουρισμού που χωρίς την παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα ήταν αδύνατο να προσεγγιστούν.
Άμεση επαφή και αλληλεπίδραση - ενισχύει την εμπιστοσύνη στην επιχείρηση, καθώς οι πελάτες μπορούν να απομακρύνουν τις αμφιβολίες / να επιλύσουν προβλήματα απευθείας με τους ιδιοκτήτες της επιχείρησης.	Προσαρμογή των υπηρεσιών. Ο πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες στη δική του γλώσσα και να ενημερωθεί πριν από την κράτηση για το πώς το ταξίδι του μπορεί να προσαρμοστεί στα γούστα του χρήστη - θα πρέπει να συμπεριλάβετε τις επιλογές προσαρμογής στην ιστοσελίδα σας και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

	Άμεση επικοινωνία με τον πάροχο υπηρεσιών. Οι πελάτες μπορούν να διευθετήσουν τις αμφιβολίες τους.
Ανταγωνιστικότητα με τις μεγάλες τουριστικές εταιρείες.	Μπορούν εύκολα να προσεγγίσουν μια ευρύτερη ποικιλία τουριστικών επιλογών.
Προσφέρει παγκοσμίως επιχειρηματικές υπηρεσίες αγροτουρισμού.	Πρόσβαση σε μια παγκόσμια προσφορά υπηρεσιών. Είναι ευκολότερο να βρείτε κάτι που ταιριάζει στις προτιμήσεις σας ως πελάτης.
Δυνατότητα καλύτερης στόχευσης των πελατών σας. Οι διαδικτυακοί πόροι δημοσίευσης είναι εύκολα προσαρμόσιμοι και δυναμικοί, καθιστώντας δυνατό τον καθορισμό του τύπου του πελάτη στον οποίο απευθύνεστε, την προσαρμογή των μηνυμάτων μας στις πολιτιστικές τάσεις, τις γλώσσες κ.λπ.	
Πιο εύκολο να τραβήξετε την προσοχή του πελάτη σας	
Οι υπηρεσίες μπορούν να κλειστούν 24/365, καθιστώντας την επιχείρησή μας προσιτή σε κάθε μέρος του κόσμου.	

2.2 Εύκολα βήματα για να έχετε ψηφιακή παρουσίαση

1. **Εγγραφείτε στο Google My Business** - Πρόκειται για ένα δωρεάν εργαλείο που παρέχει η Google για να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να διαχειριστούν την online παρουσία τους. Μπορείτε να διαχειριστείτε τον τρόπο με τον οποίο εμφανίζεται η επιχείρησή σας στους Χάρτες Google και στην Αναζήτηση Google.
2. **Δημιουργήστε έναν ελκυστικό ιστότοπο** - Είναι η βάση του μάρκετινγκ και μια βιτρίνα για να ανοίξετε την αγροτουριστική επιχείρησή σας στον κόσμο. Το ιδανικό είναι να φτιάξετε έναν απλό αλλά ελκυστικό ιστότοπο, με καλές φωτογραφίες της επιχείρησής σας, του περιβάλλοντος, των τοπικών αξιοθέατων κ.λπ. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε πλατφόρμες όπως το WordPress, το Shopify, το webador.
3. **Αρχίστε να χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης** - Επιτρέπουν την άμεση επικοινωνία με τους πελάτες αλλά και την ανταλλαγή περιεχομένου σε διάφορες μορφές. Η καλύτερη ιδέα είναι να σχεδιάσετε τη στρατηγική σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με έναν ειδικό για να τα αξιοποιήσετε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.
4. **Εγγραφείτε στο Goinsitu** - Αυτή η διαδικτυακή πύλη είναι ειδική για τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις για να παρουσιάσουν το προφίλ τους και να συνδεθούν με ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο.

5. **Συμπεριλάβετε την αγροτουριστική επιχείρησή σας σε διαδικτυακούς ιστότοπους κρατήσεων** - Καταχωρήστε τον ιστότοπό σας σε διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων ή προσπαθήστε να ενσωματώσετε τη δική σας μηχανή κρατήσεων στον ιστότοπό σας.
6. **Δημιουργήστε ένα ιστολόγιο** - Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να παρέχετε χρήσιμες και ενδιαφέρουσες πληροφορίες για την περιοχή σας, τοπικές εκδηλώσεις, τοπικές ιστορίες και μύθους, συμβουλές, τουριστικές διαδρομές κοντά στον αγροτουριστικό σας χώρο κ.λπ.
7. **Θα πρέπει επίσης να σχεδιάσετε μια ολοκληρωμένη ψηφιακή στρατηγική.** Μπορείτε, φυσικά, να το κάνετε μόνοι σας ή να προσλάβετε έναν επαγγελματία για να σας βοηθήσει, τουλάχιστον στην αρχή.

2.3 Ψηφιακά εργαλεία για την αγροτουριστική μου επιχείρηση

- 1 **WordPress:** είναι ένα δωρεάν, ανοικτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS). Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να δημιουργήσετε τον ιστότοπο της επιχείρησής σας, ιστολόγια, ηλεκτρονικά καταστήματα, φόρουμ κ.λπ. και να το διαχειριστείτε από έναν πίνακα διαχείρισης.
- 2 **MailChimp:** είναι ένα δωρεάν εργαλείο για τη διαχείριση λιστών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και την αποστολή διαδικτυακών εκστρατειών, ενημερωτικών δελτίων, προσφορών κ.λπ. Για να αποκτήσετε μια πλήρη λίστα αλληλογραφίας θα πρέπει να αποθηκεύσετε τις κατευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των πελατών σας που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία κράτησης, αλλά θα πρέπει να τους ζητήσετε την άδειά τους για να τους συμπεριλάβετε στη βάση δεδομένων σας και να τους στέλνετε πληροφορίες.
- 3 **Google Trends:** Αυτό θα σας δώσει πληροφορίες σχετικά με τις παγκόσμιες διαδικτυακές τάσεις για να γνωρίζετε τι αναζητούν οι χρήστες πιο συχνά χρησιμοποιώντας το Google. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτές τις πληροφορίες για σκοπούς SEO και να χρησιμοποιήσετε τα πιο πολυσυζητημένα θέματα για να δημιουργήσετε περιεχόμενο για τους λογαριασμούς σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το ενημερωτικό δελτίο, το ιστολόγιο κ.λπ.
- 4 **Canva:** Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να δημιουργήσετε ελκυστικό οπτικό περιεχόμενο για τους λογαριασμούς σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, αν επιθυμείτε να αποκτήσετε μια εξαιρετική οπτική ταυτότητα και να ενισχύσετε την ποιότητά της, είναι προτιμότερο να προσλάβετε έναν επαγγελματία γραφίστα.
- 5 **Hootsuite:** Πρόκειται για μια πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Θα σας επιτρέψει να διαχειρίζεστε όλους τους λογαριασμούς σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε ένα μέρος και όχι σε κάθε μεμονωμένο κοινωνικό δίκτυο. Αυτό καθιστά ευκολότερη και ταχύτερη την κοινοποίηση και τον προγραμματισμό περιεχομένου στους λογαριασμούς σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την ανταπόκριση στο κοινό σας και την αλληλεπίδραση μαζί του.
- 6 **Google Analytics:** παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη συμπεριφορά των επισκεπτών στον ιστότοπό σας, τον τρόπο με τον οποίο έφτασαν εκεί και τι μπορεί να γίνει για να συνεχίσουν να έρχονται. Οι αναφορές περιεχομένου του σας δείχνουν ποια μέρη του ιστότοπού σας αποδίδουν καλά και ποιες σελίδες είναι πιο δημοφιλείς, ώστε να

μπορείτε να δημιουργήσετε νέο περιεχόμενο και μια καλύτερη εμπειρία για τους πελάτες σας.

3. Παράδειγμα

Επικοινωνία βιωσιμότητας στον αγροτουρισμό: Viseu Dão Lafões (Πορτογαλία)

https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/kwW8M?_s=YvVvgeISD9kVybuDjDnHfXCVz70%3D

Για να επιτευχθεί βιωσιμότητα, είναι ζωτικής σημασίας τα καταλύματα αγροτουρισμού να επικοινωνούν με ουσιαστικό τρόπο, καθώς και τα προϊόντα και τις εμπειρίες που είναι διαθέσιμα για τους επισκέπτες. Αυτό διότι είναι κοινή πρακτική των επισκεπτών να αναζητούν περισσότερες πληροφορίες στο διαδίκτυο σχετικά με τον τόπο διαμονής τους, προτού κλείσουν την τουριστική τους εμπειρία. Ο κύριος στόχος της παρούσας μελέτης είναι η ανάλυση των πληροφοριών που παρέχουν τα καταλύματα αγροτουρισμού, μέσω των ιστοσελίδων τους, σχετικά με θέματα βιωσιμότητας.

4. Οφέλη και δυνητικός αντίκτυπος

Τα οφέλη και ο αντίκτυπος που μπορεί να έχετε από την εφαρμογή της κατευθυντήριας γραμμής είναι:

Για τον μέντορα	Για τον μαθητευόμενο
✓ Ένας εύκολος οδηγός για να γνωρίσουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις την ανάγκη να συμβαδίζουν με την ψηφιακή εποχή	✓ Ανακαλύπτοντας εργαλεία και πόρους για την ψηφιακή μετάβαση
	✓ Γίνεται ελκυστική επιλογή για ένα ευρύτερο φάσμα πελατών, ακόμη και σε διεθνές επίπεδο.