



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ  
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ-ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ,  
ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ  
ΚΥΚΛΑΔΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΥΚΛΑΔΩΝ

ΤΑΧ. Δ/ΝΣΗ: Αντωνίου Μάτση 1

ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ : 84100 Σύρος

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: Παραβάλου Φλώρα

ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 2281077270

FAX: 2281077474

E-MAIL: [d.paschalidis@1730.syzefxis.gov.gr](mailto:d.paschalidis@1730.syzefxis.gov.gr)

[f.parabaloy@1730.syzefxis.gov.gr](mailto:f.parabaloy@1730.syzefxis.gov.gr)

ΣΥΡΟΣ 12/01/2016

ΑΡ. ΠΡ. οικ. 2444/331

ΠΡΟΣ Περιφερειακό Συμβούλιο  
:

#### **ΘΕΜΑ: «Έγκριση δράσεων τουριστικής προβολής για το έτος 2016»**

Εισηγούμεστε την έγκριση του σχεδίου δράσεων και ενεργειών τουριστικής προώθησης (Project Plan). Παραθέτουμε ένα πλέγμα δράσεων προώθησης του Τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για το έτος 2016, το οποίο έχει στόχο να εφαρμοστεί σε κάθε νησί ξεχωριστά κάτω από την ομπρέλα της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, στοχευμένα με την επίβλεψη ειδικών και ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και τις δυνατότητες που υπάρχουν στον κάθε τόπο.

#### **Η υλοποίηση του Προγράμματος βασίζεται στους παρακάτω άξονες:**

##### **-Υλοποίηση (Tactical )**

Υλοποίηση ενεργειών Προώθησης σε B2B & B2C επίπεδο. Εκτέλεση ενεργειών τοπικής υποστήριξης

##### **-Παραγωγή**

Ανάπτυξη Εργαλείων

Δημιουργική Εκτέλεση Περιεχομένου Επικοινωνίας

##### **-Σχεδιασμός**

Σχεδιασμός Ενεργειών Επικοινωνίας & υλοποίησης καμπάνιας

Στόχος είναι η ανάδειξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου μέσα από την υλοποίηση στοχευμένων δράσεων προβολής και επικοινωνίας, προς το διεθνές και ελληνικό κοινό.

## -Στρατηγική Επικοινωνίας

Για το 2016 σχεδιάζεται η υλοποίηση καμπάνιας προβολής με στοχευμένο χρονοπρογραμματισμό ως προς την ένταση και τα μηνύματα για την επίτευξη της μέγιστης δυνατής αποτελεσματικότητας. Η καμπάνια βασίζεται σε κοινή πλατφόρμα επικοινωνίας η οποία θα αποτελέσει την επικοινωνιακή «ομπρέλα» του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Η πλατφόρμα εφαρμόζεται σε επίπεδο Περιφέρειας, αλλά και σε επίπεδο Περιφερειακών Ενοτήτων, σε επίπεδο νησιών και σε επίπεδο τουριστικών εμπειριών.

Στο σχεδιασμό των δράσεων αξιοποιούνται οι νέες τεχνολογίες για την περαιτέρω επέκταση του μηνύματος και την αποτελεσματική διείσδυση στο εκάστοτε κοινό-στόχο και τμήμα αγοράς.

Οι δράσεις επικοινωνίας στοχεύουν στις κύριες και σε ανερχόμενες αγορές του εξωτερικού και στο ελληνικό κοινό, εστιάζοντας σε ένα μίγμα ενεργειών B2C & B2B κοινού, αλλά και συγκεκριμένων τμημάτων του πληθυσμού.

Βασικό χαρακτηριστικό της υλοποίησης των δράσεων είναι ο έγκαιρος προγραμματισμός της επικοινωνίας, **σύμφωνα με την ταξιδιωτική συμπεριφορά της κάθε αγοράς**, που στοχεύει στην έγκαιρη διαμόρφωση προτίμησης ταξιδιού και στη δημιουργία επιθυμίας για επίσκεψη. Ειδικότερα, στις αρχές του έτους αναπτύσσονται τα εργαλεία της καμπάνιας τα οποία θα φιλοξενήσουν και θα αποτελέσουν τη βάση προώθησης των ενεργειών προβολής.

Η προώθηση της καμπάνιας ξεκινά με ψηφιακό πλάνο προβολής που απευθύνεται στο εξωτερικό, αλλά και στο ελληνικό κοινό για να δημιουργήσει ενδιαφέρον και να δώσει ώθηση στην καμπάνια. Πλησιάζοντας την καλοκαιρινή περίοδο η καμπάνια κλιμακώνεται με ψηφιακές ενέργειες δημοσίων σχέσεων στις βασικές αγορές στόχος, παράλληλα με το πλάνο ψηφιακής διαφήμισης.

Κατά την έναρξη της καλοκαιρινής περιόδου το πλάνο δράσεων ενισχύεται με ψηφιακούς διαμορφωτές γνώμης και υλοποίηση δημοσιογραφικών και blogger αποστολών ενώ ενισχύεται με στόχο τις κρατήσεις τελευταίας στιγμής για το «μικρό καλοκαίρι από Σεπτέμβριο και μετά».

**Τα παραπάνω θα επιτευχθούν με μια σειρά δράσεων όπως αναγράφονται στον παρακάτω πίνακα:**

<b>ΔΡΑΣΗ</b>	<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>
<b>1</b>	<b>Ανάπτυξη εργαλείων ψηφιακής καμπάνιας &amp; δημιουργική εκτέλεση</b>
<b>2</b>	<b>Πρόγραμμα Ψηφιακής Προώθησης &amp; Διαφήμισης</b>
<b>3</b>	<b>Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</b>
<b>4</b>	<b>Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων σε διεθνές επίπεδο</b>
<b>5</b>	<b>Διαγωνισμοί σε MME υψηλής αξίας του εξωτερικού</b>
<b>6</b>	<b>UK Bloggers activation</b>
<b>7</b>	<b>Blogtrotters campaign 2016</b>
<b>8</b>	<b>Δημιουργία και ανάπτυξη νέου περιεχομένου</b>
<b>9</b>	<b>Καμπάνια προβολής στο Discovergreece.com</b>

10	Online Μέτρηση & Αναφορά Αποτελεσματικότητας
11	Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις
12	Συμμετοχή σε Road Shows
13	Φιλοξενίες
14	Διαφημιστικές καταχωρήσεις
15	Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και tour operators
16	Πρωθητικό υλικό / αναμνηστικά δώρα
17	Διαχείριση τουριστικού blog της Διεύθυνσης Τουρισμού της ΠΝΑΙ
18	Αναβάθμιση τουριστικών portal/websites
19	Τουριστικά βίντεο και φωτογραφίες
20	Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις
21	Διάφορα
22	Επίβλεψη & συμβουλευτικές υπηρεσίες

#### **Δράση 1: Ανάπτυξη εργαλείων ψηφιακής καμπάνιας & δημιουργική εκτέλεση**

Για την υλοποίηση της καμπάνιας απαιτείται ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη των εργαλείων, τα οποία θα αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία θα στηριχτούν και θα εξελιχθούν οι ενέργειες ψηφιακής προβολής και προώθησης. Ειδικότερα, η καμπάνια περιλαμβάνει:

- Δημιουργική απεικόνιση & Creative Brand Story Telling**
- Εφαρμογές δημιουργικών στα νησιά**
- Campaign Website**
- **Mobile application**
- Campaign video**
- Θεματικά videos**
- Ανάπτυξη Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας**
- Αναφορά αποτελεσματικότητας**

<b>Δράση1</b>	<b>Ανάπτυξη εργαλείων ψηφιακής καμπάνιας &amp; δημιουργική εκτέλεση</b>	
1.1	<b>Δημιουργική απεικόνιση &amp; Creative Brand Story Telling</b>	Κεντρική δημιουργική πλατφόρμα, σχεδιασμός εικαστικών και ανάπτυξη θεματικών εμπειριών και μηνυμάτων ( <i>περιεχόμενο για campaign website</i> )
1.2	<b>Εφαρμογές δημιουργικών στα νησιά</b>	Ανάπτυξη 120 δημιουργικών εφαρμογών για κάθε νησί ξεχωριστά και για τις ταξιδιωτικές εμπειρίες
1.3	<b>Campaign Website</b>	Σχεδιασμός (design) κι ανάπτυξη (development) ψηφιακής πλατφόρμας για την προώθηση της

		καμπάνιας και του παραγόμενου περιεχομένου
1.4	<b>Mobile application</b>	Ανάπτυξη εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα για ενίσχυση της συμμετοχής του κοινού και δημιουργία περιεχομένου από τους χρήστες
1.5	<b>Campaign video</b>	Παραγωγή διαφημιστικού spot, διάρκειας ~1, με βάση τα εργαλεία και τα δημιουργικά της καμπάνιας για προώθηση του concept και δημιουργία ενδιαφέροντος για την καμπάνια
1.6	<b>Θεματικά videos</b>	Δημιουργία σύντομων διαφημιστικών ταινιών, διάρκειας ~15", με αξιοποίηση του υπάρχοντος υλικού της Περιφέρειας για ψηφιακή χρήση (1.500*10)

## Δράση 2: Πρόγραμμα Ψηφιακής Προώθησης & Διαφήμισης

Στο σχέδιο δράσης εντάσσεται η μελέτη για την υλοποίηση ψηφιακής καμπάνιας επικοινωνίας του τουριστικού προορισμού σε επιλεγμένα ψηφιακά μέσα και στοχεύοντας συγκεκριμένα προφίλ των χρηστών (online users targeting). Το πλάνο ψηφιακής διαφήμισης στοχεύει σε βασικές χώρες, όπως Γερμανία, Γαλλία, Αγγλία, Ολλανδία, Ιταλία, Ρωσία, Σκανδιναβικές αλλά και Ελλάδα και περιλαμβάνει:

### Δράση 2.1. Programmatic media plan

Το πλάνο Programmatic αποτελεί μια μέθοδο ψηφιακής προώθησης με διαφορετικά formats αλλά και retargeting στις αγορές – στόχος, με στόχευση σε news & travel platforms ανά αγορά. Στόχος η μεγιστοποίηση των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων που τίθενται, ανά εργαλείο και αποτελούν τους δείκτες αποτελεσματικότητας (KPIs) της καμπάνιας, μέσω:

Google Display ads

Banner Campaign

Social media ads

Promoted content στα social media

Key Performance indicators		
Web site	Application	Social Media
Traffic/visits Engagement Unique visitors that came from social channels Action	Downloads Shares on Facebook, Instagram with the use of hashtag Content creation	<b>Facebook:</b> Fans, Likes, Comments, Shares, Engaged Users <b>Twitter:</b> Followers, Retweets, Favorites <b>Instagram:</b> Followers, Comments, Shares <b>YouTube:</b> new Subscribers, Views, Likes

Δράση2	Πρόγραμμα Ψηφιακής Προώθησης & Διαφήμισης	
2.1	Programmatic Media plan	Πλάνο ψηφιακής προώθησης με στόχευση σε news & travel platforms για την επίτευξη των ποσοτικών και ποιοτικών στόχων που έχουν τεθεί
2.2	Premium Placement Media Plan	Ψηφιακή προώθηση σε επιλεγμένα sites επισκεψιμότητας & αναγνωσιμότητας των βασικών αγορών της Αγγλίας, Γαλλίας και Γερμανίας.
2.3	Yahoo! Native Gemini Ads	Διαφημιστική προβολή στο δίκτυο Yahoo, με στοχευμένες προβολές κειμένου και εικόνας

### Δράση 3: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν κύριο δίαυλο επικοινωνίας και διάδρασης με το κοινό, ενώ έρευνες έχουν αποδείξει πως επηρεάζουν την απόφαση στην επιλογή προορισμού. Με την ευκαιρία υλοποίησης μια ολοκληρωμένης καμπάνιας για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου **προτείνεται η ανάπτυξη Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης τα οποία θα αποτελέσουν κεντρικό δορυφόρο του Campaign site** & στη συνέχεια στο ανανεωμένο website της Περιφέρειας. Συγκεκριμένα προτείνεται η ανάπτυξη ολοκληρωμένης παρουσίας σε Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr & Youtube channel. Με όχημα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Περιφέρειας (owned social media) ενθαρρύνουμε τους χρήστες να ανακαλύψουν τους προορισμούς του Νοτίου Αιγαίου, αναπτύσσοντας «διάλογο», παροτρύνοντας τους να συμμετέχουν σε συζητήσεις γύρω από τους προορισμούς του Νοτίου Αιγαίου και να συμβάλλουν και οι ίδιοι με τη δημιουργία περιεχομένου που θα ανεβαίνει στα social accounts ως σημείο αναφοράς.

Στρατηγικός στόχος **η δημιουργία της μεγαλύτερης online Περιφερειακής Ψηφιακής Κοινότητας υποστήριξης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου στην Ελλάδα** με πάνω 50.000 Facebook Fans έως το τέλος του 2016. Τα στάδια υλοποίησης της δράσης ορίζονται ως εξής:

A/A	Περιγραφή
1	Καθορισμός στρατηγικής ανάπτυξης και διαχείρισης των ΜΚΔ
2	Σχεδιασμός & ανάπτυξη (εκτέλεση και δημιουργία καναλιών)
3	Ανάπτυξη και Διαχείριση περιεχομένου (content management)
4	Δημιουργία guide για τον τρόπο διασύνδεσης και προώθησης όλων των νησιών μέσα από την Κοινότητα μελών της Περιφέρειας προς Δήμους και τοπικό τουριστικό προϊόν

Μέσω της επένδυσης στην δημιουργία ψηφιακής Κοινότητας για το σύνολο της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, επιδιώκεται η αντιμετώπιση του φαινομένου διασποράς δυνάμεων, μικρών αριθμών χρηστών ανά κανάλι και δημιουργία μιας ισχυρής πλατφόρμας μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των εμπειριών των προορισμών της Περιφέρειας, τόσο από την κεντρική διαχείριση (Περιφέρεια) όσο και μέσω της διασύνδεσης με τα νησιά.

Δράση 3	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	
3.1	Καθορισμός στρατηγικής και στόχων	Στρατηγική στόχευση αγορών και KPI's & Οδηγός Χρήσης από όλους τους προορισμούς
3.2	Ανάπτυξη και σχεδιασμός	Set up των λογαριασμών
3.3	Δημιουργία content (content development)	Ανάπτυξη περιεχομένου και scheduling / management για 2016 (2.500*μήνες)
3.4	Διαχείριση και προώθηση περιεχομένου	Ενέργειες προώθησης περιεχομένου για ενίσχυση της διάδρασης & promoted tactics καθώς και δημιουργία creative posters, copies σε δύο γλώσσες & διαγωνισμοί

#### **Δράση 4: Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων σε διεθνές επίπεδο**

Με στόχο τη δημιουργία, μετάδοση και αναπαραγωγή θετικής δημοσιότητας για τα τουριστικά προϊόντα της Περιφέρειας, θα οργανωθούν τα ταξίδια γνωριμίας (media & blogger trips) με συμμετοχή εκπροσώπων των MME και ειδικότερα δημοσιογράφων συνεργατών «τουριστικών στηλών» ή εντύπων εξειδικευμένων στις ειδικές μορφές τουρισμού, παρουσιαστών τηλεοπτικών εκπομπών ή δημοσιογραφικών αποστολών ή bloggers διεθνούς κύρους.

#### **Δράση 5: Διαγωνισμοί σε MME υψηλής αξίας του εξωτερικού**

Ψηφιακή PR καμπάνια για την υλοποίηση διαγωνισμών σε Διεθνή μέσα με την αξιοποίηση του Δικτύου Δημοσίων Σχέσεων της Marketing Greece σε Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία. Για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου προβλέπεται η υλοποίηση 1 διαγωνισμού σε κάθε μια από τις κύριες αγορές (συνολικά 3 διαγωνισμοί), σε ραδιόφωνο ή εφημερίδα/ περιοδικό ή sites. Στόχος είναι η δημιουργία ενδιαφέροντος για τον προορισμό, την σταδιακή αύξηση της διάδρασης με το κοινό και την ενίσχυση της διάθεσης για direct bookings. Για την υλοποίηση απαιτείται η εκ των προτέρων περιγραφή της εμπειρίας που θα ζήσει ο επισκέπτης, ενώ στη συνέχεια –μέσα από τα γραφεία δημοσίων σχέσεων στις αντίστοιχες χώρες – διερευνάται το ενδιαφέρον των μέσω ενδιαφέροντος.

#### **Δράση 6: UK Bloggers activation**

Ψηφιακή tactical καμπάνια PR για την αγορά της Αγγλίας, που περιλαμβάνει τη δημιουργία θεματικών εμπειριών όπως luxury, family, γαστρονομία, romance και χρήση # σχετικού με το concept. Στόχος: η ενίσχυση των last minute bookings κατά την περίοδο του καλοκαιριού.

#### **Δράση 7: Blogtrotters campaign 2016**

Το Blogtrotters 2016 στο Νότιο Αιγαίο σηματοδοτείται με την υλοποίηση ενός off line event, το οποίο αποτελεί την επίσημη υποδοχή των Blogtrotters στο Νότιο Αιγαίο, κατά τη διάρκεια του οποίου παρουσιάζεται το concept και οι εμπειρίες που θα ζήσουν. Το event αποτελεί ευκαιρία άμεσης δημοσιότητας στις ψηφιακές πλατφόρμες των bloggers κα των ελληνικών media.

#### **Ανάπτυξη εργαλείων προώθησης**

Προβλέπεται η αξιοποίηση του campaign site και ο σχεδιασμός και ανάπτυξη ειδικής ενότητας για την καμπάνια Blogtrotters. Η ενότητα αυτή έχει τη μορφή ενός interactive map μέσα από το οποίο οι blogtrotters θα δίνουν σε πραγματικό χρόνο το στίγμα τους από το σημείο που βρίσκονται.

#### **Πλάνο δημοσιότητας**

Πλάνο ολοκληρωμένης δημοσιότητας και ψηφιακής προώθησης στους άξονες B2C και B2B

#### **Ειδικές ενέργειες**

Island hopping για τους Blogtrotters σε επιλεγμένα νησιά των Κυκλάδων και της Δωδεκανήσου (yachting)

#### **Δράση 8: Δημιουργία και ανάπτυξη νέου περιεχομένου**

Η ψηφιακή εποχή απαιτεί τη συνεχή δημιουργία και αξιοποίηση περιεχομένου. Προβλέπεται η ανάπτυξη ταξιδιωτικών εμπειριών, η δημιουργία νέου φωτογραφικού υλικού και η παραγωγή θεματικών videos μέσα από νέα γυρίσματα εντός του 2016.

Η Περιφέρεια δημιουργεί ένα αποκλειστικό **content gallery**, στο οποίο θα έχει τα πλήρη δικαιώματα χρήσης και διανομής και μπορεί να αξιοποιείται από δημοσιογράφους, Bloggers, MME, Social media, σε ψηφιακές καμπάνιες, σε ενέργειες δημοσιότητας και δημοσίων σχέσεων.

#### **Δράση 8.1. Ανάπτυξη κειμένων ταξιδιωτικών εμπειριών**

#### **Δράση 8.2. Φωτογραφική κάλυψη θεματικών τουριστικών εμπειριών**

#### **Δράση 8.3. Δημιουργία και παραγωγή video υλικού**

Προβλέπεται η δημιουργία 5 θεματικών videos για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Η παραγωγή των videos δύναται να υλοποιηθεί από ειδικό συνεργάτη παραγωγό, εξειδικευμένο στην παραγωγή ταινιών τουριστικού περιεχομένου με στόχο να καταγραφεί η μοναδικότητα και αυθεντικότητα των περιοχών της Περιφέρειας.

<b>Δράση 8</b>	<b>Δημιουργία και ανάπτυξη νέου περιεχομένου</b>
----------------	--

8.1	<b>Ανάπτυξη κειμένων ταξιδιωτικών εμπειριών</b>	Δημιουργία κειμένων με την τεχνική story telling για αξιοποίηση σε ενέργειες προώθησης
8.2	<b>Φωτογραφική κάλυψη θεματικών τουριστικών εμπειριών- Online Photo Gallery</b>	Δημιουργία photo gallery για αξιοποίηση στην υλοποίηση καμπανιών, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε ενέργειες δημοσιότητας- Ειδική ανάπτυξη Photo Gallery για χρήση από τουριστικό τομέα και νησιά
8.3	<b>8.3. Δημιουργία και παραγωγή video υλικού</b>	Δημιουργία νέων θεματικών videos για την ανάδειξη των προορισμών και των εμπειριών στα νησιά του Νοτίου Αιγαίου και αξιοποίηση εν όψει της επόμενης σεζόν

### **Δράση 9: Καμπάνια προβολής στο Discovergreece.com**

Η πλατφόρμα της καμπάνιας (campaign microsite), ως «μωσαϊκό εμπειριών» της Περιφέρειας, προωθείται τόσο αυτόνομα όσο και μέσω του Discovergreece.com με ειδική φιλοξενία και προώθηση. Το σύνολο του περιεχομένου (κείμενα, photo gallery, video κλπ) θα φιλοξενηθεί στο Discovergreece.com και προωθηθεί μέσω των σελίδων του. Επιπλέον, θα γίνει προβολή στην κοινότητα μελών του Discovergreece.com (680.000 μελών) ενώ θα υλοποιηθεί ψηφιακή καμπάνια προβολής και επικοινωνίας του προορισμού και των θεματικών εμπειριών στα social media μέσα (facebook, youtube channel, twitter, instagram). Στο πλαίσιο της καμπάνιας παραδίδεται ανάλυση αποτελεσματικότητας και αναφορά.

**-Φιλοξενία Περιεχομένου στο Discovergreece.com**

**-Προώθηση του περιεχομένου στο Discovergreece.com**

**-Προώθηση στην online κοινότητα μελών του DiscoverGreece.com στα social media**

**-Ψηφιακή καμπάνια υλοποίησης**

### **Δράση 10: Online Μέτρηση & Αναφορά Αποτελεσματικότητας**

Καθ'όλη τη διάρκεια υλοποίησης της καμπάνιας, διεξάγεται μέτρηση της αποτελεσματικότητας της με βάση τα ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια. Σκοπός είναι να προσδιοριστεί η επιτυχία της καμπάνιας με βάση τους στόχους που τέθηκαν. Ταυτόχρονα με αυτό τον τρόπο θα αξιολογείται η απόδοση της καμπάνιας και θα υλοποιούνται έγκαιρα οι αναγκαίες προσαρμογές για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος.

- Ως ποσοτικά κριτήρια ενδεικτικά αναφέρονται ο αριθμός των σχετικών σχολίων των χρηστών σε κοινωνικά δίκτυα ως αποτέλεσμα ενέργειας της καμπάνιας, ο αριθμός εμφανίσεων του δημιουργικού υλικού, η επισκεψιμότητα της σελίδας της καμπάνιας, η ανταπόκριση των χρηστών σε ενέργειες της καμπάνιας.

- Ως ποιοτικά κριτήρια ενδεικτικά αναφέρονται η διαδραστικότητα με τους χρήστες, η ποιότητα και η κατεύθυνση του περιεχόμενου που δημιουργείται από χρήστες για τα νησιά, τις εμπειρίες κ.α.



**Δράση 11. Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις. Η Διεύθυνση Τουρισμού της ΠΝΑΙ προτίθεται να συμμετάσχει αυτόνομα ή μέσω του ΕΟΤ στις ακόλουθες τουριστικές εκθέσεις το έτος 2016 (ανάλογα και με την ανταπόκριση των νησιών):**

Η ιδιαιτερότητα της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου με 39 νησιά που αποτελούν μοναδικούς τουριστικούς προορισμούς απαιτεί τη συμμετοχή μας σε όλες τις τουριστικές εκθέσεις έτσι ώστε να καλυφθεί όλη η γκάμα της προβολής.

- THE TELEGRAPH OUTDOOR ADVENTURE & TRAVEL SHOW Λονδίνο, 11-14/2/2016
- FERIE FOR ALLE Χέρνινγκ, 26-28/2/2016
- MATKA Ελσίνκι, 21-24/1/2016
- FITUR Μαδρίτη, 20-24/1/2016
- FERIENMESSE Βιέννη, 14-17/1/2016
- VAKANTIEBEURS Ουτρέχτη, 12-17/1/2016
- BIT – Μιλάνο, 11-13/02/2016
- Grekland Panorama – Στοκχόλμη, 12-14/02/2016
- SALON DES VACANCES Βρυξέλλες, 4-8/2/2016
- IMTM Τελ Αβίβ, 9-10/2/2016
- IFT Βελιγράδι, 18-21/2/2016
- Holiday World Πράγα, 18-21/02/2016
- ITB Βερολίνο, 9-13/3/2016
- Salon de Mondial – Παρίσι, 17-20/03/2016
- Cruise Shipping Seatrade Φορτ Λοντερντέιλ, 14-17/3/2016
- I.T.M INTOURMARKET Μόσχα, 19-22/3/2016
- MITT Μόσχα, 23-26/3/2016
- ΟΤΔΥΗ ΒΕΖ ΓΡΑΝΙΚ.ΛΕΤΟ Αγία Πετρούπολη, Απρίλιος 2016
- KITF Αλμάτι, 20-22/4/2016
- 15 IMEX Φρανκφούρτη, 19-21/4/2016
- BITE – Πεκίνο (24-26/06/2016)
- ARABIAN TRAVEL MRKT Ντουμπάι, 25-28/4/2016
- THE MEETINGS SHOW Λονδίνο, 14-16/6/2016
- Tour Natur – Ντίσελντορφ, 02-04/09/2016
- WTM – Λονδίνο, 07-09/11/2016
- Philoxenia – Θεσσαλονίκη, 17-20/11/2016
- KOFTA WORLD TRAVEL FAIR Σεούλ, 9-12/6/2015
- Greek Tourism Expo – Αθήνα
- Athens Marathon Expo – Αθήνα
- ILTM – Κάννες, 05-08/12/2016
- Grecka Panorama – Βαρσοβία
- ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ Routes, Κρακοβία, Πολωνία
- Τουριστικές εκθέσεις που διεξαχθούν στη Τσεχία, την Ουγγαρία, Σλοβακία και Ελβετία.
- Διάφορες θεματικές ή ιδιωτικές εκθέσεις που θα κριθούν αναγκαίες, ανάλογα πάντα με τα αιτήματα που θα κατατεθούν από τα νησιά της ΠΝΑΙ

**Δράση 12. Η ΠΝΑΙ πρόκειται να συμμετέχει σε Road Shows που πρόκειται να διεξαχθούν σε ευρωπαϊκές, αμερικανικές και ασιατικές χώρες:**

- Τεχεράνη
- Ριάντ
- Ντουμπάι
- Κωνσταντινούπολη
- Νέα Υόρκη
- Ελσίνκι
- Βρυξέλλες
- Τελ Αβίβ
- Χερνινγκ-Δανία
- Μαϊάμι

### **13. Φιλοξενίες**

- Φιλοξενία ελλήνων και ξένων τουριστικών συντακτών καθώς και τουριστικών πρακτόρων και Tour Operators.

### **14. Διαφημιστικές καταχωρήσεις**

- Διαφημιστικές καταχωρήσεις της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. σε inflight έντυπα αεροπορικών εταιρειών που εκτελούν δρομολόγια στις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα καθώς και πτήσεων charter ξένων Tour Operators.
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ΜΜΕ διεθνούς βεληνεκούς (όπως CNN, BBC, TRIPADVISOR) της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. μέσω τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σπότ, εντύπων και διαδικτυακών ιστοτόπων.
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ΜΜΕ πανελλαδικού βεληνεκούς της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. μέσω τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σπότ, εντύπων και διαδικτυακών ιστοτόπων.

### **15. Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και tour operators**

- Δράσεις προώθησης της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. σε συνεργασία με ξένους τουριστικούς πράκτορες και Tour Operators (καταχωρήσεις στους επίσημους καταλόγους προορισμών).

### **16. Προωθητικό υλικό / αναμνηστικά δώρα**

- Δημιουργία και εκτύπωση έντυπου προωθητικού υλικού της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. για τη διανομή του σε τουριστικές εκθέσεις.
- Προμήθεια αναμνηστικών προωθητικών προϊόντων για τη διανομή τους σε τουριστικές εκθέσεις ή στις διάφορες εκδηλώσεις, καθώς και στους προσκεκλημένους δημοσιογράφους κλπ.
- Παραγωγή-προμήθεια διαφημιστικού υλικού (έντυπα/site/τηλεόραση κλπ)

### **17. Διαχείριση τουριστικού blog της Διεύθυνσης Τουρισμού της ΠΝΑΙ**

- Διαχείριση τουριστικού blog και μέσων κοινωνικής δικτύωσης της Διεύθυνσης Τουρισμού της ΠΝΑΙ

### **18. Αναβάθμιση τουριστικών portal /websites**

- Αναβάθμιση και εμπλουτισμός του portal της Διεύθυνσης Τουρισμού της ΠΝΑΙ & αναβάθμιση των τουριστικών portal/websites των νησιών της ΠΝΑΙ

### **19. Τουριστικά βίντεο και φωτογραφίες**

- Κινηματογράφηση, βιντεοσκόπηση, δημιουργία ταινιών (βίντεο) μικρής ή μεγαλύτερης διάρκειας της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ.

## **20. Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις**

- Διοργάνωση και συνδιοργάνωση με τους κατά τόπους ΟΤΑ Α Βαθμού καθώς και με κατά τόπους τουριστικούς φορείς ημερίδων και συνεδρίων για ζητήματα τουριστικού ενδιαφέροντος.
- Δράσεις δημοσίων σχέσεων μέσω εκδηλώσεων και παράθεσης γευμάτων σε επίσημους προσκεκλημένους που πρόκειται να συμβάλλουν μέσω συνεργασιών στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑΙ.

## **21. Διάφορα**

- Μεταφορά των απαιτούμενων υλικών στις τουριστικές εκθέσεις και εκδηλώσεις
- Μεταφράσεις κειμένων για τουριστική χρήση
- Αρχιτεκτονική περιπτέρων και δημιουργία μακετών
- Παραγωγή-προμήθεια αναμνηστικών δώρων για τη διανομή τους στις διάφορες εκδηλώσεις της Διεύθυνσης Τουρισμού και στους προσκεκλημένους και επισκέπτες

## **22. Επίβλεψη & συμβουλευτικές υπηρεσίες**

- Επίβλεψη και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για την υλοποίηση μεμονωμένα ή κατά ομάδες των παραπάνω δράσεων από εξειδικευμένους φορείς όπως ο ΣΕΤΕ κ.α.

Η Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού

Μαριέττα Παπαβασιλείου