

Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2024

Δήμος Βόλου / Αντιδημαρχία Τουρισμού

Νοέμβριος 2023

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΒΟΛΟΣ, 2023



Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2024

Δήμος Βόλου / Αντιδημαρχία Τουρισμού

Νοέμβριος 2023

Στοιχεία που αναφέρονται

Απολογισμός

Έρευνα

Δράσεις



Απολογισμός Τμήματος Τουρισμού Δήμου Βόλου

Περίοδος απολογισμού

Σεπ 2022 – Αυγ 2023

Προβολή

6 Εκθέσεις

5 Χώρες

2 Social media pages



Προώθηση προορισμού

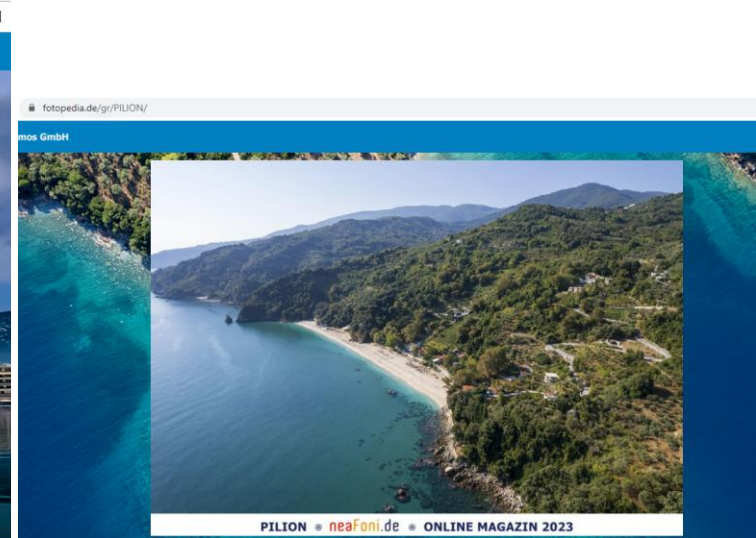
Ημερολόγιο δράσεων



Digital προβολή

Φθινόπωρο 2022

Πρώθηση περιοχή Βαυαρίας Γερμανία / Μέσο: https://fotopedia.de/gr/VOLOS_MAGNISIA/



Έκθεση

Νοέμβριος 2022

ΑΙΤΕ, Ζάππειο Αθήνα, συμμετοχή με περίπτερο του προορισμού



B2B

Νοέμβριος 2022

ΑΙΤΕ, Ζάππειο Αθήνα, συμμετοχή επαγγελματιών και ενώσεων



Έκθεση

Νοέμβριος 2022

Philoxenia 2022, Θεσσαλονίκη, συμμετοχή με περίπτερο του προορισμού



Έκθεση

Φεβρουάριος 2023

Ισραήλ, Τελ Αβίβ

29η Διεθνής Έκθεση Τουρισμού, International Mediterranean Tourism Market (IMTM 2023)



Έκθεση

Φεβρουάριος 2023

Γερμανία, Μόναχο

Διεθνής Έκθεση Τουρισμού FREE 2023



Έκθεση

Φεβρουάριος 2023
Ρουμανία, Βουκουρέστι
Διεθνής Έκθεση Τουρισμού TTR 2023



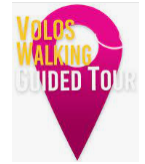
Έκθεση

Απρίλιος 2023

Κύπρος, Λευκωσία, Διεθνής Έκθεση Τουρισμού Travel expo 2023



Project:



Volos Walking tour / Περπατώ στον Βόλο
Καλοκαίρι – Φθινόπωρο 2023

Σύντομη περιγραφή: Δωρεάν ξεναγήσεις στο Βόλο κάθε Παρασκευή

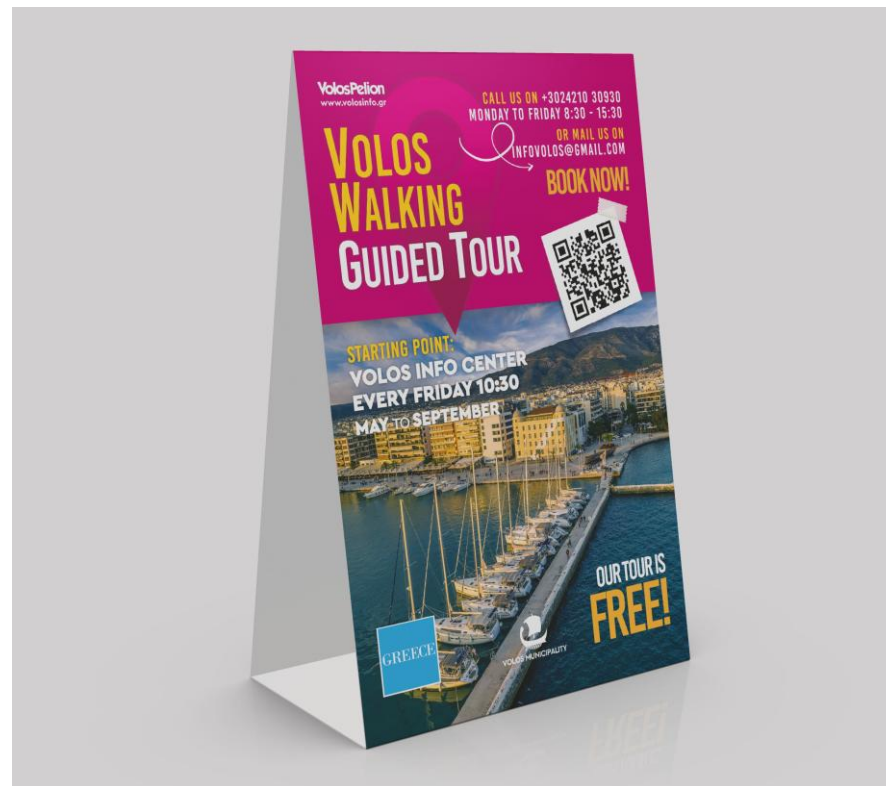
Στόχος: Η δράση αποτελεί ένα ουσιαστικό βήμα στην προώθηση του Βόλου ως προορισμό για city break

Περιγραφή: Οι ξεναγήσεις προσφέρονται δωρεάν και ξεκινούν κάθε Παρασκευή στις 10:30 π.μ. Η διαδρομή περιλαμβάνει περιήγηση στην περιοχή των Παλαιών, στην παραλία, στο κέντρο και μέχρι την ακτή Αναύρου με διάρκεια περίπου 2 με 3 ώρες. Η διαδρομή διασχίζει την πόλη με αφετηρία και σημείο συνάντησης το Κέντρο Τουριστικής Πληροφόρησης Δήμου Βόλου (Σέκερη 1, έναντι ΚΤΕΛ) και σημείο λήξης της ξεναγήσης την παραλία του Αναύρου.

Την ξενάγηση συνοδεύει τοπικός πιστοποιημένος ξεναγός, ενώ η γλώσσα της ξεναγήσης είναι η αγγλική, όταν υπάρχει συμμετοχή επισκεπτών από το εξωτερικό.

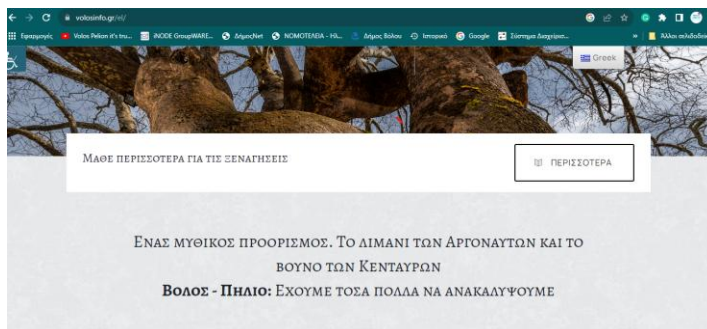
Πρώθηση

με φυσικό τρόπο – έντυπα stand με διανομή τους σε σημεία υποδοχής επισκεπτών και καταλύματα.



Πρώθηση







με ψηφιακό τρόπο – αρχικά με κατασκευή μιας landing page όπου καταλήγουν οι δράσεις προώθησης και όπου περιέχονται αναλυτικά τα στοιχεία της δράσης, που ενδιαφέρουν τους συμμετέχοντες και ο ηλεκτρονικός μηχανισμός κράτησης.















Πρώθηση








με ψηφιακό τρόπο – καμπάνια σε κοινωνικά δίκτυα fb & intagram











	Next Volos tour on Friday 4/8 Fre... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Πέμπτη, 3 Αυγούστ...	4,7 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 28/7 Fr... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τετάρτη, 26 Ιουλίο...	1,8 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 28/7 Fr... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τετάρτη, 26 Ιουλίο...	6,5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 14/7 Fr... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τρίτη, 11 Ιουλίου 9:...	1,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 14/7 Fr... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τρίτη, 11 Ιουλίου 9:...	6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 7/6 Fre... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τρίτη, 4 Ιουλίου 12:...	1,2 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...











	Next Volos tour on Friday 7/6 Fre... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 4 Ιουλίου 12:...	2,1 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τετάρτη, 28 Ιουνίο...	460 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 28 Ιουνίο...	912 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 28 Ιουνίο...	2,4 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 30/6 Fr... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 26 Ιουνίο...	720 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρωώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 28 Ιουνίο...	2,4 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 30/6 Fr... volospeliongreece	Πρωώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 26 Ιουνίο...	720 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 30/6 Fr... Volos Pelion - it's true	Πρωώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 26 Ιουνίο...	2,8 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Δευτέρα, 26 Ιουνίο...	282 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τετάρτη, 21 Ιουνίο...	444 λογαριασμοί στο Κέντ...











	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τετάρτη, 21 Ιουνίο...	936 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τετάρτη, 21 Ιουνίο...	4,7 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Δευτέρα, 19 Ιουνίο...	548 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 23/6 Fr... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Δευτέρα, 19 Ιουνίο...	969 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 23/6 Fr... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Δευτέρα, 19 Ιουνίο...	6,3 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τετάρτη, 14 Ιουνίο...	607 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τετάρτη, 14 Ιουνίο...	1,1 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Τετάρτη, 14 Ιουνίο...	6,7 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Δευτέρα, 12 Ιουνίο...	556 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 16/6 Fr... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίαι Δευτέρα, 12 Ιουνίο...	1,2 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...

	Next Volos tour on Friday 16/6 Fr... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 12 Ιουνίου...	4,3 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τετάρτη, 7 Ιουνίου ...	476 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 7 Ιουνίου ...	1.021 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 7 Ιουνίου ...	3,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τρίτη, 6 Ιουνίου 12:...	563 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 9/6 Fre... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 6 Ιουνίου 12:...	857 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 9/6 Fre... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 6 Ιουνίου 12:...	4,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τετάρτη, 31 Μαΐου ...	500 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 31 Μαΐου ...	907 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 31 Μαΐου ...	4,2 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...

	Next Volos tour on Friday 2/6 Fre... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 29 Μαΐου ...	1,1 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 2/6 Fre... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 29 Μαΐου ...	5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Τετάρτη, 24 Μαΐου ...	254 λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 24 Μαΐου ...	1,5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Επόμενη ξενάγηση στον Βόλο τη... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τετάρτη, 24 Μαΐου ...	7,9 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 26/5 Fr... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 23 Μαΐου 1:4...	1,1 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Next Volos tour on Friday 26/5 Fr... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 23 Μαΐου 1:4...	5,2 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...

	Volos Walking - Free Guided Tour... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Σάββατο, 20 Μαΐου...	7,1 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Σάββατο, 20 Μαΐου...	544 λογαριασμοί στο Κέντ...
	The 1st Volos walking tour was successfully ... volospeliongreece	Πρωώθηση reel	Δημοσίει	Σάββατο, 20 Μαΐου...	7,3 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Πέμπτη, 18 Μαΐου ...	233 λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Πέμπτη, 18 Μαΐου ...	1,1 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Πέμπτη, 18 Μαΐου ...	4,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Τετάρτη, 17 Μαΐου ...	281 λογαριασμοί στο Κέντ...
	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν ξ... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Τετάρτη, 17 Μαΐου ...	1,3 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν ξ... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Τετάρτη, 17 Μαΐου ...	5,7 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Τρίτη, 16 Μαΐου 1:3...	272 λογαριασμοί στο Κέντ...

	#walkingvolos FREE Volos walking... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 16 Μαΐου 1:3...	1.048 λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Τρίτη, 16 Μαΐου 1:3...	4,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Δευτέρα, 15 Μαΐου ...	430 λογαριασμοί στο Κέντ...
	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν ξ... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 15 Μαΐου ...	1,5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν ξ... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Δευτέρα, 15 Μαΐου ...	11,8 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Παρασκευή, 12 Μαΐ...	314 λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Παρασκευή, 12 Μαΐ...	1,5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Παρασκευή, 12 Μαΐ...	6,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία Πέμπτη, 11 Μαΐου ...	613 λογαριασμοί στο Κέντ...
	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν ξ... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει Πέμπτη, 11 Μαΐου ...	1,6 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...

	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν Ξ... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Πέμπτη, 11 Μαΐου ...	11,5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Τετάρτη, 10 Μαΐου ...	471 λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Τετάρτη, 10 Μαΐου ...	1,3 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Τετάρτη, 10 Μαΐου ...	8,4 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Τρίτη, 9 Μαΐου 3:18...	907 λογαριασμοί στο Κέντ...
	«Περπατώ στον Βόλο» Δωρεάν Ξ... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Πέμπτη, 11 Μαΐου ...	11,5 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Τετάρτη, 10 Μαΐου ...	471 λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... volospeliongreece	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Τετάρτη, 10 Μαΐου ...	1,3 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	#walkingvolos FREE Volos walking... Volos Pelion - it's true	Πρώθηση δημοσίευσης	Δημοσίει	Τετάρτη, 10 Μαΐου ...	8,4 χιλ. λογαριασμοί στο Κέντ...
	Αυτή η δημοσίευση δεν έχει... volospeliongreece	Η προώθηση δεν είναι δυνατή	Ιστορία	Τρίτη, 9 Μαΐου 3:18...	907 λογαριασμοί στο Κέντ...

Ανάπτυξη κρατήσεων:

Τηλεφωνικά στο Κέντρο Τουριστικής Πληροφόρησης,

Με email στο infovolos@gmail.com

Μέσω της ιστοσελίδας <https://www.volosinfo.gr/el/free-volos-walking-tour>



ΟΙ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΔΩΡΕΑΝ!

ΚΡΑΤΗΣΗ

ΠΕΡΠΑΤΗΣΤΕ ΜΑΖΙ ΜΑΣ ΚΑΘΕ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΪΟΥ
ΜΕΧΡΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ
ΒΟΛΟΣ - ΠΗΛΙΟ: ΕΧΟΥΜΕ ΤΟΣΑ ΠΟΛΛΑ ΝΑ ΑΝΑΚΑΔΥΨΟΥΜΕ

Volos walking tour!

Περπατώντας στον Βόλο. Δωρεάν ξεναγήσεις.

infovolos@gmail.com [Εναλλαγή λογαριασμού](#)

Δεν κοινοποιήθηκε

* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση

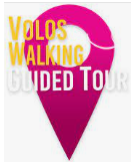
Choose the day you are interested in / *
Διαλέξτε την ημέρα που σας ενδιαφέρει

SEPTEMBER 29

Number of people that will participate on the tour! *
Αριθμός ατόμων που θα συμμετάσχουν στην ξενάγηση

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Αποτελέσματα



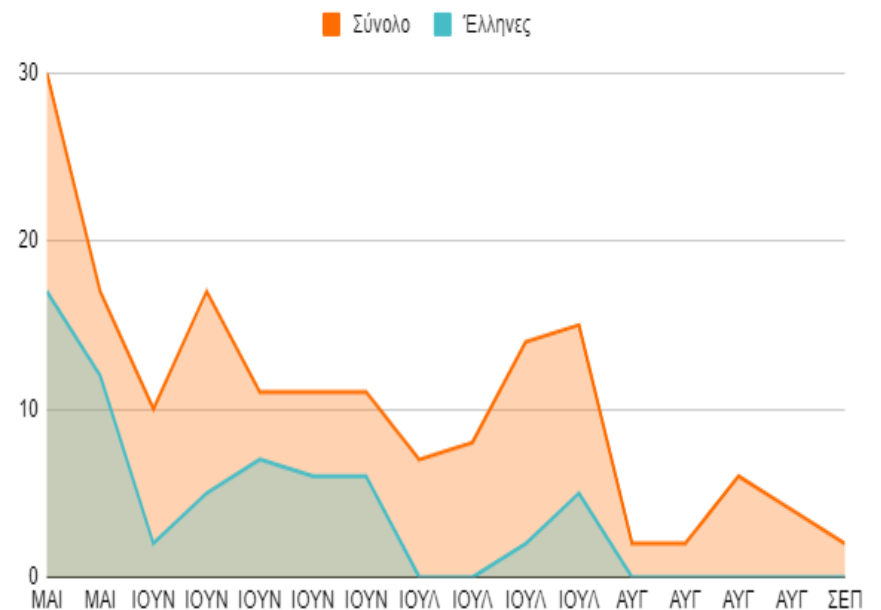
Διάρκεια 19/5 – 29/9 (15/9 λήξη)
Πραγματοποιήθηκαν 17 tours
Συμμετοχές 167



Αποτελέσματα

- Υψηλότερο ενδιαφέρον καταγράφηκε τον Μάιο και Ιούνιο
- Διαπιστώθηκε συμμετοχή αλλοδαπών και Ελλήνων με την συμμετοχή των αλλοδαπών να εμφανίζεται πιο συνεπής
- Διαπιστώθηκε πτώση των συμμετοχών την περίοδο του Αυγούστου
- Η δράση διακόπηκε απότομα λόγω πλημμυρικών φαινομένων
- Η πρώτη πιλοτική εφαρμογή της δράσης δεν κρίνεται αρνητικά. Η μη ολοκλήρωση δεν βοηθά στην ολοκληρωμένη αξιολόγηση των δεδομένων
- Υπήρξε αρχικά θετική αποδοχή της δράσης σε επίπεδο σχολίων από τον κλάδο της φιλοξενίας

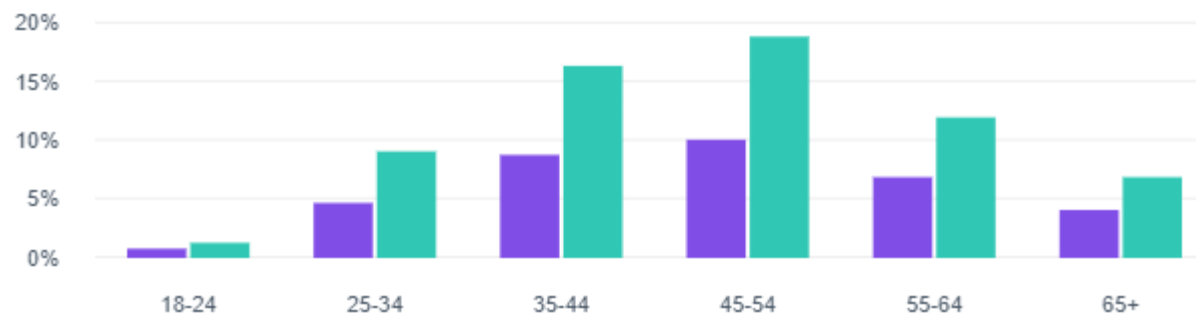
Συμμετοχές ανά tour



Κοινωνικά δίκτυα fb & intagram

Ηλικία και φύλο

■ Άντρες 35.40%
■ Γυναίκες 64.60%



📅 1 Νοεμ 2022 - 9 Οκτ 2023 ▼

Απήχηση ⓘ

Συγκρίνετε την απήχηση σε αυτό το χρονικό διάστημα με αυτήν του προηγούμενου διαστήματος.

📖 Δείτε περισσότερα σχετικά με την απόδοση του περιεχομένου σας

📘 Απήχηση στο Facebook ⓘ

1.726.831 ↑ 14,9%

📷 Απήχηση στο Instagram ⓘ

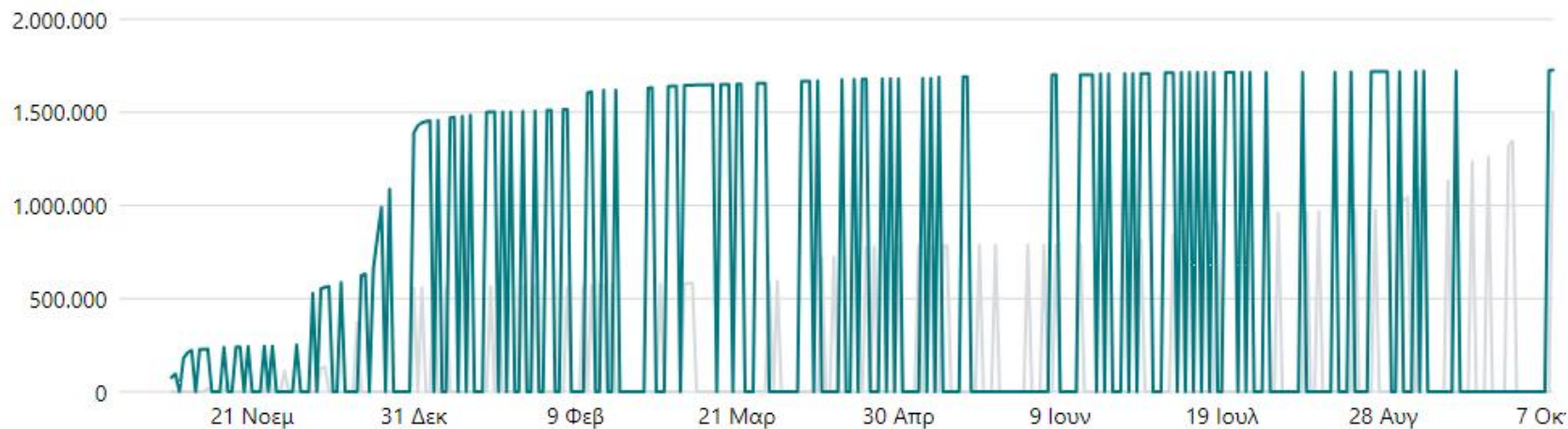
88.946 ↓ 53,7%

📢 Πληρωμένη απήχηση ⓘ

0 0%

Ημερήσια

Αθροιστικά



👤 "Μου αρέσει!" στη Σελίδα Facebook ⓘ

43.202

👤 Ακόλουθοι στο Facebook ⓘ

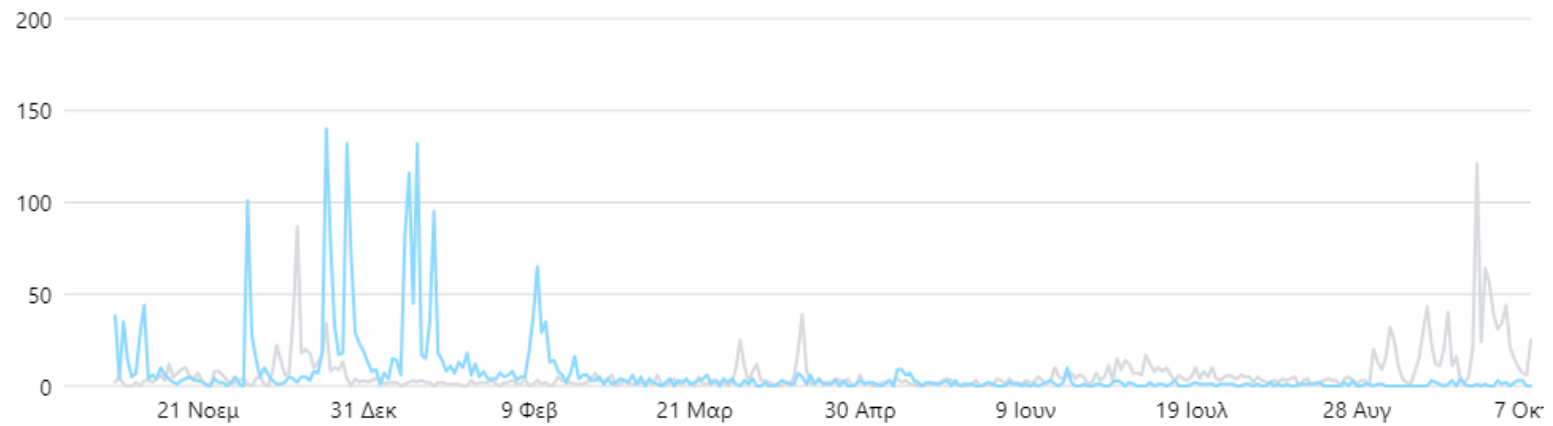
46.323

📷 Ακόλουθοι στο Instagram ⓘ

4.936

Νέα "Μου αρέσει!" στη Σελίδα Facebook ⓘ

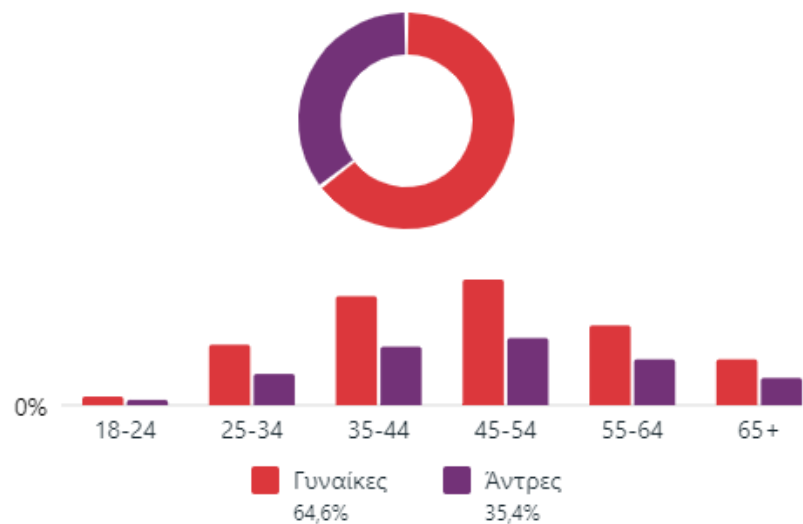
2.444 ↑ 9,7%



Ακόλουθοι στο Facebook ⓘ

46.323

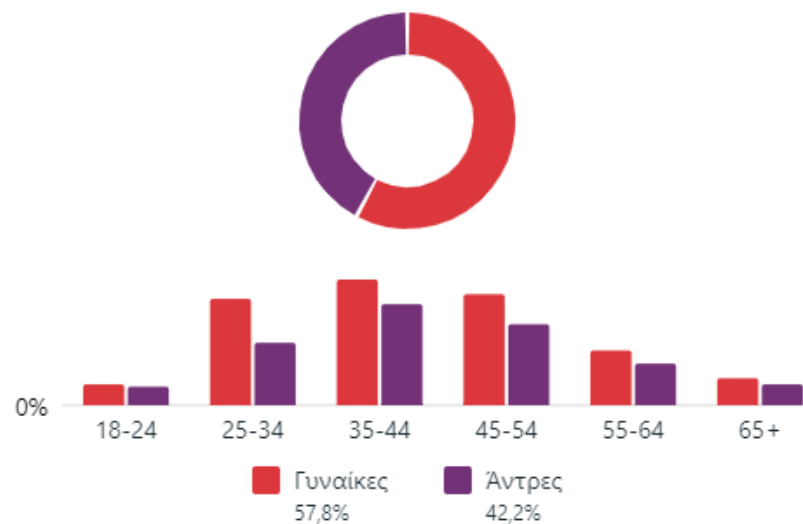
Ηλικία και φύλο ⓘ



Ακόλουθοι στο Instagram ⓘ

4.936

Ηλικία και φύλο ⓘ



Ανάδειξη των υπαίθριων δραστηριοτήτων

Καλοκαίρι 2023

Στόχος: Η ανάδειξη των δυνατοτήτων υπαίθριων δραστηριοτήτων / η προώθηση των επαγγελματιών


Περιγραφή:

1. Καταγραφή στοιχείων σε συνεργασία με τους επαγγελματίες
2. Οργάνωση ανά κατηγορία με βάση προτάσεις του κλάδου
3. Ενσωμάτωση πληροφορίας στο site
4. Εκτύπωση και διανομή προωθητικού υλικού




English


ACTIVITIES




MORE INFO
CANYONING




MORE INFO
GASTRONOMY & AGRICULTURAL




MORE INFO
HORSE RIDING



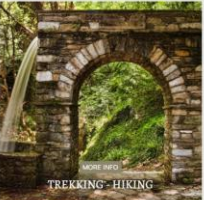
MORE INFO
SAILING




MORE INFO
SEA KAYAK




MORE INFO
DIVING




MORE INFO
TREKKING - HIKING




MORE INFO
MOUNTAIN BIKE



MORE INFO
BOATS



MORE INFO
FISHING TRIPS



MORE INFO
TOURING GUIDES

Being a very mountainous destination and located next to the sea, Volos and Pelion are ideal for outdoor and water activities such as hiking, horse riding, cycling, canyoning, sailing and more.

In addition, you can enjoy some of the activities and sports with the help of the tourist offices that you will find below. There are so many great things to choose from that you don't have to spend every day at the beach, unless you want to. Just be inspired, choose and do.

TAKE YOUR LOCAL EXPERIENCE

In all the categories above, you can find local guides who provide relevant services, willing to help you feel the nature.


LES HIRONDELLES TOURIST AGENCY
LET'S GO TRAVEL

TAKE YOUR LOCAL EXPERIENCE


In all the categories above, you can find local guides who provide relevant services, willing to help you feel the nature.

English


ACTIVITIES – HORSE RIDING



GO TO SITE



GO TO SITE



GO TO SITE

HORSE RIDING

PELION'S POTENTIAL HAS HELPED TO DEVELOP A NUMBER OF ACTIVITIES ON THE MOUNTAIN AND THE SEA THAT WILL MAKE YOUR EXPERIENCE UNIQUE.


Horse riding as an alternative activity can meet the demands of people looking for a different way of vacation, always combining the protection of local culture and the natural environment.

Crossing the mythical paths of the "Centaurus" as riders experience brings you closer to the nature as well as to the Pelion history.


Short and long routes from 1 hour to 3 days allow beginners and experienced riders to explore the traditional villages and wooded trails of our area. Always with the help of experts, young and old can enjoy a wonderful ride. Specially trained staff, with specially trained horses, reveal to us the secrets of riding, always following all safety rules.

English


ACTIVITIES – BIKING



GO TO SITE
BIKE OR HIKE



GO TO SITE
HILO CYCLING



GO TO SITE
CYCLE AND HIKE

BIKING

PELION'S POTENTIAL HAS HELPED TO DEVELOP A NUMBER OF ACTIVITIES ON THE MOUNTAIN AND THE SEA THAT WILL MAKE YOUR EXPERIENCE UNIQUE.

Mountain biking is an alternative activity that combines nature and fitness, creating a feeling of freedom and liveliness. Cycling in Pelion is quite popular and there are many beautiful and enjoyable routes. Some of the routes you can enjoy maybe demanding due to mountainous terrain and other less bring but equally beautiful. The cyclist is magnetized by cycling "Centaur Mountain" as he has the opportunity to cross dense forests, small picturesque beaches, chapels built just above sea level and exploring beautiful landscapes.

Organized cycling programs can include along the coast routes that can be combined with other activities (such as gastronomy and sailing), long routes between villages, as well as demanding peaks and also city biking. This experience is provided by specialized companies that cooperate both in Volos and Pelion, providing both pleasures and enjoyment for visitors.

Υποδοχή

Άνοιξη 2023

Υποδοχή πρώτης πτήσης θερινής περιόδου



Παραγωγή:

Έντυπο προβολής τοπικής γαστρονομικής ταυτότητας και ειδικότερα ενός εντύπου αφιερωμένου στα τσιπουράδικα του Βόλου Φθινόπωρο 2023



Έξτρα μεζέδες

Εκτός των πιάτων που συνοδεύουν την παραγωγή σας, μπορείτε να παραγγείλετε επιπλέον μεζέδες οι οποίοι αναφέρονται «Έξτρα». Τέτοια πιάτα μπορεί να είναι: καλαμαράκια, χταπόδι κρεάτιο, χταπόδι ψητά, καβουρογαράκι, μεροπύλαφο, καψέρι σαγανάκι, ροδεγαλάκι, παστοურμάς, σουπιές κοκκινοκέφαλοτύρι και παστοურμάς, σουπιές κοκκινοκέφαλοτύρι και διάφορα πιάτα ημέρας.

Βόλος, το λιμάνι των Αργοναυτών

Ο Βόλος, μία από τις μεγαλύτερες ελληνικές πόλεις και ένα από τα σημαντικότερα λιμάνια της χώρας, βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας. Φυσικό λιμάνι του Παγασητικού κόλπου και σε απόσταση αναπνοής από το βουνό του Πηλίου, συνδυάζει όλη τη γαλήνη της Θάλασσας και του μύθου των Αργοναυτών με τη μυστηριώδη ομορφιά του βουνού των Κενταύρων. Η Θάλασσα δημιουργεί ένα μακρύ και υπέροχο παραλιακό μέτωπο, τόπος συνάντησης και περιπάτου των κατοίκων και των επισκεπτών με πολλά κέντρα αναψυχής και μερικά από τα εκατοντάδες περίφημα τσιπουράδικα της πόλης με το παραδοσιακό τσίπουρο και τους ξεχωριστούς θαλασσινούς μεζέδες.

Πώς θα έρθω στον Βόλο:

Με ιδιωτικό αυτοκίνητο
(χilομετρικές αποστάσεις)
Αθήνα – Βόλος: 324 km
Θεσσαλονίκη – Βόλος: 209 km
Νέα Αγχιάλος (Αεροδρόμιο) – Βόλος: 20 km

Με ΚΤΕΛ:
<https://ktelvolou.gr/en/home/>

Με τρένο:
<https://tickets.hellenictrain.gr/>

Με αεροπλάνο:
<http://www.thessalyairport.gr>



ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ

Volos Info
Κέντρο Τουριστικής Πληροφόρησης
Διαθέσιμη: Λευκή Πύλη – Έκθεση
38334 Βόλος, τηλ: +302421030930
www.volosinfo.gr, infovolos@gmail.com



ΤΑ ΤΣΙΠΟΥΡΑΔΙΚΑ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ





VolosPelion

GREECE

Τσιπουρομεζέδες

Επιλέξτε ένα από τα πολλά τσιπουράδικα της πόλης και απλά παραγγίλετε 25άρια για σας και την παρέα σας, αφήνοντας την επιλογή των μεζέδων στους υπεύθυνους του τσιπουράδικου και στον ρυθμό του τσίπουρου που εσείς ακολουθείτε. Οι μεζέδες που ακολουθούν είναι παραγγίλια πηκνότερα από τα τσιπουράδικα. Πιάτα που σχεδόν πάντα είναι πιστοποιημένα λιμάνοι με χταπόδι, κάποιο είδος ψαριού (παστό ή ψημένο), ψητά πατάτα με βούτυρο, μείγμα κρέμας, τσιπουράβλια, καλαμαράκια και διάφορα σαρτακάσι.

Κάθε τσιπουράδικο έχει τη επιλογή του και τις μεσαίες του συνταγές. Ψωμί με μελιόνη, μείγμα αχνιστά, κολός παστίς, ψάρι τριπός παστίς, ψάρι ημέρας όπως κουτσομούρες, γούρος κλπ, παλαιά ψητά, σαλάς, διάφορα τουρσιά, γαρίδες ψητές ή τηγανιτές, φασόλες, αικαταία ψαριών σε κρεμμύδι, σουπιά ψητή στη σάγρια, γαρίστο καλαμάκι, γαλακτίδες, γαρίδες σαγανάκι, αρνιστολάτσια, θαλάσσιος σκυμόνος (καλιτσάνο), φέκια βραστά, φέκια βραστής, ντομακοφιτέδες, τσιουμοκοφιτέδες, κοπανιστή, αυγά τηγανητά με παστοურμά, χταποδοκιτέδες, μπρασκούρες (σοκός πικανωμένης), σαλάς και πολλά άλλα ένα πιάτο που θα συναντήσετε στα τσιπουράδικα του τόπου.



Ιστορία

Σημαντικό ρόλο στην ιστορία της διατροφής της Μαγνησίας, διαδραμάτισαν οι πρόσφυγες που ξεριζώθηκαν από τη Μικρά Ασία το 1922 με τη Μικρασιατική Καταστροφή.


Στον Βόλο τα προσφυγικά καφέ που δελιό-δελιά αναπτύχθηκαν στην πλατεία Ελευθερίας, τόπο συνάντησης των εκφορτωτών προσφύγων του λιμανιού, μετέβληθηκαν, στη συνέχεια, στα καφέ-τσιπουράδικα σε δομάτια σπιτιών στη Νέα Ιωνία και μετασηματίστηκαν στα κλασικά τσιπουράδικα στη Νέα Ιωνία και τον Βόλο, με λίπους αλλά νόστιμους μεζέδες.

Μια ιστορία 100 χρόνων

Το τσιπουράδικο του Βόλου και της Νέας Ιωνίας Μαγνησίας, με ιστορία 100 ετών, εκτός από στοιχείο σύμφυτο με την τοπική κοινωνία, αποτέλεσαν μια ζώσα παράδοση. Τα πρώτα παραδοσιακά τσιπουράδικα εμφανίστηκαν στον Βόλο και τη Νέα Ιωνία μετά το 1922.

Η έλευση των προσφύγων της Μικρασίας, που εγκαταστάθηκαν στον Βόλο και δούλεψαν στη θάλασσα και στο λιμάνι, επέταξε την εξέλιξη των τσιπουράδικων περιοχή.

Τα τσιπουράδικα του Βόλου και της Νέας Ιωνίας



Το τσίπουρο

Το τσίπουρο είναι το απόσταγμα των σταφυλιών μετά το πάτημά τους για κρασί. Η κατανάλωση του παραπάνω αποστάγματος είναι διαδεδομένη σε όλη την Ελλάδα (τσίπουρο, ρακή, τσικουδιά), αλλά για μεγάλο χρονικό διάστημα η εμπορία του ήταν προνόμιο αποκλειστικά της Θεσσαλίας. Στην περιοχή του Βόλου, η συνήθεια κατανάλωσης τσίπουρου ήταν καθημερινή για τον αντρικό πληθυσμό.

Ο ερσιμός των προσφύγων από τη Μικρασία μετά το 1922 καθιέρωσε τη συνήθεια του ποτού με διαφορετικούς μεζέδες, κυρίως θαλασσινούς. Στιδικά τα καφενεία, που μεταξύ άλλων σερβίριζαν και τσίπουρο, εξελίχθηκαν αποκλειστικά σε τσιπουράδικα με τη δική τους φυσιογνωμία.

Η τελετουργία

«Εμείς στον Βόλο τα λίμε τσιπουράδικα»
Το τσίπουρο συνήθως σερβίρεται σε μικρά μπουκαλάκια που ονομάζονται 25άρια ή από μεγάλο μπουκάλι (μίστρα) κατευθείαν στο ποτήρι. Κάθε 25άρι (ο όρος αναφέρεται στα μικρά ιδιόρρυθμα μπουκαλάκια που σερβίρει το τσίπουρο, χωρητικότητας 50ml) προϋποθέτει και διαφορετικό μεζέ, μια ιερουτέα που διατηρήθηκε από παλιά.

Στο τσιπουράδικο χρειάζεται κάποιος να απαντήσει σε δύο βασικές ερωτήσεις. Αν θα πεί τσιπουρο με γλυκάνισο ή χωρίς και πόσα 25άρια θα πεί. Συνήθως, κάθε φορά ή παραγγελία αφορά ένα 25άρι για κάθε ένα άτομο της παρέας, όσες φορές χρειαστεί. Κάθε 25άρι συνοδεύεται από, ιδιαίτερους για κάθε τσιπουράδικο, μεζέδες.



Τί πρέπει να ξέρω

«Πάμε για δύο» (εννοούμε δύο 25άρια με μεζέ) είναι η φράση σύνθημα για να κανονίσουμε έξοδο σε τσιπουράδικο. Μια επίσκεψη σε ένα τσιπουράδικο είναι πάντα μια καλή ιδέα για έξοδο στον Βόλο. Το τσιπουράδικο θέλει τον χρόνο του. Πάμε για να σιγοποιούμε και να μιλήσουμε. Προσεχούμε τον ρυθμό κατανάλωσης ποτού και μεζέδων.

Η σειρά των μεζέδων

Ο μεζές του τσιπουράδικου συνήθως περιλαμβάνει σχεδόν τα πάντα από τον πλούτο της θάλασσας. Ψάρια, μύδια, καβούρια, γαρίδες, κριόματα, φύκια, φρούδες, πίνες, γαπιάδα, καλαμάρα, πεταλίδες είναι κάποια. Το άριο είναι η καθημερινή ψαριά, η φαντασία του μάγειρα και οδήγησε στην παράδοση. Όλα όμως προσφέρονται με τη σειρά που κάθε τσιπουράδικο επιβάλλει.

Κάθε σερβιτόρος και τσιπουρομανής λέγεται γήρακι και ενδεικτικά περιλαμβάνει 3 με 4 πιάτα με μεζέ. Όλα αυτά έρχονται στο τραπέζι, χωρίς παραγγελία, αλλά ανάλογα με την κατανάλωση του τσιπουρού. Όσο περισσότερα 25άρια τσιπουρού θα πεί η παρέα, τόσο εκλεκτότερα γίνονται οι μεζέδες σε μια διαδικασία που συνεχώς κορυφώνεται.

Πού θα τα βρω;

Τσιπουράδικα θα βρείτε στον Βόλο στην παραλία, στην συνοικία Παλαιά, στους δρόμους του κέντρου, στην Νέα Ιωνία αλλά και στις γειτονίες της πόλης.

Θα βρείτε όμως και στους οικισμούς και στα χωριά δίπλα στην θάλασσα, αλλά και σε κάποια χωριά του Πηλίου. Λέγεται ότι υπάρχουν περισσότερα από 350 τσιπουράδικα. Ένα για κάθε ημέρα του χρόνου.

Τα υλικά

Τα θαλασσινά τα προμηθεύονται οι μαγαζάτορες από την ψαγαράρα του Βόλου ή από το παλιό λιμάνι γνωστό πια και ως ιππάλια ψαράδικα. Το Πηλιο, αλλά και οι γύρω ανοικτές περιοχές αποτελούν τον τόπο από όπου αγοράζονται τα ντόπια λαχανικά.

Το τσίπουρο προέρχεται από τοπικούς παραγωγούς της Νέας Αγχιάλου, του Πηλίου αλλά και περιοχών της Θεσσαλίας. Οι συνταγές κληρονομούνται στόμα με στόμα και μερικές φορές «περαζώνται» ως διακριτική εξέλιξη μιας ζωντανής παράδοσης.



Information - υποδοχή

Διανομή **49.110** εντύπων σε κοινό και επισκέπτες

Υποδοχή **16.522** επισκεπτών στον προορισμό (συμπεριλαμβάνεται και η υποδοχή κρουαζιέρας)

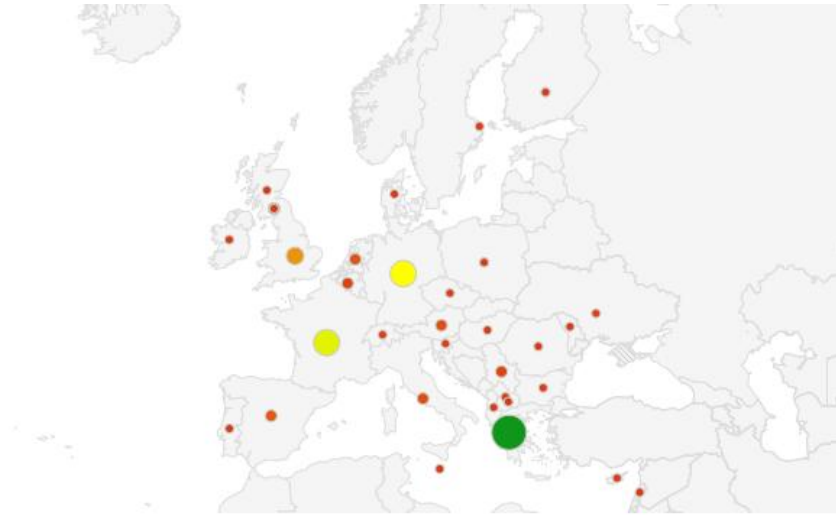
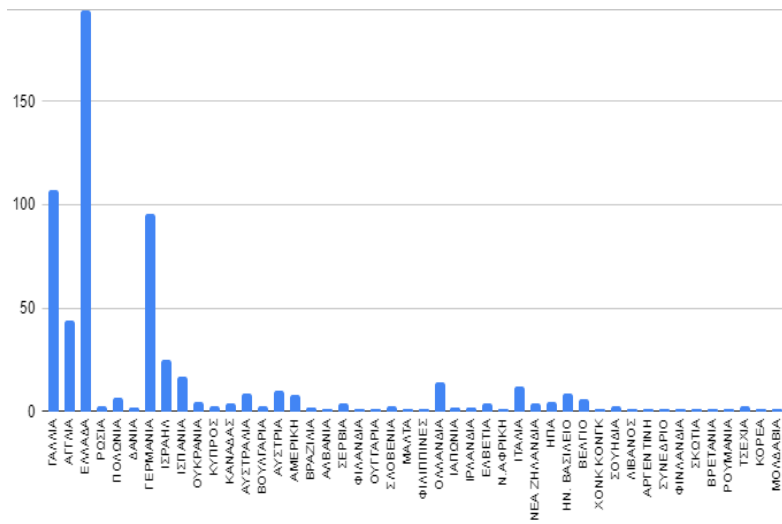
Η υποδοχή των επισκεπτών πραγματοποιείται στο Volos Info Center (998)

Η υποδοχή επιβατών κρουαζιέρας πραγματοποιείται στο terminal του ΟΛΒ (15.524)

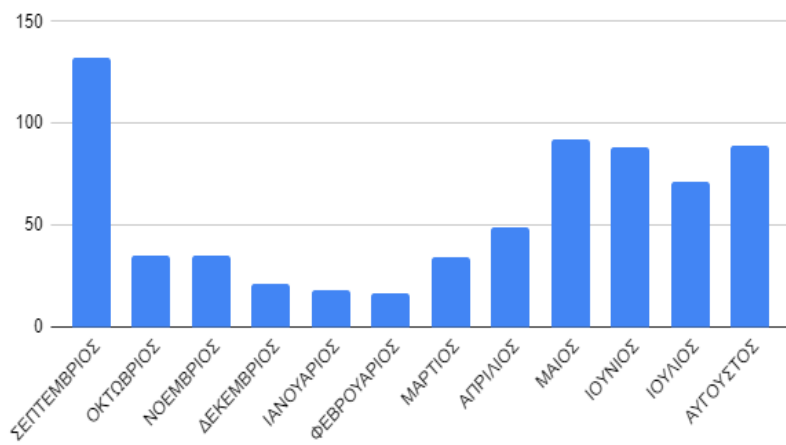
Για την υποστήριξη των επιβατών αεροπορικών γραμμών εφοδιάζονται με έντυπο υλικό 2 stand εντός ΚΑΝΑ

Υλικό διανέμεται σε επιμέρους δράσεις (εκδηλώσεις, αποστολές, ημερίδες, συνέδρια, μαθητικές δράσεις) και σε επιχειρήσεις διαμονής κατόπιν προφορικού αιτήματος και ανάλογα της διαθεσιμότητας

Μετρήσεις στο Volos Info desk



Μέτρηση από ΜΗΝΑΣ



Ακτές 2023



4 πολυσύχναστες ακτές

11 βραβευμένες με το πρόγραμμα Γαλάζιες σημαίες

Παραθαλάσσιο Μέτωπο 2023



Ο εξοπλισμός στις ακτές με αριθμούς

75 καμπίνες

316 ομπρέλες

65 ντους

7 ναυαγοσωστικοί πύργοι

10 σημεία σωστικών & φαρμακευτικών εφοδίων

4 σημεία πρόσβασης ατόμων μειωμένης κινητικότητας

10 χημικές wc / οι 4 κατάλληλες για ΑμεΑ

Προσβάσεις με ξύλινους διαδρόμους

Οριοθετήσεις γραμμής λουομένων σε 12 ακτές

25 ακτές διαθέσιμες για κατοίκους και επισκέπτες

Ενημερωτική εκδήλωση

Καλοκαίρι 2023

Δράση ευαισθητοποίησης, παραλία Καρνάγιο,

«Η διάσωση στις παραλίες και η χρήση των συστημάτων αυτόνομης πρόσβασης»



Συμπληρωματική δράση / ενδεικτική παρουσίαση αναρτήσεων



Τρίτη, 31 Οκτωβρίου 2023 - 1:56 μ.μ. · 🌐

🕒 189,9 χιλ.
👑 459,5 χιλ.
🔗 11,4 χιλ.
💬 579

Επισκόπηση 🌐

Απήχηση	459.461
Εμφανίσεις	461.366
Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις δημοσιεύσεων	13.112
Συνολικά κλικ	9.748



Τετάρτη, 8 Νοεμβρίου 2023 - 8:54 π.μ. · 🌐

🕒 3,2 γιλ.
👑 7,0 γιλ.
🔗 593
💬 56

Επισκόπηση 🌐

Απήχηση	6.986
Εμφανίσεις	7.530
Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις δημοσιεύσεων	779
Συνολικά κλικ	192



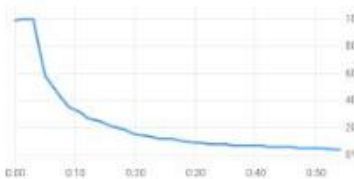
Φθινόπωρο στην χώρα των Αργοναυτών. Φθιν...

📍 Volos Pelion - it's true - Ποσ... · 🌐 Διυόσια
14 Νοεμβρίου 2023 - 2:07 μ.μ. · Διάρκεια 00:54

▶ 37,3 χιλ.
🔗 2,2 γιλ.
💬 146
👉 198

Επισκόπηση 🌐 [Δείτε περισσότερα](#)

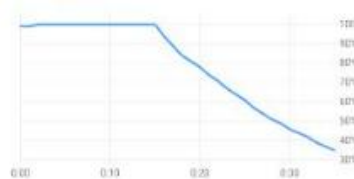
Απήχηση	19.531
Διάρκεια προβολής σε λεπτά	3.557
Μέση διάρκεια προβολής σε λεπτά	00:06
Ακόλουθοι reel	2



Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις δημοσιεύσεων

👍 1472
❤️ 685
😂 0
😮 10
😞 0
😡 0

Αντιδράσεις	2.156
Σχόλια	146
Κοινοποιήσεις	198



Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις δημοσιεύσεων

👍 7752
❤️ 3639
😂 8
😮 44
😞 3
😡 4

Αντιδράσεις	11.393
Σχόλια	579
Κοινοποιήσεις	1.140



Αξιολόγηση

- [1] Καταγραφή στοιχείων κίνησης καταλυμάτων
- [2] Κίνηση κρουαζιέρας

[1]

Καταγραφή στοιχείων κίνησης

Hotels

Τύπος

Έρευνα πεδίου με χρήση Google form και τηλεφωνικής συνέντευξη στην περίπτωση μη απάντησης
Στόχος

Η αξιολόγηση της κίνησης της προηγούμενης περιόδου Σεπ 2022 Αυγ 2023

Πληθυσμός στόχος

Ξενοδοχεία περιοχής Δ. Βόλου

Περίοδος διανομής ερωτηματολογίων:

Οκτώβριος 2023

N=97/ επικοινωνία N1=52/ δείγμα n=27

Ανάλυση

Περιγραφική, κατανομή συχνοτήτων και ποσοστών, πίνακες διπλής εισόδου

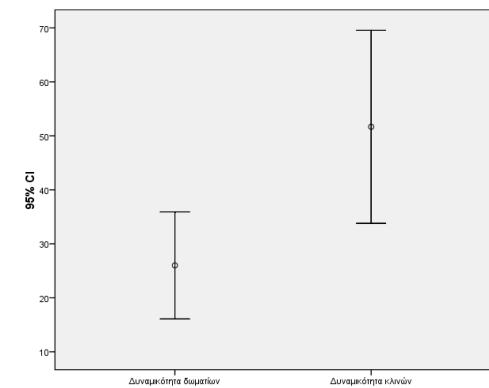
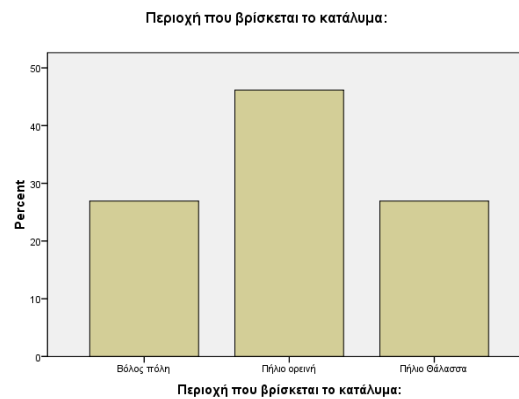
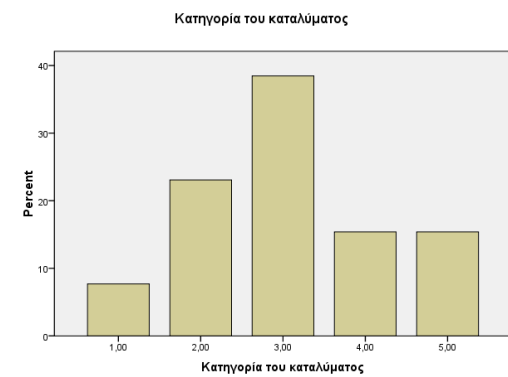
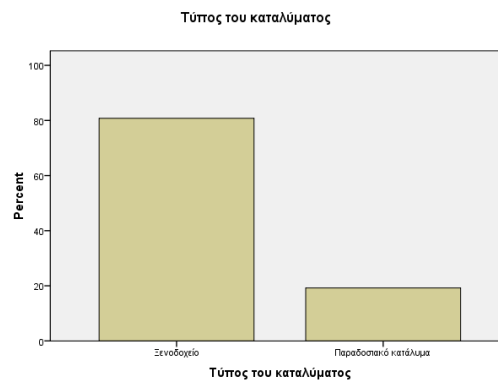
Ταυτότητα

[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομές δείγματος ανά χαρακτηριστικό



Ποιοι συμμετείχαν

[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

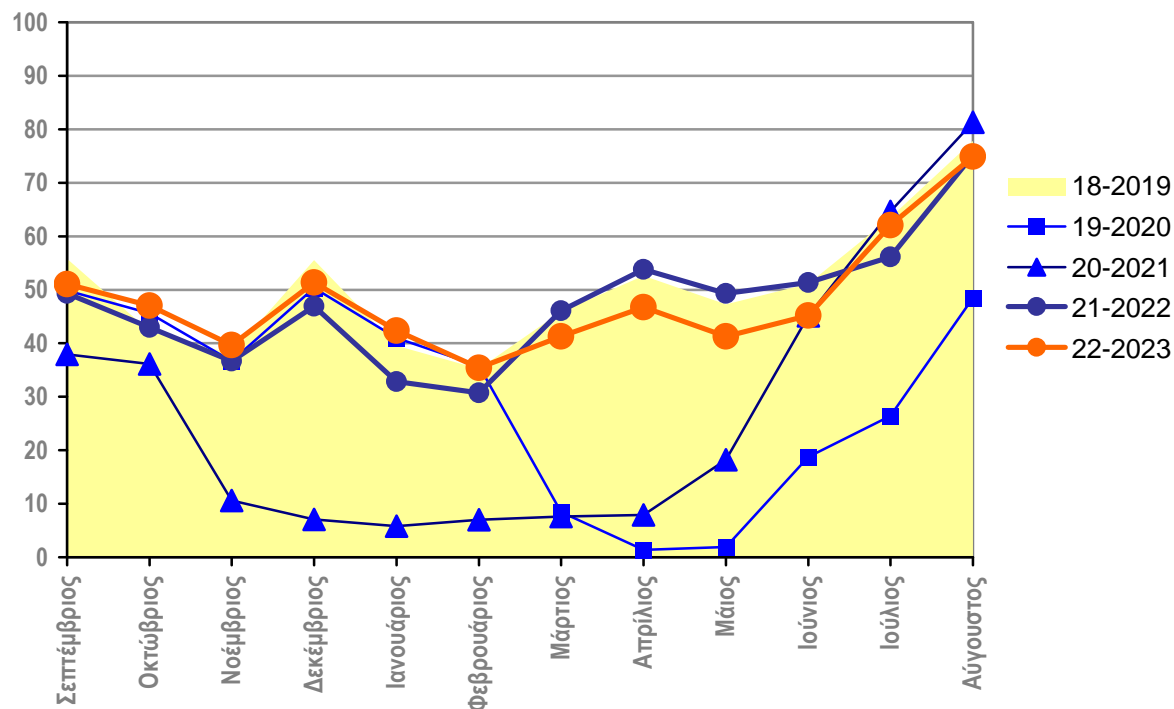
Hotels

αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου- συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.

Μέση πληρότητα

49,7% [22-23]



[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

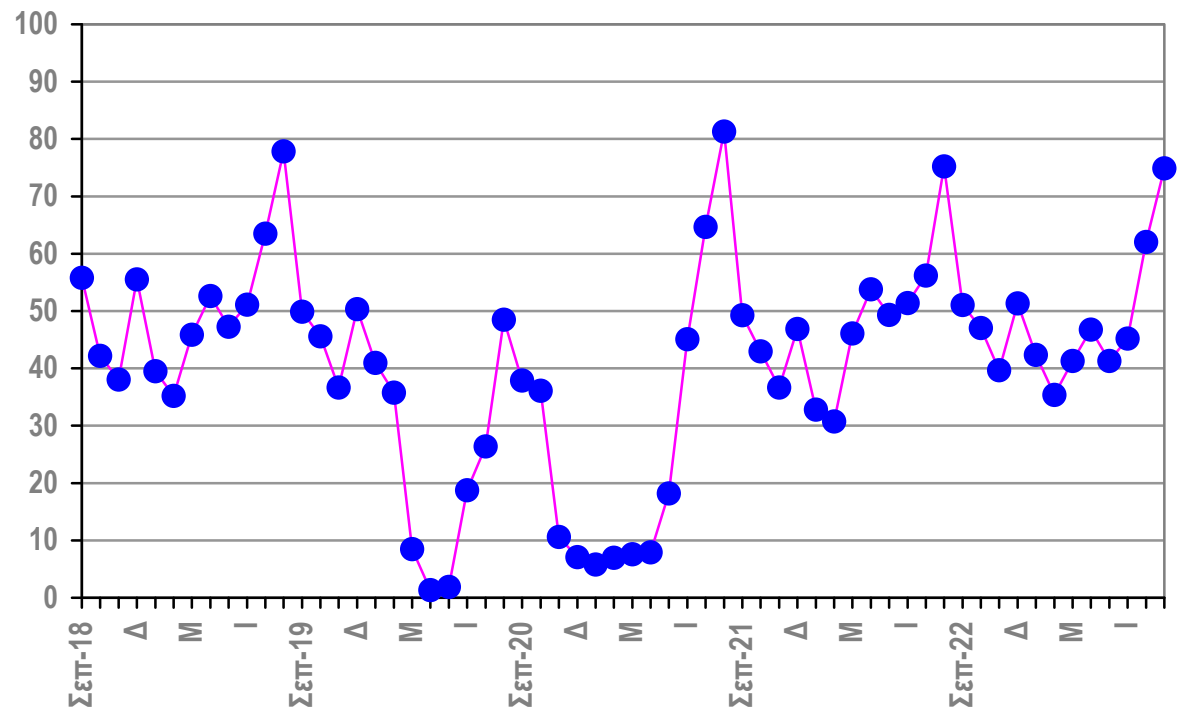
Hotels

αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου- συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.

Μέση πληρότητα

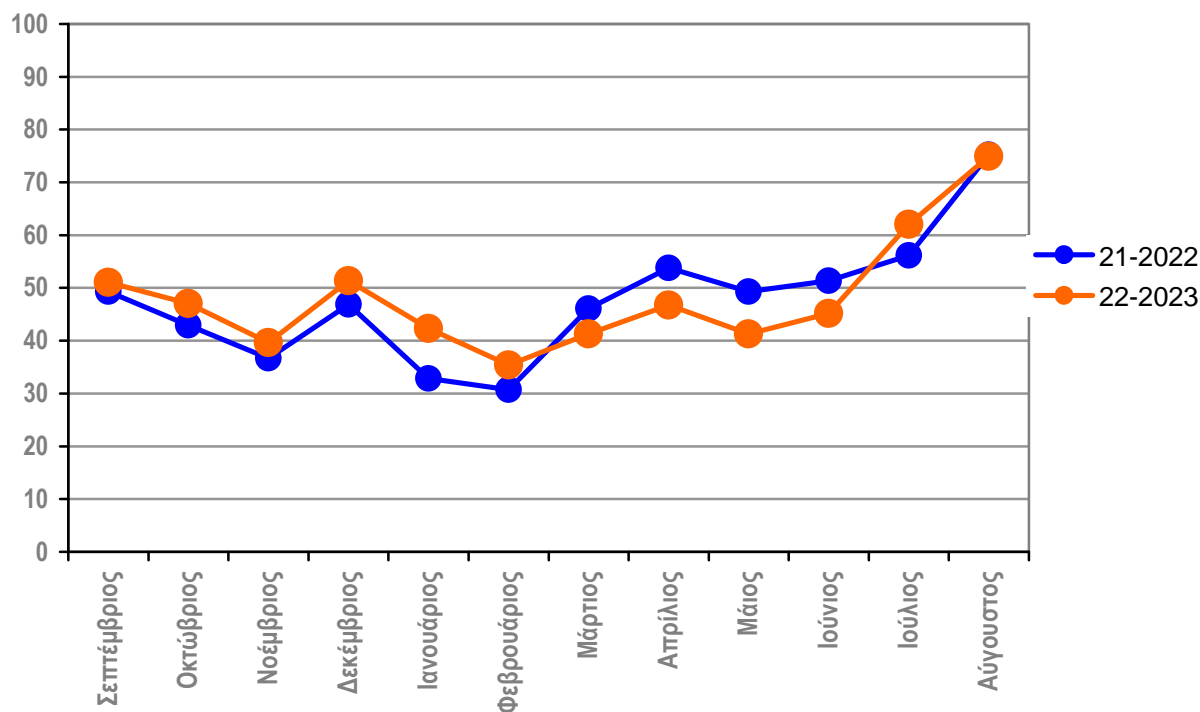
49,7% [22-23]



[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου- συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.



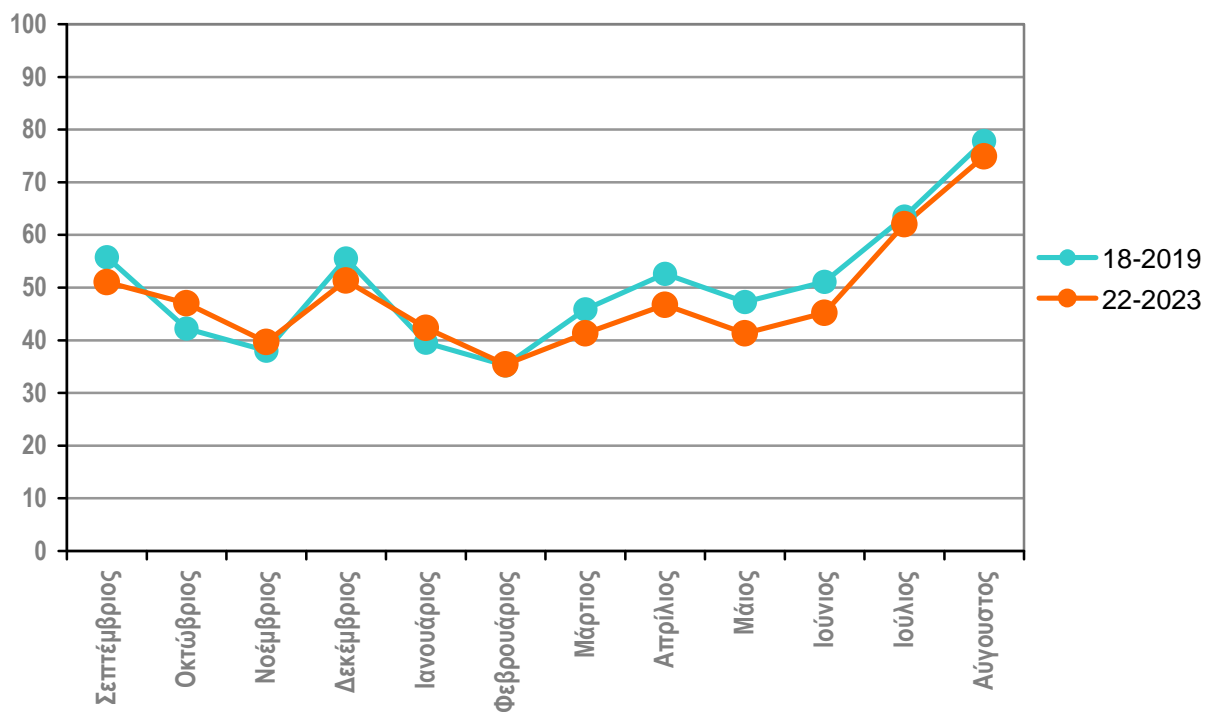
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου- συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.



[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

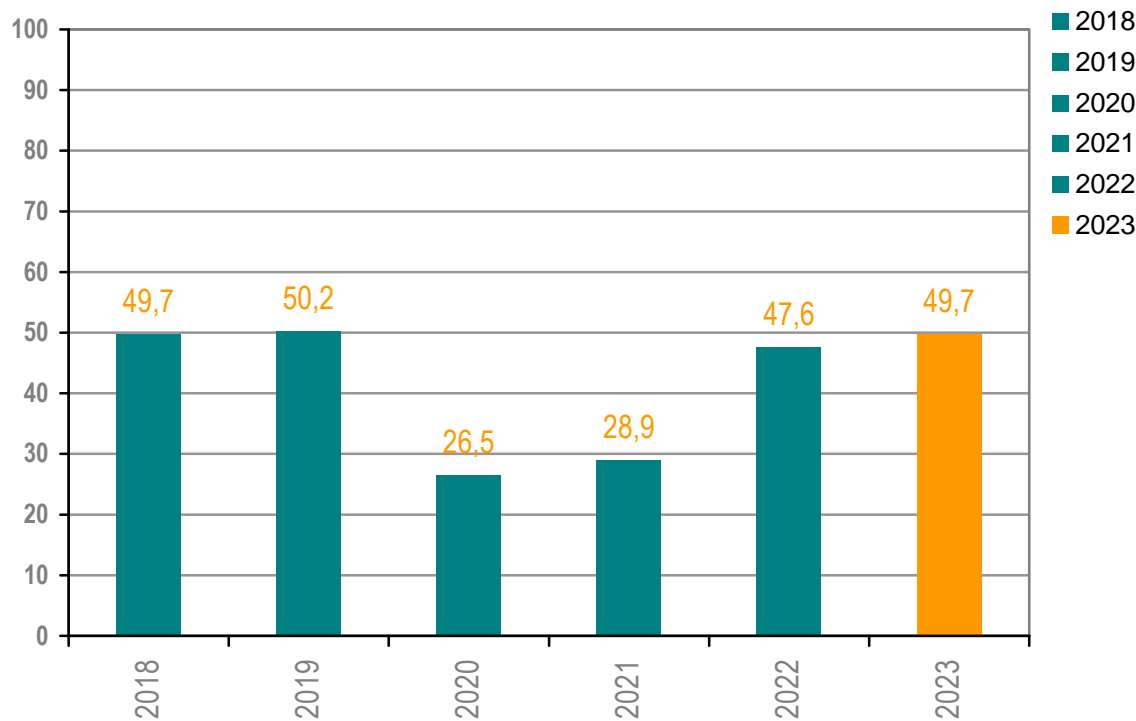
Hotels

αποτελέσματα

Καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου- συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.

Μέση πληρότητα

[2018]	49,7%
[2019]	50,2%
[2020]	26,5%
[2021]	28,9%
[2022]	47,6%
[2023]	49,7%



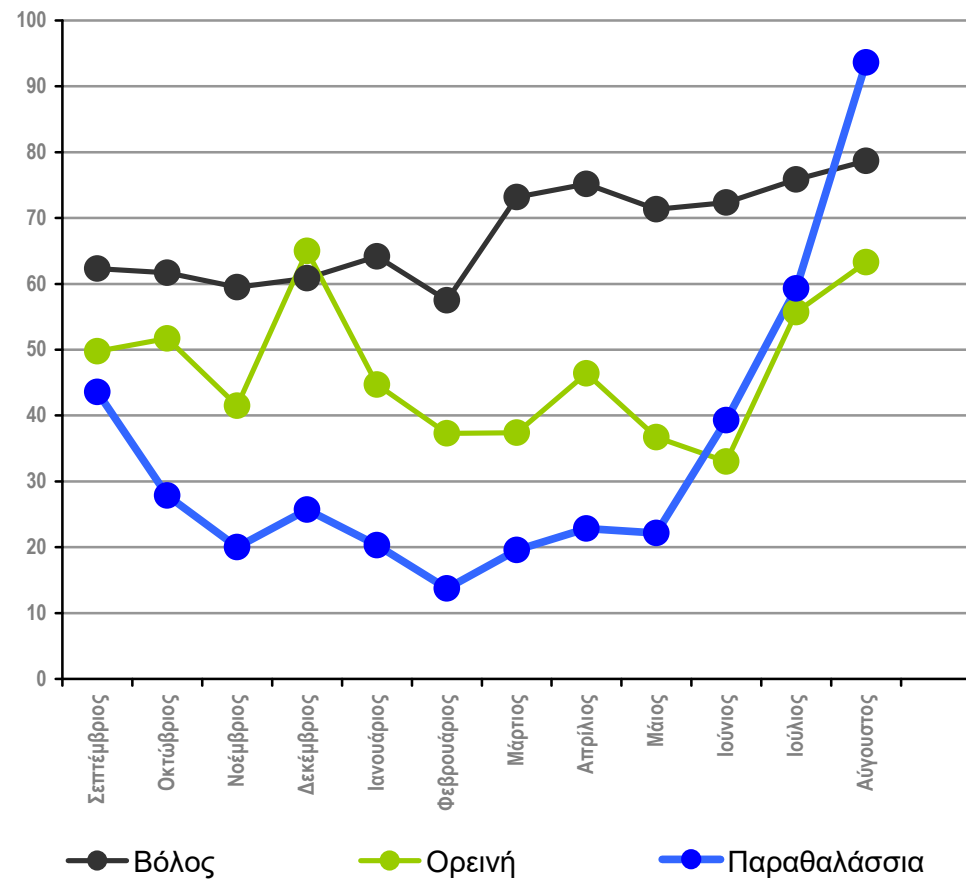
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

πληρότητες

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά περιοχή

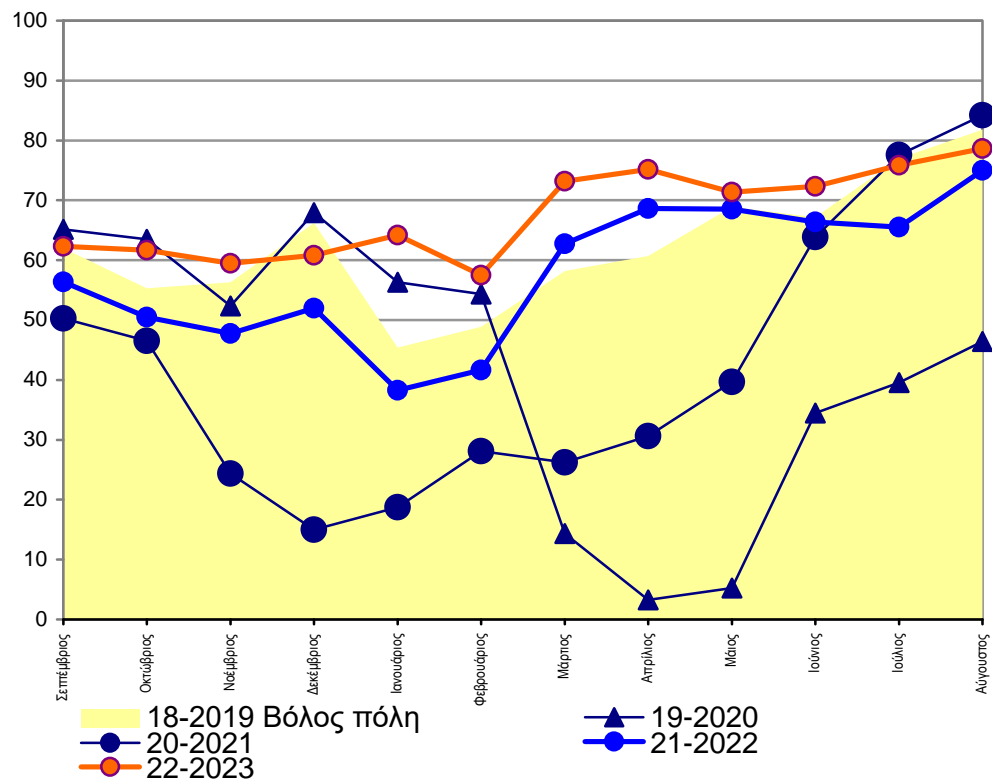


[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής Βόλου πόλη



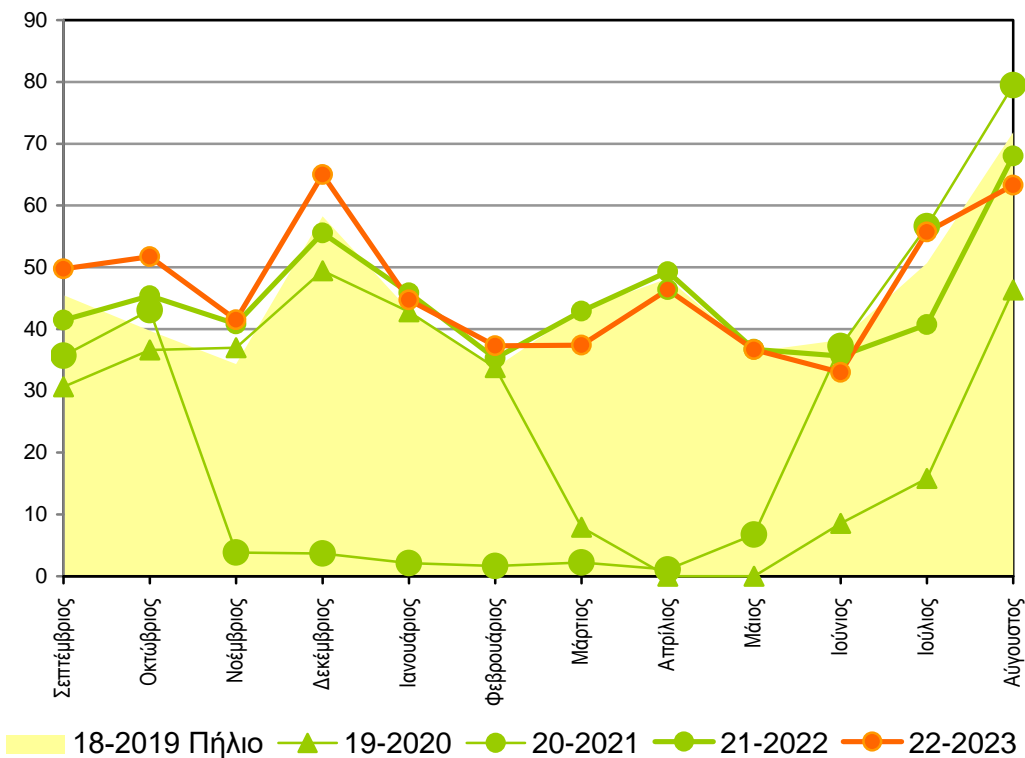
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής Πηλίου – ορεινό τμήμα Βόλου

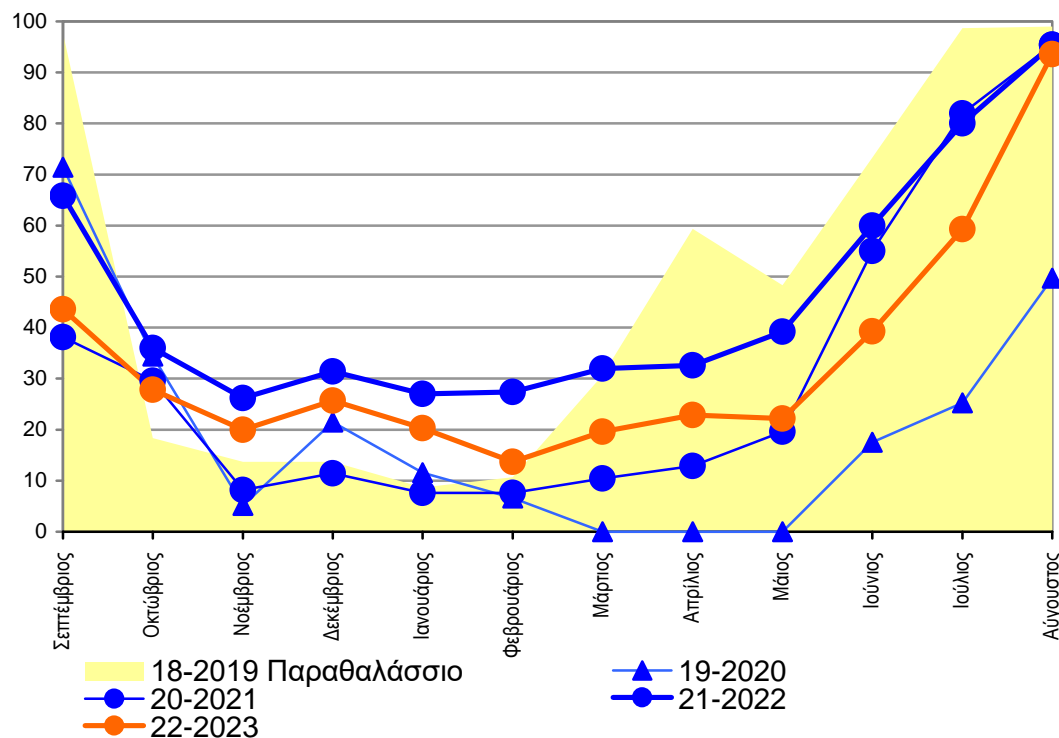


[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής: παραθαλάσσιο τμήμα Βόλου



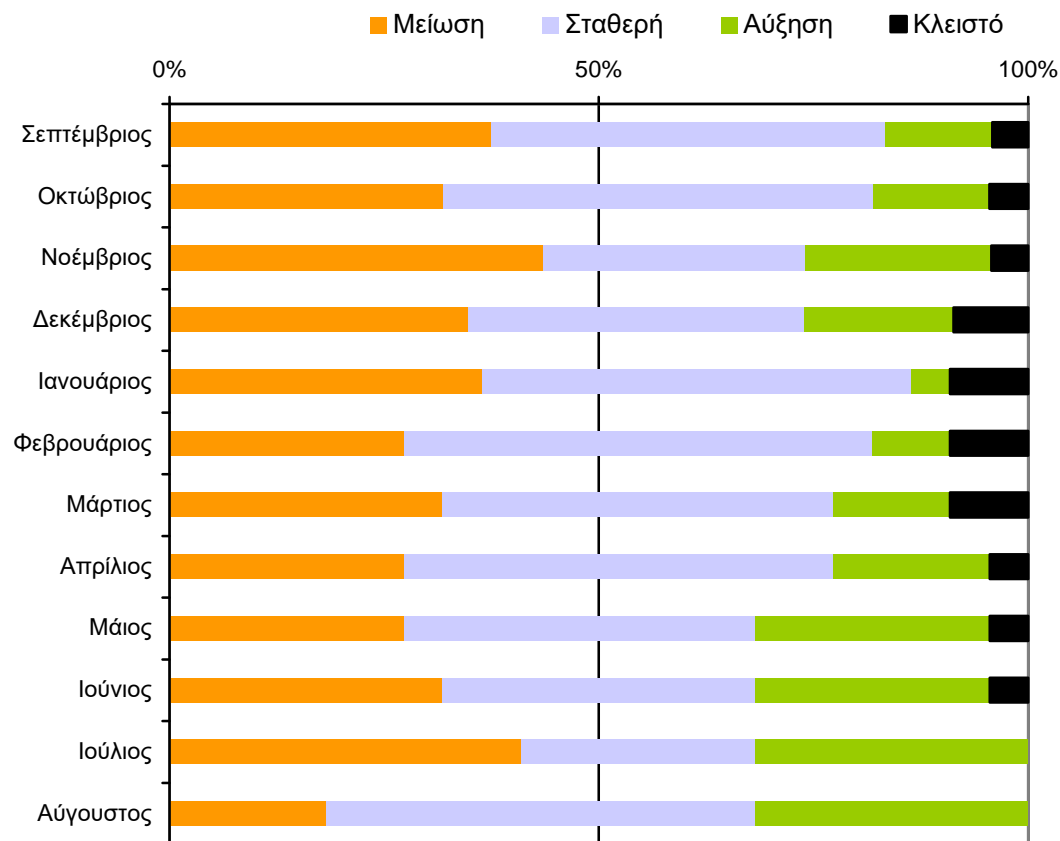
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

σύγκριση μήνα / έτος

Συγκριτική παρουσίαση της υποκειμενικής αίσθησης των μονάδων για την μεταβολή της πληρότητας σε σχέση με τους αντίστοιχους μήνες πέρσι



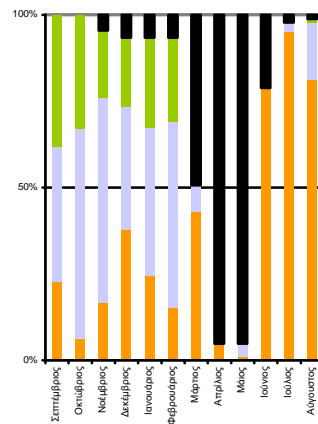
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

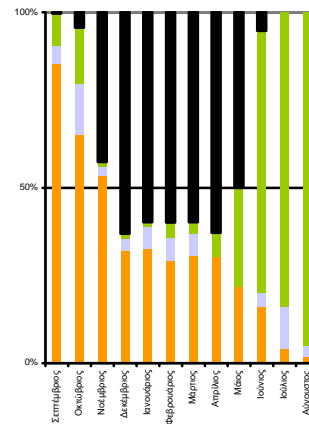
Hotels

σύγκριση
μήνα ανά έτος

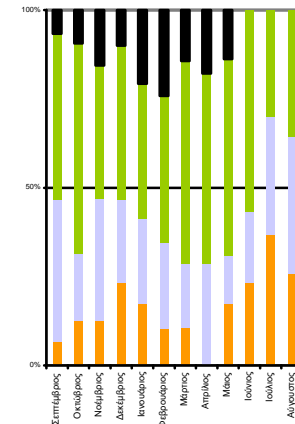
Συγκριτική παρουσίαση της υποκειμενικής αίσθησης των μονάδων για την μεταβολή της πληρότητας στην πορεία των ετών



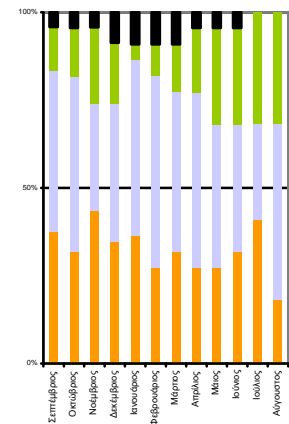
2019-20



2020-21



2021-22



2022-2023

[1]

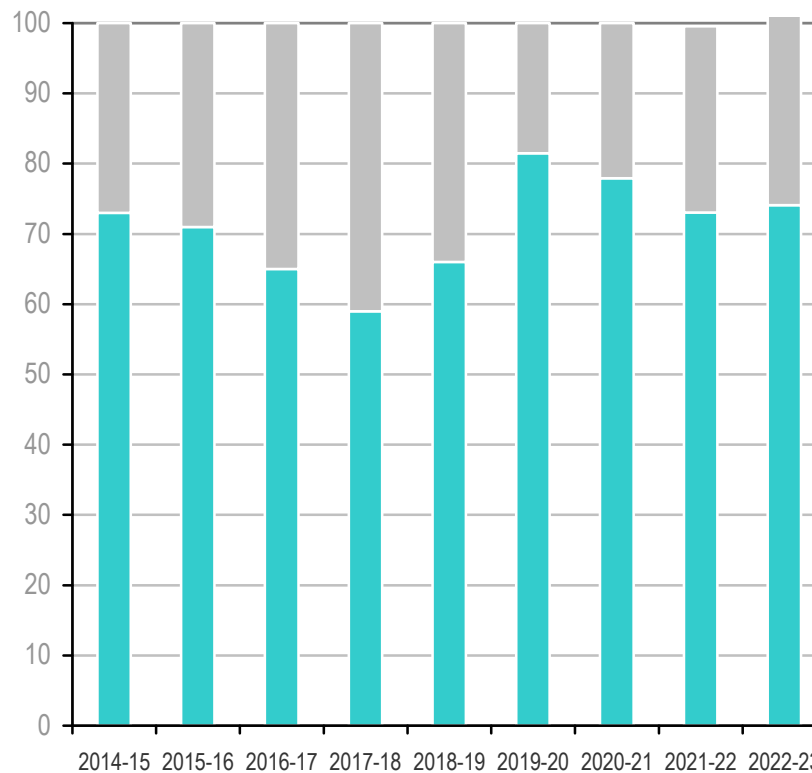
Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

κατανομή

Έλληνες / Αλλοδαποί

2014-15	73,0%
2015-16	71,0%
2016-17	65,0%
2017-18	59,0%
2018-19	66,0%
2019-20	81,5%
2020-21	77,9%
2021-22	73,5%
2022-2023	74,1%



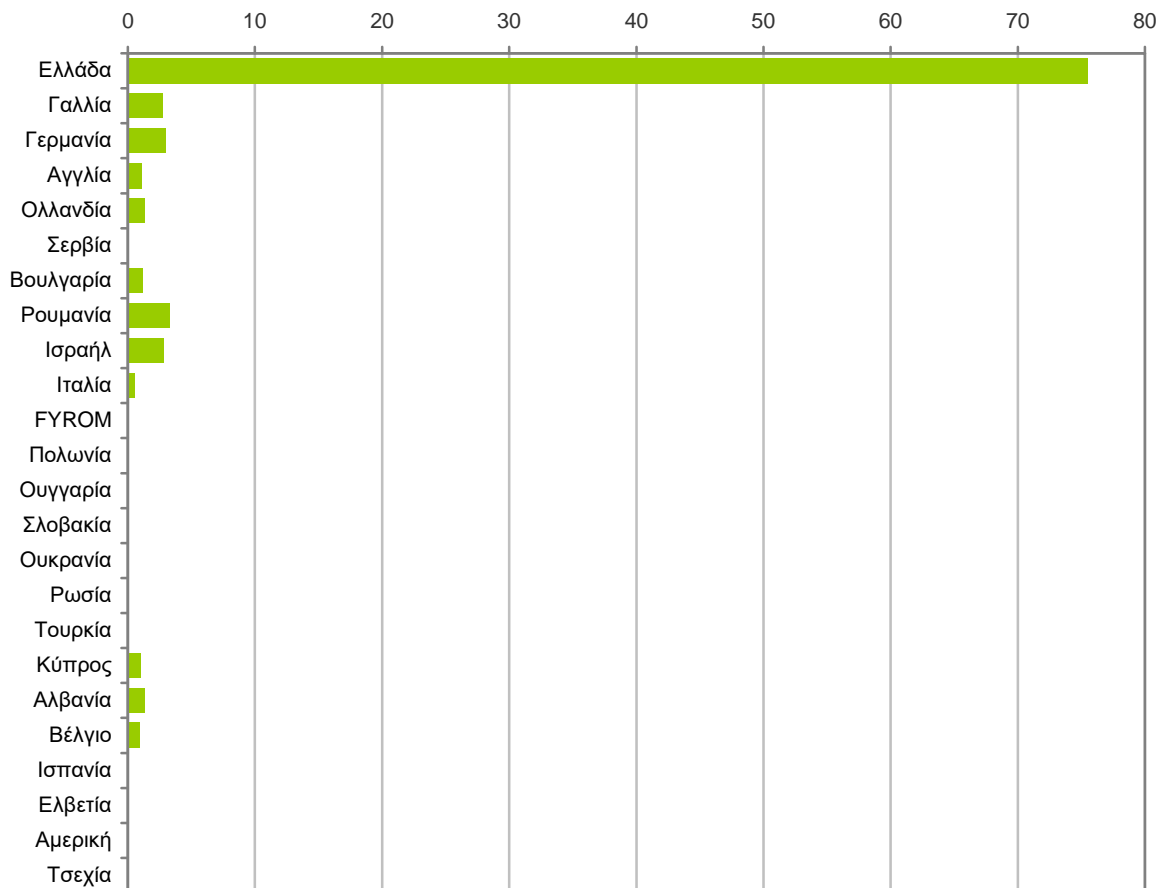
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομή:
εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών.



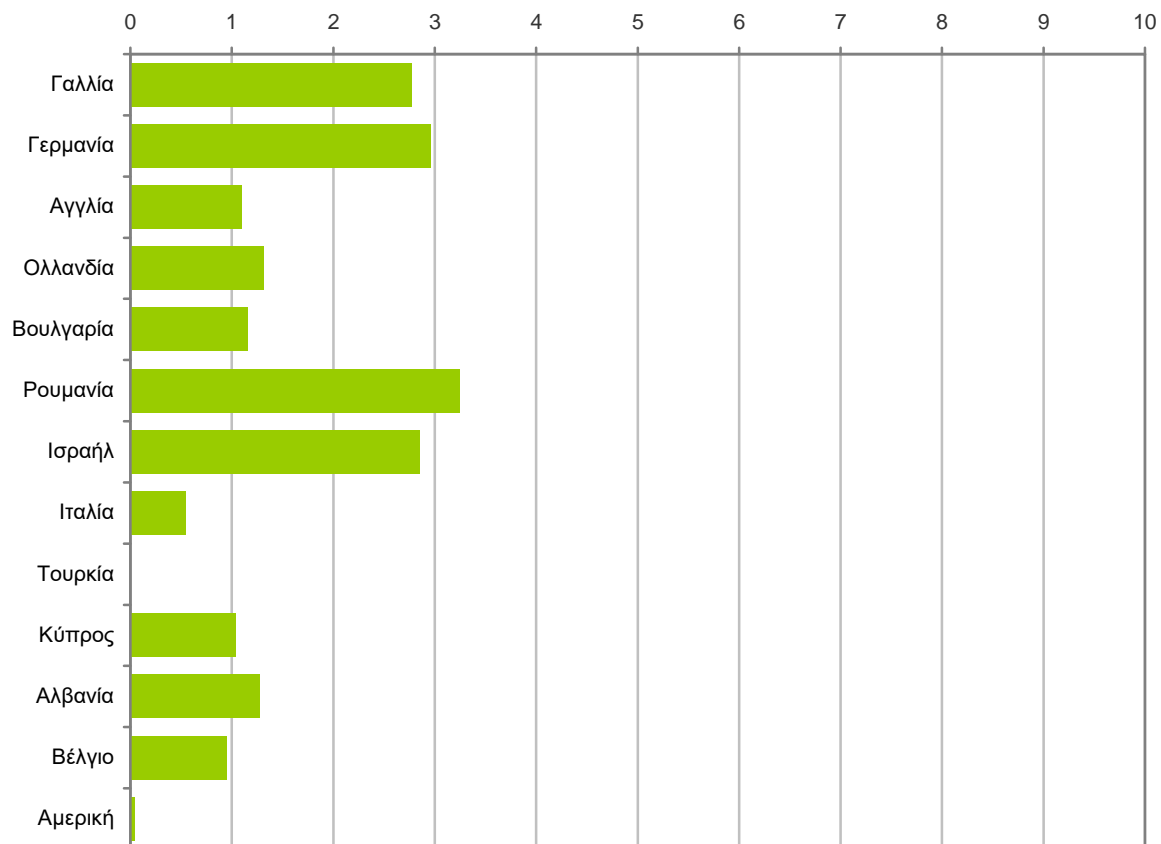
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομή:
εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων αλλοδαπών τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών.



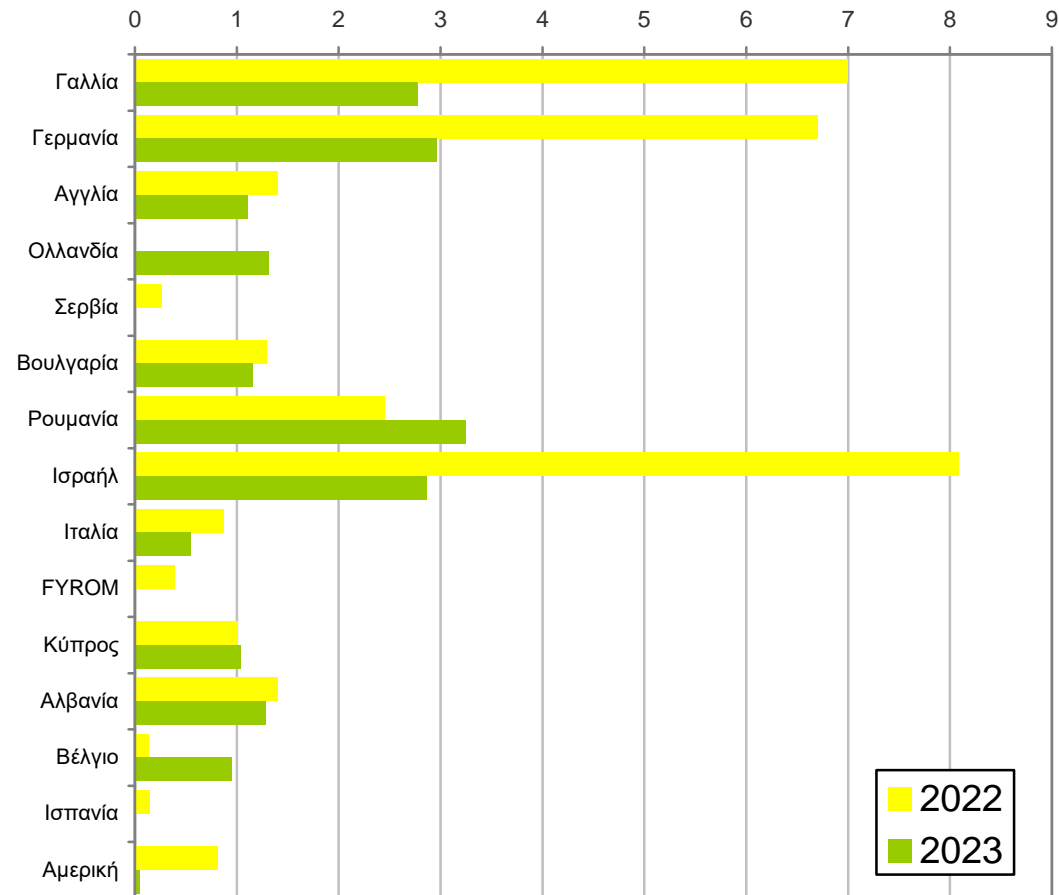
[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομή:
εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων αλλοδαπών τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών σε σχέση με προηγούμενη χρονιά..



[1]

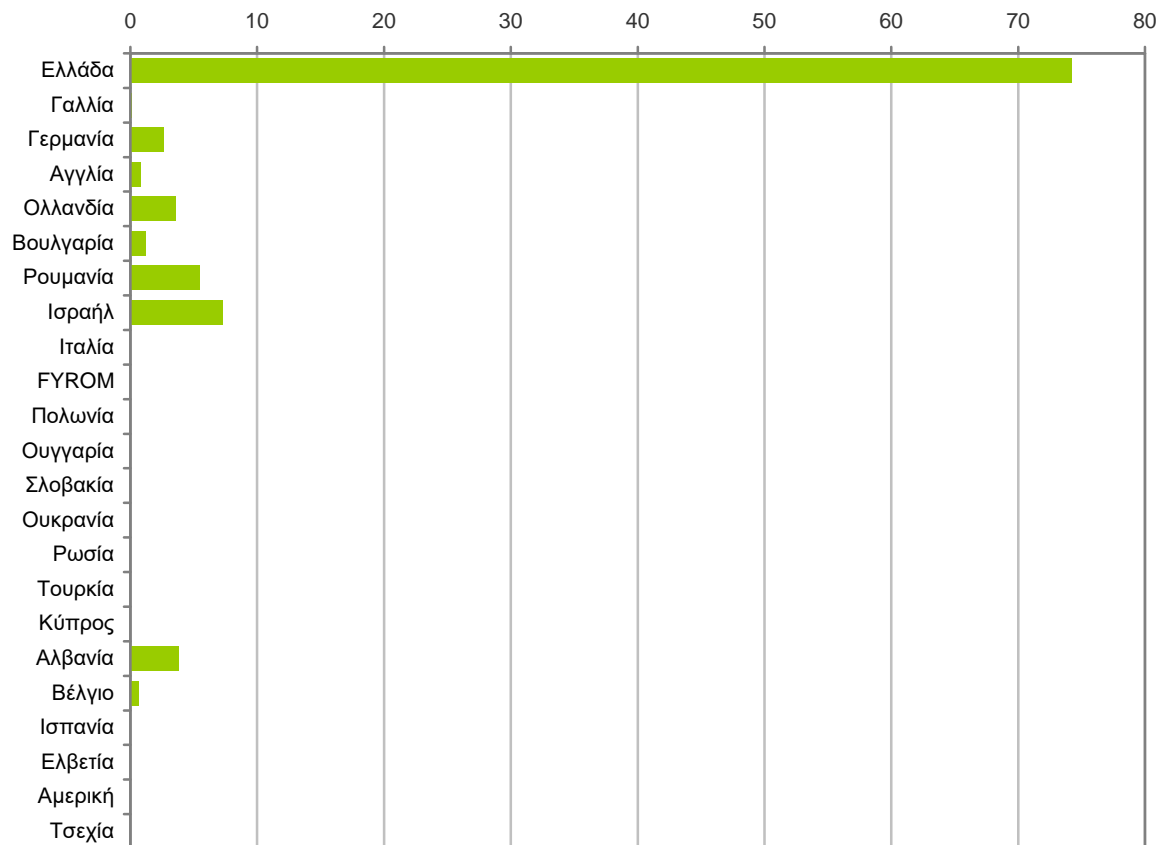
Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομή:
Εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών.

Ξενοδοχεία πόλης



[1]

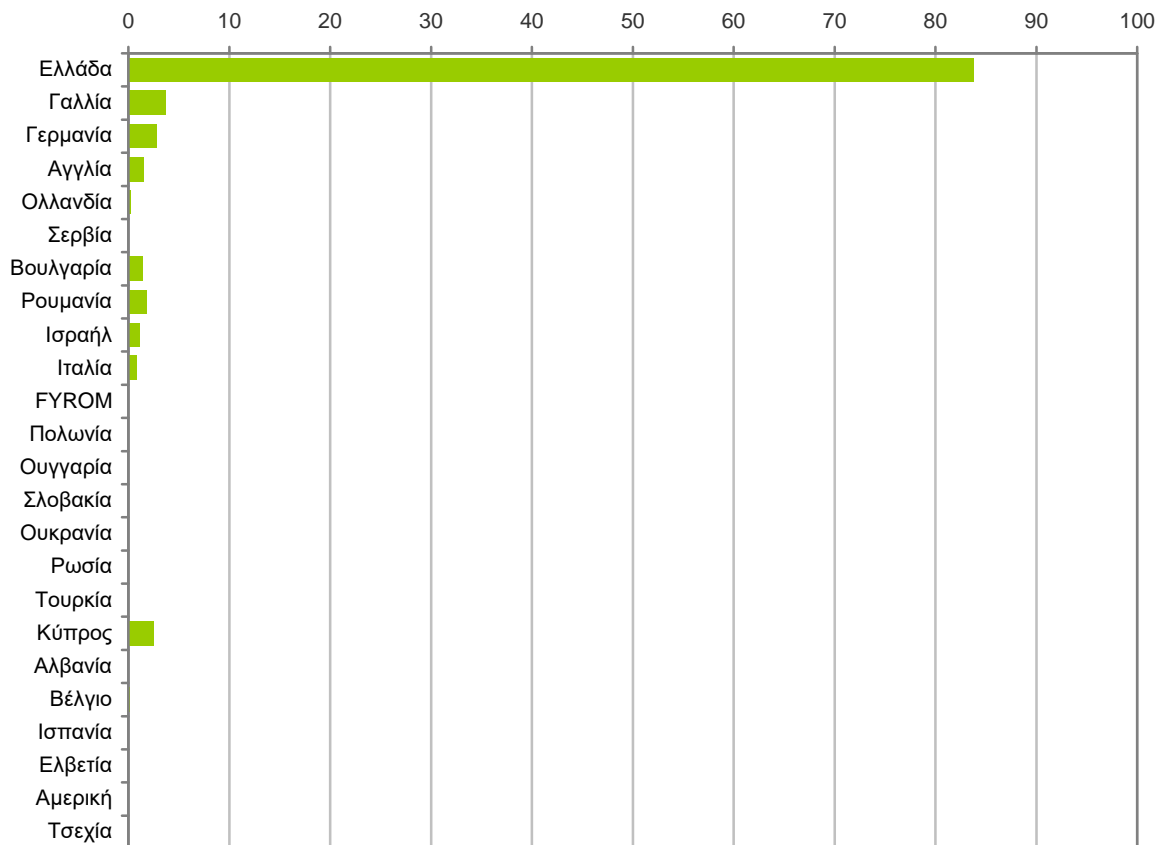
Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομή:
Εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών.

Ορεινά



[1]

Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Κατανομή:
Εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών.

Παραθαλάσσια



[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Λοιπά στοιχεία

	Mean
Τι ποσοστό των διανυκτερεύσεων αναλογεί σε μεμονωμένους πελάτες;	86,2%
Τι ποσοστό των διανυκτερεύσεων αναλογεί σε πελάτες συνεργαζόμενων Tour Operator του εξωτερικού ή Γραφείων του εσωτερικού;	9,2%
Τι ποσοστό των δωματίων σας αναλογεί σε συνεργαζόμενους Tour Operators του εξωτερικού ή Γραφεία του εσωτερικού;	5,7%

[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Λοιπά στοιχεία

Μπορείτε να μας πείτε τη Μέση τιμή δίκλινου δωματίου τον Αύγουστο χωρίς πρωινό και αν υπήρξε μεταβολή σε σχέση με τις περσινές τιμές;

Μέση τιμή:	
[19-20]	56,07€
[20-21]	61,40€
[21-22]	66,79
[22-23]	67,40€

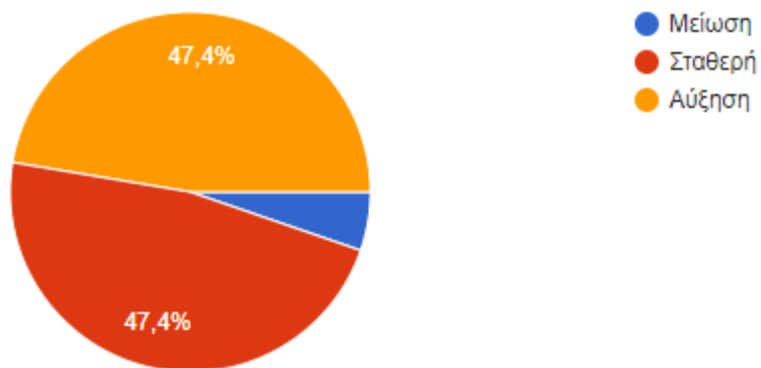
Περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα:	Mean
Βόλος πόλη	76,7500
Πήλιο ορεινή	72,3333
Πήλιο Θάλασσα	54,0000
Total	67,4000

[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Λοιπά στοιχεία

Μειώσατε, κρατήσατε ίδιες ή αυξήσατε τις τιμές των δωματίων σας σε σχέση με πέρσι;

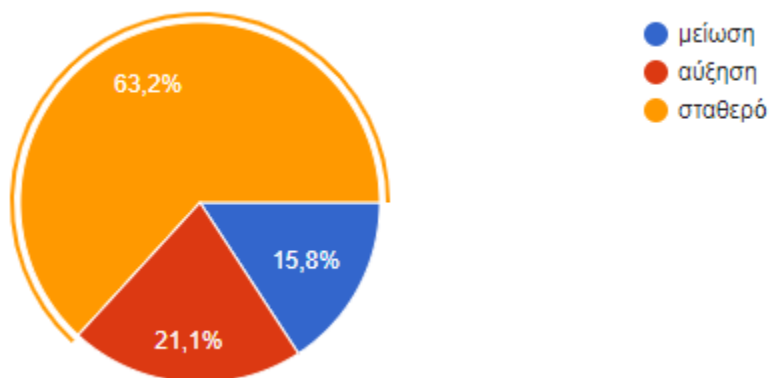


[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Λοιπά στοιχεία

Παρακαλούμε προσδιορίστε την μεταβολή του **απασχολούμενου προσωπικού** της τρέχουσας περιόδου Σεπ22-Αυγ23 σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Υπήρξε αύξηση, μείωση ή σταθερότητα?

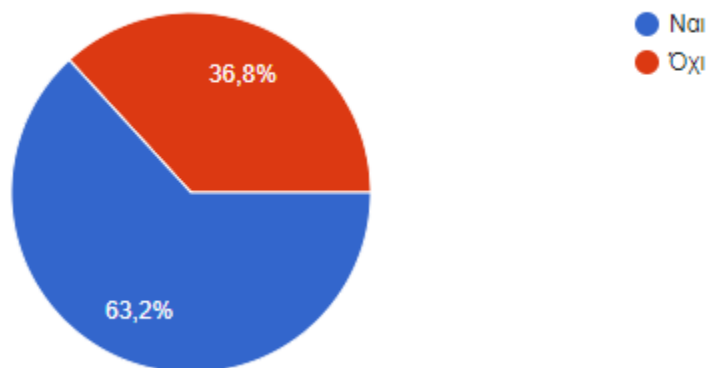


[1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

Λοιπά στοιχεία

Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχώσετε την επιχείρησή σας;



[1]

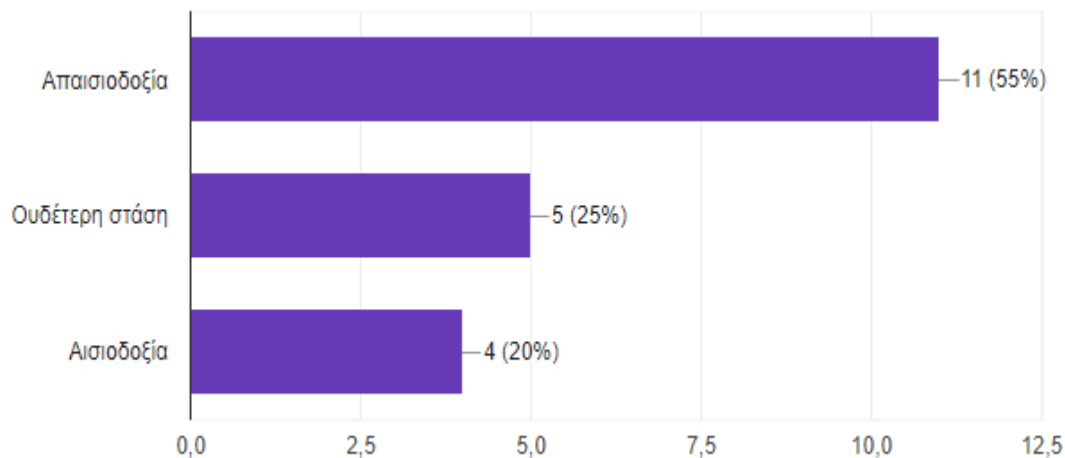
Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

Hotels

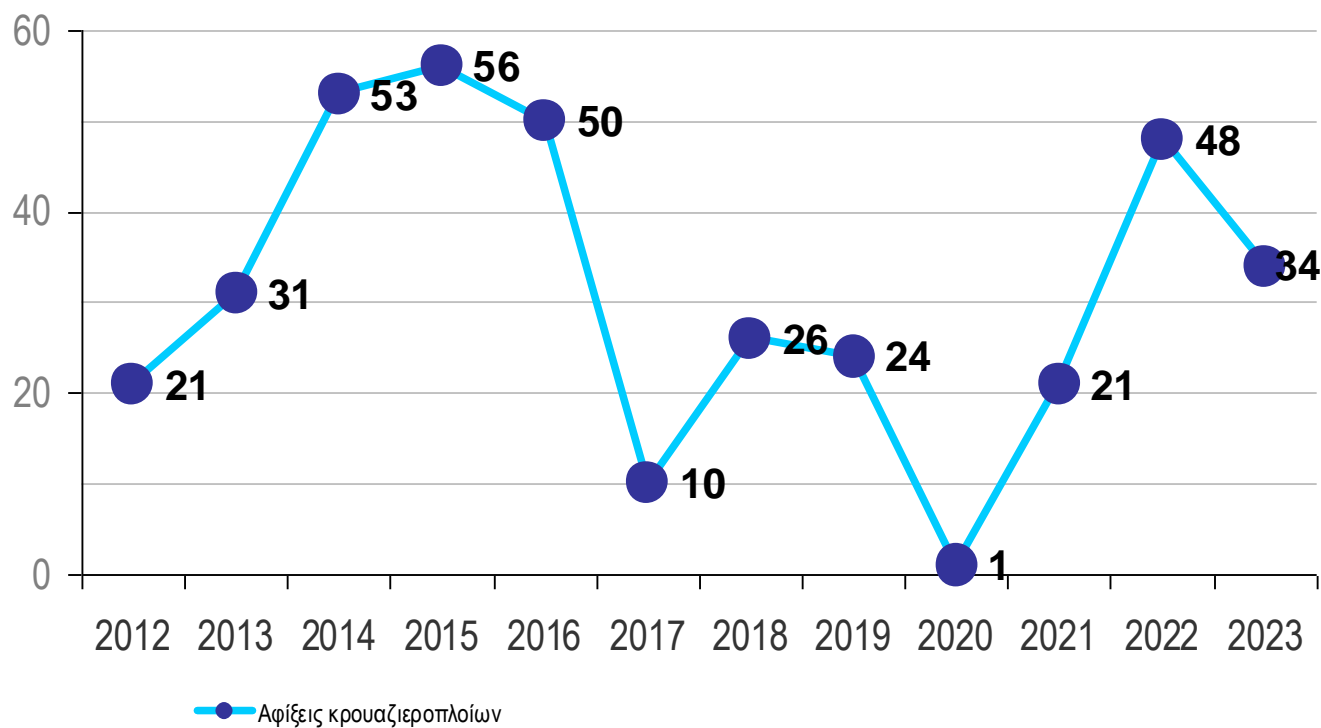
Λοιπά στοιχεία

Πώς νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας την επόμενη περίοδο σε σχέση με την λειτουργία της επιχείρησής σας;

	Απαισιοδοξία	Ουδέτερη στάση	Αισιοδοξία
Βόλος πόλη	16,7%	50,0%	33,3%
Πήλιο ορεινή	75,0%	12,5%	12,5%
Πήλιο Θάλασσα	60,0%	20,0%	20,0%
Total	52,6%	26,3%	21,1%



[2] Αφίξεις κρουαζιέρας

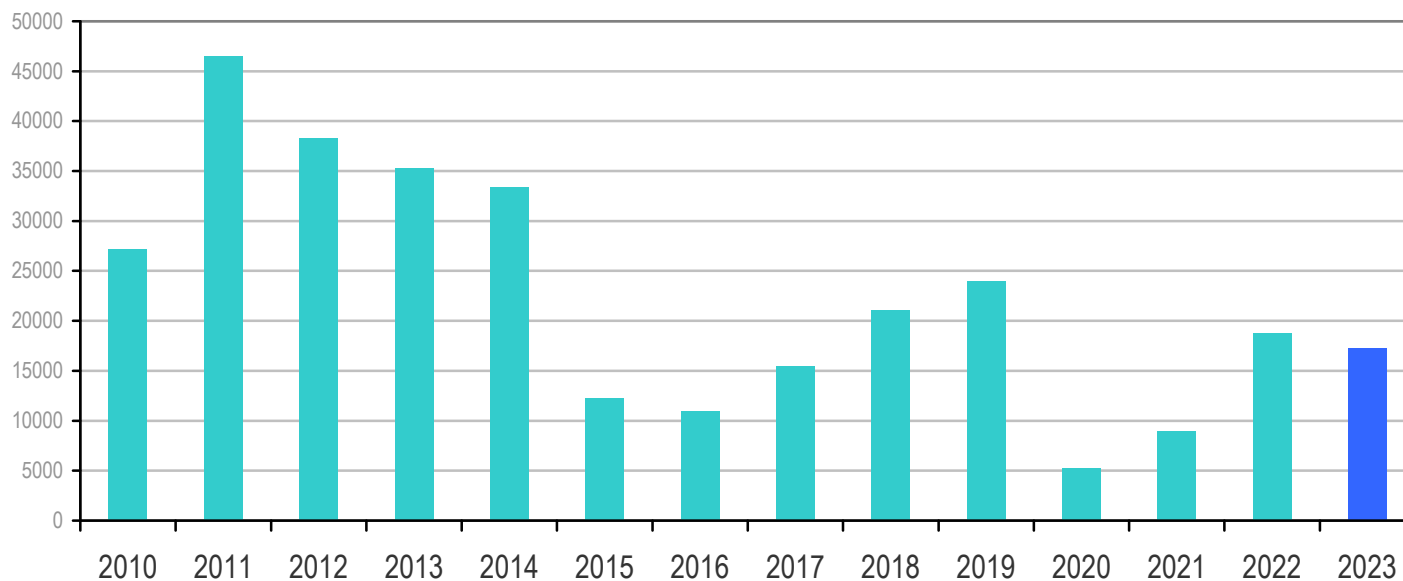


Αφίξεις

[2]

Κίνηση αεροπορικών συνδέσεων

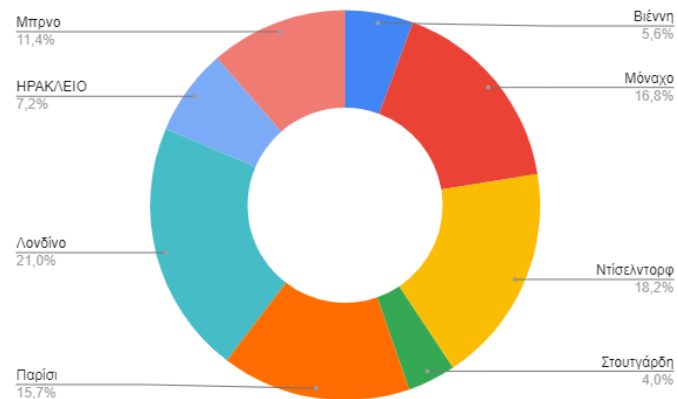
Αφίξεις	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	27227	46510	38323	35330	33417	12272	10905	15460	21061	23982	5248	8949	18782	17252



[2]

Κίνηση αεροπορικών συνδέσεων

Εταιρίες	Νοε	Αφίξεις επιβατών
AUSTRIAN	Βιέννη	973
CONDOR	Μόναχο	2897
EUROWINGS	Ντίσελντορφ	3147
EUROWINGS	Στουτγάρδη	687
TRANSAVIA	Παρίσι	2711
EASY JET	Λονδίνο	3629
Sky express	Ηράκλειο	1241
SMARTWINGS	Μπρνο	1967



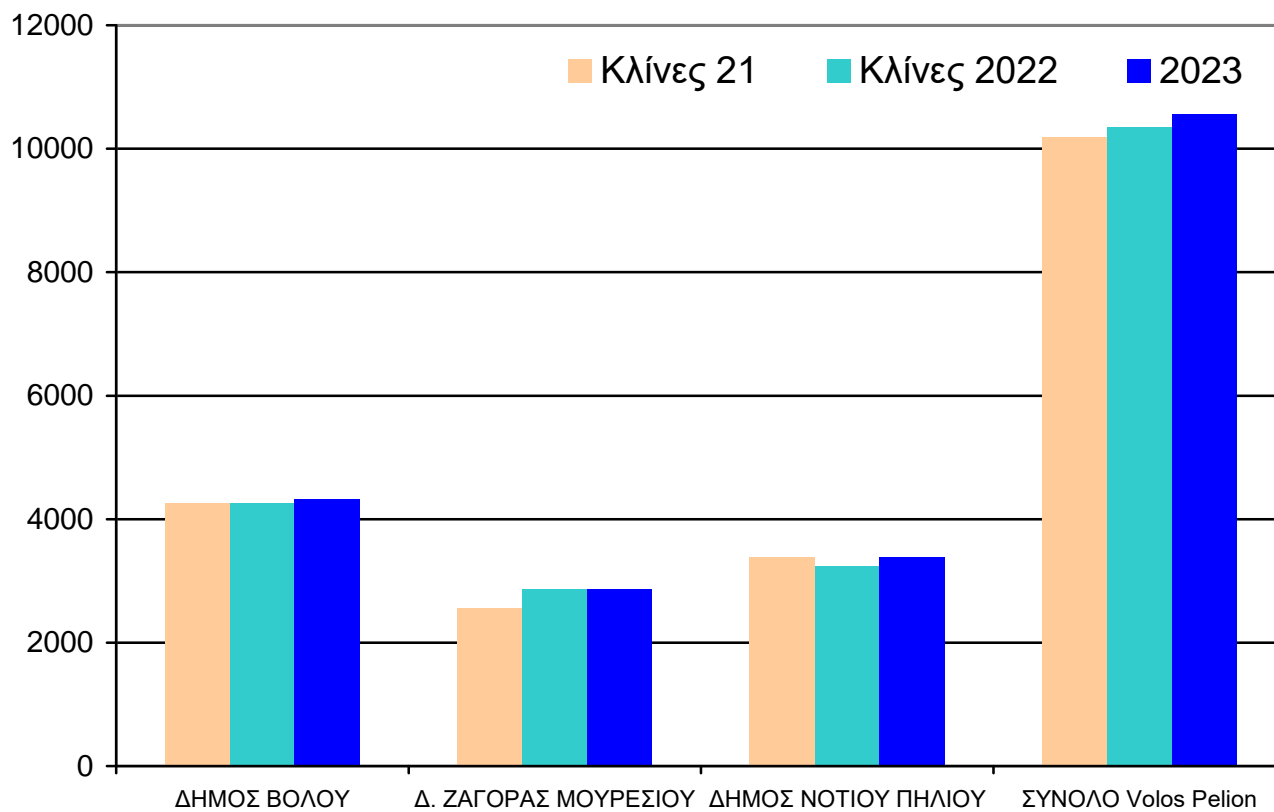
Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2023**
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ:

Συνολική Δυναμικότητα	2021		2022		2023	
Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	2173	4248	2173	4248	2252	4317
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	1236	2561	1311	2861	1311	2861
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1436	3376	1436	3228	1436	3376
ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion	4845	10185	4920	10337	4999	10554

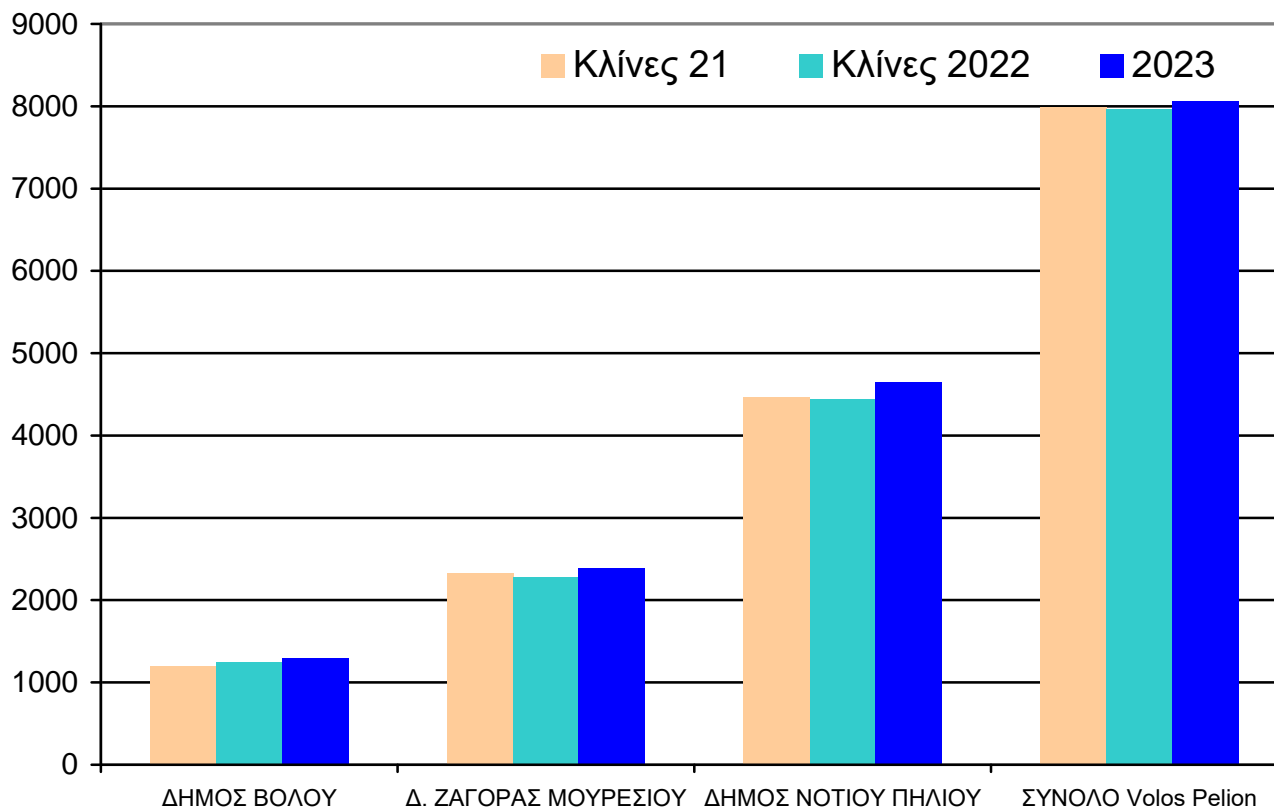
Συνολική Δυναμικότητα	ΣΥΝΟΛΟ 2022		Ενοικιαζόμενα δωμάτια ΜΕ ΣΗΜΑ		Μονάδες Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων - Δωματίων ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		Τουριστικές Επιπλωμένες Κατοικίες και Επαύσεις ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		ΣΥΝΟΛΟ 2023	
	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	556	1245	329	795	198	281	128	220	655	1296
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	1009	2281	672	1520	217	408	246	465	1135	2393
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1899	4434	1194	2994	392	630	546	1024	2132	4648
ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion	3464	7960	2195	5309	807	1043	920	1709	3922	8061

Airdna πλήθος ΑΚΙΝΗΤΩΝ	2021	2022	2023
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	648	838	1200
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	456	600	632
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	696	885	978
ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion	1800	2323	2810

Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2023**
Ξενοδοχεία

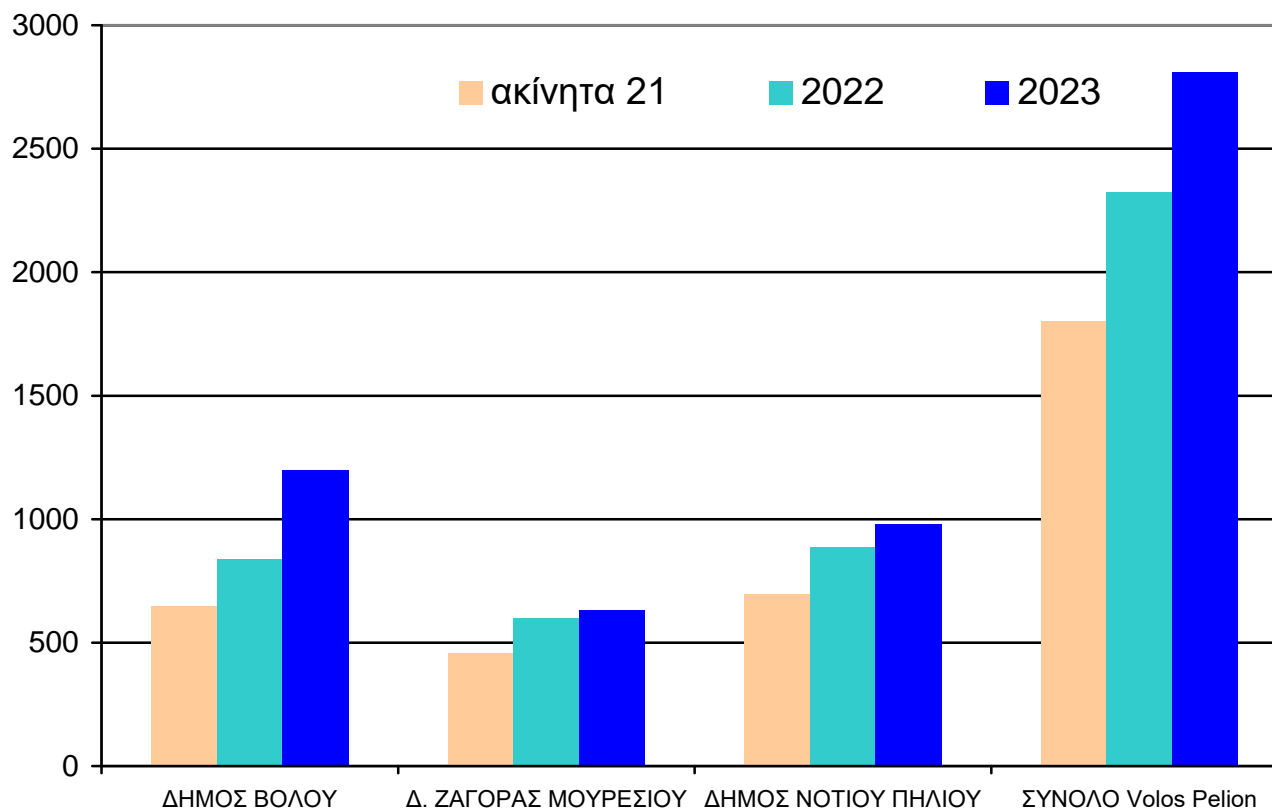


Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2023**
 Ενοικιαζόμενα δωμάτια

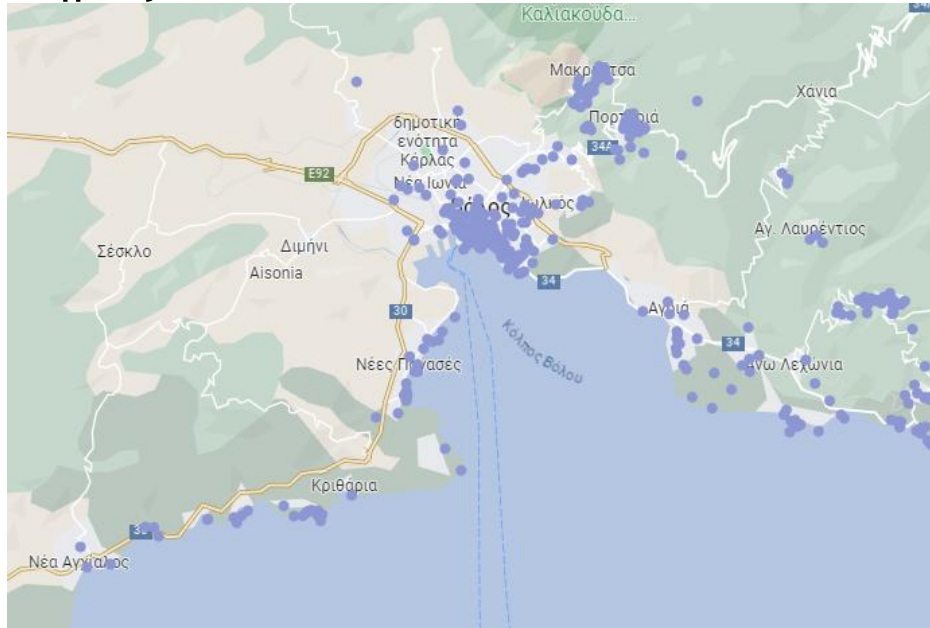


Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2023**

Πηγή Airdna



Δήμος Βόλου



Market Overview: Volos

Save Share

Market Performance 0 Submarkets 1.2K Active STR Listings

How is this market performing?



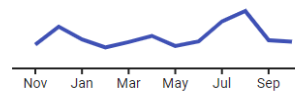
Market Score ⓘ

Market score sub-metrics



Annual Revenue ⓘ

€13.3K +8% past year



Occupancy Rate

40%

-29% past year



[Upgrade to Basic Plan](#)

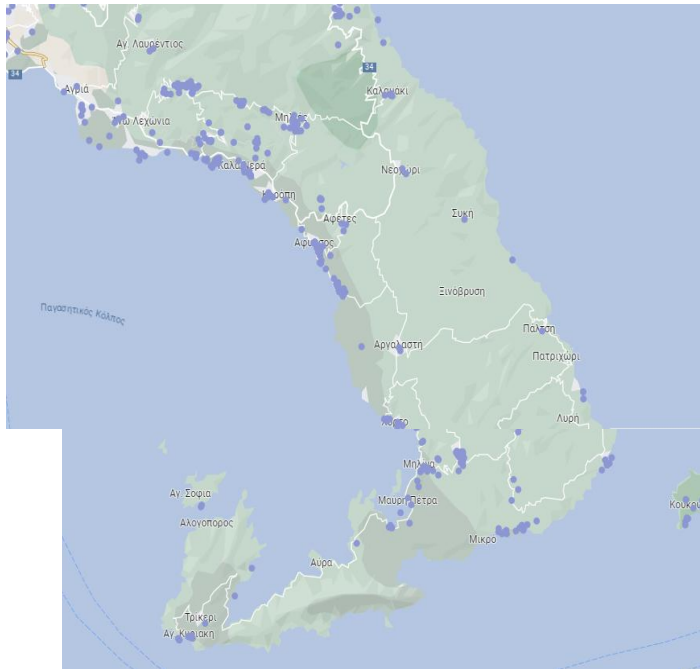
Average Daily Rate ⓘ

€90.7

RevPAR ⓘ

€38.8

Δήμος Ν.Πηλίου



Market Overview: South Pelion

Save Share

Market Performance 0 Submarkets 978 Active STR Listings

How is this market performing?



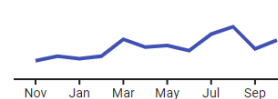
Market Score ⓘ

Market score sub-metrics



Annual Revenue ⓘ

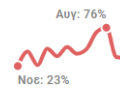
€27.3K +56% past year



Occupancy Rate

48%

-22% past year



[Upgrade to Basic Plan](#)

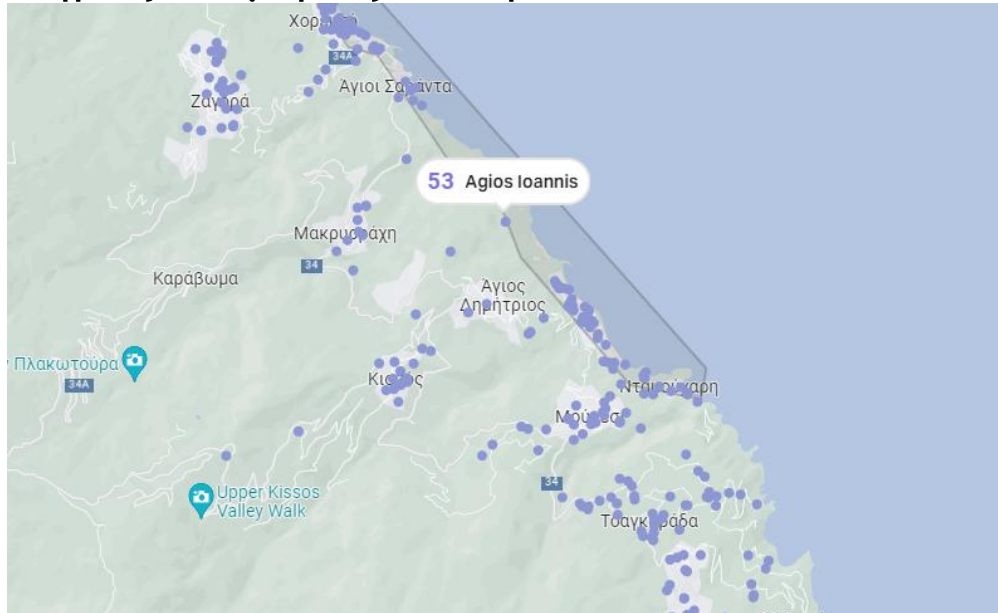
Average Daily Rate ⓘ

€157.3

RevPAR ⓘ

€80.6

Δήμος Ζαγοράς Μουρεσίου



Market Overview: Mouresi-Zagora

Save Share

Market Performance 1 Submarkets 632 Active STR Listings

How is this market performing?



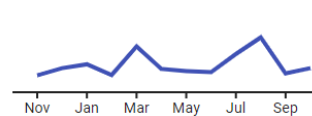
Market Score ⓘ

Market score sub-metrics



Annual Revenue ⓘ

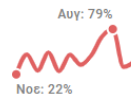
€31.7K +22% past year



Occupancy Rate

46%

-11% past year



[Upgrade to Basic Plan](#)

Average Daily Rate ⓘ

€190

RevPAR ⓘ

€92.7

Συμπεράσματα

- Βελτιωμένη μέση πληρότητα σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά
- Μέση μηνιαία πληρότητα αυξημένη κατά την χειμερινή περίοδο και μειωμένη κατά την περίοδο άνοιξης και αρχή θερινής, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος
- Πληρότητα αστικής περιοχής με ομαλή μηνιαία μεταβολή χωρίς έντονες διακυμάνσεις, βελτιωμένη συγκριτικά με το προηγούμενο έτος
- Πληρότητα ορεινής περιοχής με πιο έντονες μεταβολές ανά μήνα, με χαμηλότερες περιόδους τους μήνες Φεβρουάριο και Μάρτιο και Μάιο, Ιούνιο, σε όμοια περίπου επίπεδα συγκριτικά με το προηγούμενο έτος
- Πληρότητα παραθαλάσσιας περιοχής με έντονη εποχικότητα, με περιόδους αυξημένων ποσοστών τον Ιούλιο και Αύγουστο και σε επόμενη θέση τους μήνες Ιούνιο και Σεπτέμβριο και γενική τάση μειωμένη συγκριτικά με το προηγούμενο έτος

- Υποκειμενική εκτίμηση μεταβολής: μείωση πληρότητας, πιθανά ενδεικτικό χαρακτηριστικό της παρούσας θέσης
- Μείγμα αγορών με υψηλή συμμετοχή Ελλάδας και αντίστοιχα μειωμένη συμμετοχή αλλοδαπών συγκριτικά με προηγούμενα έτη
- Κύριες αγορές Ρουμανία, Ισραήλ, Γαλλία, Γερμανία, Κύπρος, Ολλανδία. (Εξετάζοντας τους επισκέπτες του Volos Info: Δυτική Ευρώπη και Βαλκανική)
- Απώλεια έντασης εμφάνισης αγορών όπως Ισραήλ, Γαλλία, Γερμανία, Βουλγαρία, Αγγλία και παλιότερα Σερβία, Αυστρία
- Μεμονωμένοι επισκέπτες, ο κύριος όγκος των τουριστών
- Διατήρηση τιμών με μεταβολή ανά περιοχή και χαμηλότερη τιμή να εμφανίζεται στα παραθαλάσσια καταλύματα
- Γενική αίσθηση απαισιοδοξία εντοπισμένη στην ορεινή και παραθαλάσσια περιοχή

Στρατηγικοί άξονες

- A. Εθνικό επίπεδο
- B. Περιφερειακό επίπεδο

Α. «Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, 2023-2024»

Άξονες- Βασικό πλαίσιο προβολής & προώθησης της διετίας 2023-2024

- Προώθηση της χώρας καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου (always on) με ενέργειες διαφήμισης και δημοσιότητας
- Προώθηση λιγότερο γνωστών προορισμών, θεματικών προϊόντων και εμπειριών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου
- Έμφαση στην παραγωγή περιεχομένου για το visitgreece, αλλά και παραγωγή αρθρογραφίας που εξυπηρετεί τους ανωτέρω στόχους
- Έμφαση στις ψηφιακές πλατφόρμες και στην περαιτέρω ανάπτυξη των digital assets του Οργανισμού ως οχημάτων επικοινωνίας μηνυμάτων και περιεχομένου για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό

Παραθέτουμε και το παρακάτω απόσπασμα.....

Στρατηγική και concept νέας καμπάνιας Visit Greece

Η στρατηγική της νέας καμπάνιας του ΕΟΤ δομείται γύρω από την τάση του meaningful travel, ενώ το βασικό μήνυμα ALL YOU WANT IS GREECE διατηρείται και εμπλουτίζεται. Την ώρα που οι καλοκαιρινές διακοπές είναι ταυτισμένες με την ξεκούραση και την απόδραση από την καθημερινότητα, οι άνθρωποι φαίνεται να είναι τώρα πιο πρόθυμοι από ποτέ να κάνουν περισσότερα ταξίδια με σημασία, ώστε να γνωρίσουν τον κόσμο μέσα από meaningful προορισμούς που θα τους αναζωογονήσουν, θα τους εμπνεύσουν και θα τους προσφέρουν εμπειρίες με νόημα. Η Ελλάδα προβάλλεται ως ένας προορισμός με νόημα και μια χώρα αυθεντική και ανεπιτήδευτη από κάθε άποψη. Ένας τόπος που σε απελευθερώνει και σου επιτρέπει να γνωρίσεις τον εαυτό σου μέσα από αυθεντικές εμπειρίες που μόνο εσύ μπορείς να ζήσεις. Στην Ελλάδα μπορείς να γνωρίσεις νέους ανθρώπους-νέα μέρη-μια άλλη κουλτούρα-καινούργιες γεύσεις-και να νοιώσεις αυθεντικά συναισθήματα.

Β. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ 2023

Στοχεύουμε για μια ακόμη χρονιά στον ποιοτικό θεματικό τουρισμό γιατί βασικό στον τουρισμό είναι η επαναληψιμότητα των ενεργειών σε συγκεκριμένους στόχους για να έρθει η αποτελεσματικότητα μέσω επισκεψιμότητας και πληρότητας κλινών .

Στόχοι μας :

1. Η αύξηση του μεριδίου της αγοράς και της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών πόρων και προορισμών της Θεσσαλίας τόσο στο εσωτερικό όσο και σε επιλεγμένες αγορές-στόχους του εξωτερικού, με τη διατήρηση των παραδοσιακών τουριστικών αγορών και την αναζήτηση νέων για την προσέλκυση επισκεπτών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.
2. Η υλοποίηση των στρατηγικής σημασίας για τον τουρισμό έργων υποδομής που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος.
3. Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος της Θεσσαλίας και η προβολή εναλλακτικών μορφών τουρισμού για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την άμβλυνση της εποχικότητας του τουριστικού επαγγέλματος μέσω κυρίως, της δημιουργίας και προβολής νέων τουριστικών προϊόντων (καταδυτικά πάρκα και υποβρύχια μουσεία καταδυτικός/ θαλάσσιος τουρισμός, ανασύσταση λίμνης Κάρλας-οικοτουρισμός / περιπατητικός τουρισμός/ birdwatching κλπ) και της ανάδειξης της στρατηγικής σχέσης του τουρισμού με την παραγωγή και τους τομείς του Πολιτισμού, του Αθλητισμού, του Περιβάλλοντος για τον εμπλουτισμό του παραδοσιακού μοντέλου «ήλιος - θάλασσα» με νέες και ειδικές μορφές τουρισμού.
4. Η αξιοποίηση της ψηφιακής τεχνολογίας - digital marketing και η υλοποίηση δράσεων προβολής μέσω εφαρμογών κινητών, Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (F/B, Twitter, Pinterest, YouTube, Instagram, κλπ) και διαδικτύου γενικότερα (online marketing/email marketing κλπ).
5. Η προώθηση των συνεργειών μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων όπως με τα γραφεία του Ε.Ο.Τ. τις Ελληνικές αντιπροσωπείες στο εξωτερικό, την Ομογένεια, αλλά κυρίως τους ξένους Τουριστικούς Οργανισμούς, Τ.Ο., ταξιδιωτικούς πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες, δημοσιογράφους και Φορείς του ευρύτερου τομέα του τουρισμού για την από κοινού υλοποίηση δράσεων προώθησης και προβολής του τουριστικού μας προϊόντος σε επιλεγμένες αγορές - στόχους. Το βασικό πλαίσιο συνεργασίας και οι τομείς κοινών δράσεων θα καθορίζονται μέσω Συμφώνων Συνεργασίας όπου ο κάθε ένας εταίρος θα καλύπτει το κόστος των δράσεων που θα επιλέγει να υλοποιήσει.

Στοιχεία προορισμού Volos Pelion - τοποθέτηση

Προορισμός με εγγυημένο το κλασικό Ελληνικό πακέτο Ήλιος Θάλασσα, αλλά με μια υπεραξία που δημιουργείται από τον παράγοντα Φύση – Περιβάλλον ως αποτέλεσμα του χαρακτηριστικού συνδυασμού βουνού και θάλασσας. Το χαρακτηριστικό αυτό δημιουργεί την συνθήκη να αναπτύσσονται και να παρέχονται όλα εκείνα τα στοιχεία που αναγνωρίζονται είτε ως προϊόντα, είτε ως μορφές τουρισμού, αλλά σίγουρα ως εμπειρίες.

Ταυτόχρονα, η τουριστική επιχειρηματική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, ήπιας ανάπτυξης και άρα ήπιας επίδρασης που αναπτύσσεται κυρίως από την τοπική κοινωνία. Η εμπλοκή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική δραστηριότητα δημιουργεί προσωπικές ή και φιλικές σχέσεις του επισκέπτη με τους ντόπιους, ενώ οι επισκέπτες κυρίως ως μεμονωμένοι έχουν έναν πιο ενεργητικό χαρακτήρα ταξιδιού καθώς η διάρκεια του ταξιδιού, το μέσο μετακίνησης, η ανάγκη ανακάλυψης του προορισμού και η τελική δαπάνη εξαρτάται από την επιθυμία του ταξιδιώτη και την ατομική διάθεση, την οικονομική θέση της αγοράς, και την ψυχολογία που είναι ανεξάρτητη και όχι ομαδική.

Τοποθέτηση (ταύτιση με το αφήγημα όπως αναφέρεται στην στρατηγική του ΕΟΤ)

Ένας τόπος, ένας προορισμός με νόημα, αυθεντικός και ανεπιτήδευτος από κάθε άποψη. '

Ένας τόπος που σε απελευθερώνει και σου επιτρέπει να γνωρίσεις τον εαυτό σου μέσα από αυθεντικές εμπειρίες ... και να νοιώσεις αυθεντικά συναισθήματα.

Η υπεραξία αυτή πρέπει να είναι το κέντρο του αφηγήματος όπου όλα είναι πραγματικά, αυθεντικά, αληθινά και ταυτόχρονα διαθέσιμα να τα εξερευνήσεις, να τα ανακαλύψεις, να τα ζήσεις.

Αγορές

Α στόχος (βασική τοποθέτηση)

Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού.

Εστίαση σε Χώρες Δυτικής Ευρώπης και Βαλκανίων.

Στόχευση σε τουριστική ευαισθητοποίηση (awareness)

Δυναμική και εντατική παρουσία με στόχο την μεταστροφή της ψυχολογίας



Αγορές Α προτεραιότητας

Κύριες: Ισραήλ (εν αναμονή), Ρουμανία, Γερμανία, Γαλλία, BENELUX, Βουλγαρία, Κύπρος, Αγγλία, Σερβία, Τσεχία, Αυστρία (αεροπορική σύνδεση), Πολωνία, Ιταλία

Ταύτιση με την στοχοθεσία του

“ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ 2030” / ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΑΙ ΑΓΟΡΕΣ ΒΟΛΟΥ ΠΗΛΙΟΥ [INSETE]

Β στόχος (συμπληρωματικά)

Επαγγελματικά κανάλια διανομής (σε συνεργασία με φορείς και με ad hoc αξιολόγηση) και Ελλάδα με εστίαση κυρίως σε ψηφιακή και έντυπη προβολή.

Αφήγημα – στρατηγική επικοινωνίας με έμφαση στην παραγωγή περιεχομένου

Εμπιστεύσου την αλήθεια

Την αλήθεια σε έναν τόπο στην Ελλάδα που συνδυάζει το βουνό με τη θάλασσα και σου προσφέρει έναν αυθεντικό τρόπο ζωής.

Εξερεύνησε τη θάλασσα

Ανακάλυψε τη φύση

Αντάμωσε παραδοσιακά χωριά και συνάντησε τους ντόπιους, τα έθιμα, τα πανηγύρια,

Ζήσε πρωτόγνωρες εμπειρίες.

Εμπιστεύσου την αλήθεια μέσα στους μύθους του βουνού.

Ιστορίες που αφηγούνται την δύναμη της ζωής, την θεραπεία της ψυχής και του σώματος, τη γεφύρωση, τη σύνδεση, την επούλωση αλλά και την αξία της φύσης και την σύνδεσή της με τον άνθρωπο. [Κένταυροι]

Ιστορίες που κάνουν τους ανθρώπους ήρωες και μιλούν για ταξίδια, περιέργεια, αναζήτηση, προσπάθεια, ανταμοιβή. [Αργοναύτες]

Ιστορίες που υμνούν τη ζωή, τη χαρά και τα πάθη αλλά και για τους καρπούς της γης, της φύσης και των ανθρώπων.

Εμπιστεύσου την αλήθεια και άφησε την ψυχή σου να την αγγίξουν στοιχεία της φύσης,

Γνώρισε τον Βόλο και το Πήλιο μέσα από υπηρεσίες που προσφέρονται προς τους ταξιδιώτες, πάντα με σεβασμό στον άνθρωπο και τον τόπο.

Κάθε χωριό και μια αποκάλυψη, κάθε μέρα και μια περιπέτεια, κάθε αρχή μονοπατιού και μια ευκαιρία για ένα νέο ταξίδι.

Βόλος Πήλιο είναι ένας τόπος αληθινός.

Αφήγημα – Πιθανή πρώτη καμπάνια με παραγωγή content

It's time to trust the «truth»

It's time to trust the sun. Wake up early, say "kalimera", smile and do your best, explore and walk, and feel, and rest in the chestnut and beech woods, and go on as the sun sets over the sea.

It's time to trust the pathways, discover the green slopes, the mountain, the trails, the secrets, the Pelion routes. Enjoy the green and blue, the mountain and the sea. Trust the Gods' choice as they know better.

It's time to trust the myth. Trust the wind, the waves and the stars exploring the Mediterranean blue. Trust the Argonauts as they know how.

It's time to trust the Centaurs, taste the herbs, smell the spice scents, heal the wounds using nature's treasures, trust the locals, they know the truth.

It's time to trust the "kefi", the songs, the music, and feel free to smile, to sing, to celebrate, to learn and share, to dance.

It's time to trust Volos and Pelion.

Volos Pelion, it's true.

Παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας

Επανάληψη της μέτρησης
Καταγραφή προφίλ επισκεπτών

Με αξιοποίηση της Google form και με πλαίσιο συλλογής το τοπικό δίκτυο επαγγελματιών καθώς και το Volos info center.

Στόχοι

1. Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού. Στόχευση σε τουριστική ευαισθητοποίηση (awareness). Δυναμική και εντατική παρουσία με στόχο την μεταστροφή της ψυχολογίας στην τοπική τουριστική επιχειρηματικότητα. Προώθηση του προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Αύξηση επισκεπτών ιδίως τους μήνες εκτός υψηλής τουριστικής περιόδου.
2. Προώθηση του προορισμού ως αυθεντικού τόπου και πεδίο θεματικών προϊόντων και εμπειριών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
3. Έμφαση στην παραγωγή κυρίως ψηφιακού περιεχομένου και έμφαση στην ψηφιακή διαφήμιση ως όχημα επικοινωνίας μηνυμάτων και περιεχομένου.

Συνάφεια στόχων

	ΕΟΤ Σ1	ΕΟΤ Σ2	ΕΟΤ Σ3	ΕΟΤ Σ4	ΠΘ 1	ΠΘ 2	ΠΘ 3	ΠΘ 4	ΠΘ 5
Σ1	x				x				x
Σ2		x					x		x
Σ3			x	x				x	x

Δράσεις προβολής

Αξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα

1. Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
2. Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός του χώρου εκθέσεων
3. Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και σε πόλεις του εσωτερικού
4. Διοργάνωση ή/και συμμετοχή σε B2B workshops, επαγγελματικά ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού
5. Φιλοξενίες και δημόσιες σχέσεις
6. Παραγωγή και εκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής
7. Παραγωγή και προμήθεια μέσων προβολής, υλικού marketing και δώρων
8. Διαφημιστικός χώρος και χρόνος σε τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά κλπ), υπαίθρια διαφήμιση και σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης κοινού

Αξονας 2. Ψηφιακή προβολή

1. Εμπλουτισμός περιεχομένου σε φωτογραφικό υλικό, κείμενα – αφηγήσεις και βίντεο
2. Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής / διαφημιστικών Spots
3. Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής / παρουσιάσεων
4. Διαχείριση και περαιτέρω ανάπτυξη των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
5. Διαδικτυακή προβολή, διαφήμιση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με ηλεκτρονικές σελίδες και στις σελίδες του προορισμού

Αξονας 4. Εμπλουτισμός υπηρεσίας

1. Ανάπτυξη εφαρμογών τουριστικής προβολής για κινητά τηλέφωνα-Παραγωγή App i-area – ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ
2. Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών
3. Πεζοπορικές διαδρομές
4. Ανάδειξη τοπικών – πολιτιστικών στοιχείων των περιοχών (POI)
5. Προβολή διαδρομών ποδηλάτου στον Βόλο
6. Ανάδειξη τοπικής γαστρονομίας
7. Αστικός τουρισμός

Αξονας 5. Υποστηρικτικά

1. Δράση ανάπτυξης δυναμικού
2. Αξιολόγηση – παρακολούθηση

Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα

1.1 Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις / αφορά κυρίως την ευαισθητοποίηση κοινού και συμπληρωματικά τα κανάλια διανομής

ΧΩΡΑ	ΠΟΛΗ	Ημ/νία	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗΣ	Τύπος	Στόχος	Ιεράρχηση
ΙΑΝ						
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΟΥΤΡΕΧΤΗ	11-14/1	VAKANTIEBEURS	Κοινού	A	B
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΡΟΦ	20-28/1	BOOT	Θαλάσσιος	A	B
ΦΕΒ						
ΒΕΛΓΙΟ	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ	1-4/2	SALON DE VACANCES	Κοινού	A	B
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ	13-15/2	HOLIDAY & SPA EXPO	Κοινού	A	A
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	14-18/2	FREE	Κοινού Outdoor	A	A
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	20-23/2	Targul Turism Romaniei (TTR)	Κοινού	A	A
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	22-25/2	Sajam Tourism - IFT	Κοινού	A	B
ΜΑΡΤ						
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΒΕΡΟΛΙΝΟ	5-7/3	ITB	Επαγγελματική	B	A
ΤΣΕΧΙΑ	ΠΡΑΓΑ	15-17/3	HOLIDAY WORLD	Κοινού	A	A
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	14-17/3	FERRIEN MESSE	Κοινού	A	B
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	14-17/3	Salon Mondial du Tourisme	Κοινού outdoor	A	A
ΑΠΡ						
ΜΑΙ						
ΚΥΠΡΟΣ	ΛΕΥΚΩΣΙΑ		TRAVEL EXPO /ΤΑΞΙΔΙ	Κοινού	A	Γ
B εξάμηνο						
ΙΣΠΑΝΙΑ	ΜΑΛΑΓΑ	11-12/9	SEA TRADE CRUISE MED	Κρουαζιέρας	A	B
ΕΛΒΕΤΙΑ	ΛΟΥΓΚΑΝΟ	1-3/11	Swiss International Holiday Exhibition	Κοινού	A	B
ΑΓΓΛΙΑ	ΛΟΝΔΙΝΟ	5-7/11	WTM	Επαγ/κη	B	A
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ	21-23/11	IITTF WARSAW	Κοινού	A	B
ΕΛΛΑΔΑ	ΑΘΗΝΑ		AITE	Κοινού Επαγ/κη	B	Γ
ΕΛΛΑΔΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	15-17/11	PHILOXENIA	Κοινού	B	B

Οι παραπάνω συμμετοχές θα εξαρτηθούν και από το πρόγραμμα συμμετοχής του ΕΟΤ

1.2 Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός των εκθέσεων- road shows

αφορά κυρίως την ευαισθητοποίηση κοινού

Οι εκθεσιακές συμμετοχές

A. θα προβάλλουν ενιαία τον προορισμό VolosPelion

B. θα συμπληρώνονται με δράσεις που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα των συμμετοχών.

Δράσεις που θα αξιοποιηθούν είναι:

- Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών
- Παρουσιάσεις
- B2B συναντήσεις με TO
- B2B συναντήσεις με press και media
- Εκδηλώσεις γενικές – προώθησης προορισμού και πληροφόρησης
- Εκδηλώσεις γαστρονομίας – τοπικής παράδοσης
- Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού

Και άλλες με ad hoc προγραμματισμό.

1.3 Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και στο εσωτερικό

αφορά κυρίως την ευαισθητοποίηση κοινού και συμπληρωματικά τα κανάλια διανομής

Προβολή σε αγορές εξωτερικού αλλά και σε σημεία του εσωτερικού συμπληρωματικά ή σε αντικατάσταση εκθεσιακών δράσεων.

Αφορά την οργάνωση δράσεων με την μορφή εκδηλώσεων σε επιλεγμένα σημεία, συνδυασμένα με

- δράξεις πληροφόρησης κοινού
- προβολής κοινού
- workshops με TO και press
- συμπληρωματικών δράσεων όπως αναφέρθηκαν και παραπάνω δηλαδή:

Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών - Παρουσιάσεις κοινού - B2B συναντήσεις με TO - B2B συναντήσεις με press και media - Εκδηλώσεις γενικές – Εκδηλώσεις προώθησης προορισμού και πληροφόρησης - Οργάνωση ημερίδας / διημερίδας

παρουσίασης προορισμού - Εκδηλώσεις γαστρονομίας / τοπικής παράδοσης - Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού και άλλες με ad hoc προγραμματισμό.

Οι εκδηλώσεις θα γίνουν είτε με τη μορφή μεμονωμένης εκδήλωσης, είτε με τη μορφή μέρους συνολικότερης δράσης.

Η επιλογή των περιοχών θα προκύψουν από τις σταθερές και έκτακτες ανάγκες προβολής, αξιοποίησης συνδυαστικής προώθησης προϊόντος με άλλη δράση πχ festival κλπ.

Κάθε δράση θα γίνεται με την συνδρομή τοπικών φορέων [φορέων που συνιστούν ένα άτυπο αλλά ουσιαστικό τοπικό δίκτυο] και τον κατά τόπους φορέων και ομάδων υποστήριξης.

1.4 Συμμετοχή σε B2B workshops, ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού

αφορά κυρίως τα κανάλια διανομής

Προβολή σε αγορές κυρίως του εξωτερικού ή/και σε κοινό θεματικού τουρισμού αξιοποιώντας δράσεις που υλοποιούνται απευθείας στο εξωτερικό ή στο εσωτερικό. Τέτοιες δράσεις είναι:

- Συμμετοχή σε οργανώσεις B2B με θεματική στόχευση ή /και στόχευση αγοράς
- Συμμετοχή σε συνέδρια – εργαστήρια workshop, διαγωνισμούς, δίκτυα, roadshows με αντίστοιχη στόχευση
- Ενισχυτικά όλα τα παραπάνω μπορούν να υλοποιηθούν διαδικτυακά ή και με υβριδική μορφή με συμμετοχή σε διαδικτυακά σεμινάρια (webinars)

1.5 Φιλοξενίες και δημόσιες σχέσεις

αφορά κυρίως την ευαισθητοποίηση κοινού press / συμπληρωματικά τα κανάλια διανομής Fam trips

Αφορά την οργάνωση, υποδοχή και φιλοξενία fam / press trips σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ εξωτερικού, εταιρίες δημοσίων σχέσεων και προβολής, τοπικούς φορείς, γραφεία ταξιδίων κλπ. Οι αγορές των fam / press trip είναι κυρίως οι αγορές στόχου καθώς συνδιοργανώνονται με τα γραφεία του ΕΟΤ που έχει εδραιωθεί συνεργασία ή/και σε συνεργασία με πρωτοβουλίες δημοσίων σχέσεων που θα ανακύψουν ad hoc.

Η βασική επιδίωξη στοχεύει στα press media trips [press/media/social media/ influence media ...] για την επίτευξη ευαισθητοποίησης κοινού. Επόμενη επιδίωξη τα fam trips εξειδικευμένων γραφείων και ΤΟ (σπεσιαλίστες ειδικών προγραμμάτων). Τέλος, fam trips γενικών γραφείων τουρισμού αγορών στόχου, στο πλαίσιο της προώθησης του προορισμού στους επαγγελματίες του κλάδου των αγορών στόχου. Κάθε άλλη πρόταση θα εξετάζεται και θα αξιολογείται ad hoc.

1.6 Παραγωγή και εκτύπωση – επανεκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής**1.7 Παραγωγή και προμήθεια μέσων προβολής, υλικού marketing και δώρων**

Αφορά την παραγωγή του έντυπου και ψηφιακού υλικού προβολής και προώθησης του προορισμού.

Το υλικό χρησιμοποιείται στο σύνολο των ανωτέρω δράσεων αλλά στο σύνολο των δράσεων πληροφόρησης, παρουσίασης, ψηφιακής παρουσίασης, αξιοποίησης των λογαριασμών κοινωνικών δικτύων, διάχυσης και διάδοσης της πληροφορίας και υποστήριξης κάθε δράσης τουριστικής ενημέρωσης, πληροφόρησης και προβολής του προορισμού είτε αυτές υλοποιούνται με ίδια μέσα είτε από τους συνεργαζόμενους φορείς στην τουριστική προβολή. Ειδικά στην ανάπτυξη και παραγωγή υλικού αυτό αφορά σε:

- Επαναεκτύπωση υλικού τουριστικής προβολής / πληροφόρησης ή /και επέκταση σε νέες γλώσσες
- Δημιουργικό και παραγωγή υλικού προώθησης στοιχείων του προορισμού. Παράδειγμα, θα εξεταστεί η παραγωγή σειρά μονόφυλλων έντυπων χαρτών με αποτύπωση των βασικών αξιοθέατων κάθε ενότητας του προορισμού με στόχο την τοπική εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Στο πλαίσιο της ανάδειξης όλων των τοπικών σημείων του προορισμού θα επιτευχθεί η ανάδειξη επιμέρους στοιχείων και εμπειριών ανά ενότητα, η επιμήκυνση της παραμονής των επισκεπτών ανά περιοχή, η αξιοποίηση τους ως εργαλείο προώθησης κάθε περιοχής από τους τοπικούς επαγγελματίες και η αξιοποίησή τους ως συνολικό υλικό απογραφής των σημείων του προορισμού.

1.8 Διαφημιστικός χώρος ή/και χρόνος σε τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά κλπ), σε μέσα μεταφοράς, υπαίθρια διαφήμιση και σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης πλήθους αλλά και προώθηση σε μέσα πληροφόρησης Τ.Ο. , αεροπορικών εταιριών κλπ.

Κλασικού τύπου διαφημιστικές ενέργειες σε ΜΜΕ αλλά και εξειδικευμένες όπως προβολή σε καταλόγους Τουριστικών γραφείων, Τ.Ο., in flight περιοδικών αεροπορικών εταιριών κλπ. Το σύνολο των δράσεων θα προγραμματίζεται και θα μεταβάλλεται ad hoc με σκοπό την προώθηση προγραμματισμένων αλλά και ειδικών δράσεων.

Αξονας 2. Ψηφιακή προβολή

αφορά κυρίως την ευαισθητοποίηση κοινού

2.1 Παραγωγή και απόκτηση περιεχομένου

Συνεχής εμπλουτισμός υλικού με φωτογραφίες, κείμενα, βίντεο, μονταρισμένες ενότητες κλπ . Αφορά απόκτηση και παραγωγή γενικού υλικού στο πλαίσιο της τοποθέτησης αλλά και ανάπτυξη εξειδικευμένων ενοτήτων και την κάλυψη θεμάτων με σκοπό την υποστήριξη ad hoc καμπάνιας.

Παραγωγή αλλά και προμήθεια υλικών – προμήθεια υλικού με απόκτηση πνευματικών δικαιωμάτων.

2.2 Ψηφιακές καμπάνιες

Οργάνωση αναρτήσεων ανά καμπάνια.

Αφορά την οργάνωση αναρτήσεων ανά ομάδα με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

Περιεχόμενο και δημιουργικό με σκοπό την ισχυροποίηση της γενικής τοποθέτησης (αφήγημα, στόχοι, αγορές).

Δημιουργία κεντρικού μηνύματος και λογοτύπησης ανά καμπάνια.

Εναλλαγή / προγραμματισμός είδους ανάρτησης (φωτογραφία, βίντεο, story, reel) και επιλογή λοιπών χαρακτηριστικών (χρονική διάρκεια, έκταση, επαναληψιμότητα, προσέγγιση αγορών, γλώσσα, κλπ).

Παρακολούθηση αναρτήσεων και πορείας ενέργειας.

Ενδεικτικές καμπάνιες:

- Βασικό αφήγημα – τοποθέτηση : It's time to trust the “truth”, Volos Pelion, it's true.
- Seasons moments/ summer – autumn – winter – spring: A touch of Volos, a touch of Pelion
- Volos City αξιοθέατα, σε συνδυασμό με τις ξεναγήσεις πόλης: Volos check list

2.3 Διαχείριση ιστότοπου και των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και δημιουργία, συντήρηση, εμπλουτισμός εφαρμογών

Συνεχής εμπλουτισμός περιεχομένου.

Διασύνδεση και αξιοποίηση περιεχομένου μεταξύ ιστότοπων, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογής i area.

Προστασία και ασφάλεια των σελίδων και εφαρμογών.

2.4 Διαδικτυακή προβολή, ψηφιακή διαφήμιση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης

αφορά κυρίως την ευαισθητοποίηση κοινού συμπληρωματικά τα κανάλια διανομής

Στοχευμένη διαφήμιση σε αγορές στόχους, θεματική προσέγγιση προσαρμοσμένες στις καμπάνιες προβολής, στις ψηφιακές δράσεις, και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ψηφιακή διαφήμιση με καταχώριση σε διαδικτυακούς τόπους. Καταχωρίσεις σε σελίδες που αξιοποιούνται από δυνητικούς πελάτες – επισκέπτες του προορισμού, sites τουριστικών γραφείων που δραστηριοποιούνται στον προορισμό ή προτίθενται να το πράξουν, αεροπορικών εταιριών κλπ.

2.5 Ανάπτυξη και παραγωγή εφαρμογών smart device για την πληροφόρηση επισκεπτών

Αφορά την παραγωγή smart app που θα υποστηρίξουν την καλύτερη πληροφόρηση των επισκεπτών συμπληρωματικά με την έντυπη υποστήριξη και την λειτουργία του info center. [3.1 I area:εφαρμογή ξεναγού με αποτύπωση 75 σημείων POI, με οπτική και ακουστική πληροφόρησης, εξαγωγή προτεινόμενων διαδρομών, κλπ].

Αξονας 3. Εμπλουτισμός υπηρεσίας – βελτίωση υποδομής

3.1 Ανάπτυξη εφαρμογών τουριστικής προβολής για κινητά τηλέφωνα-Παραγωγή App i-area – ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ

3.2 Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών

- Ενέργειες συμμετοχής στο πρόγραμμα και υποβολής φακέλου
- Ναυαγοσωστική κάλυψη - κάλυψη με υπεύθυνο ακτής / επέκταση κάλυψης σε ακτές εκτός πολυσύχναστων
- Οριοθέτηση ακτών – συμπληρωματική χειμερινή οριοθέτηση
- Τοποθέτηση και παροχή υπηρεσίας χημικών τουαλετών
- Συνεργασία με λοιπές υπηρεσίες Δ. Βόλου [Δ/ση Τεχνικών Υπηρεσιών] για την αναβάθμιση του εξοπλισμού παραλίας και [Δ/ση Καθαριότητας και Πρασίνου] και γενικό εξωραϊσμό
- Παρακολούθηση ακτών και συμμόρφωση με τις προδιαγραφές του προγράμματος. Διατήρηση του αριθμού των βραβευμένων με γαλάζια σημαία. Οργάνωση και υποστήριξη ακτών – διαχείριση προγράμματος Γαλάζιων ακτών
- Ετήσια τοποθέτηση εξοπλισμού πρόσβασης για άτομα μειωμένης κινητικότητας

3.3 Πεζοπορικές διαδρομές

Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2 και εφ' όσον ολοκληρωθεί το τεχνικό έργο του δικτύου πεζοπορικών διαδρομών Pelion Routes.

Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων και αφορούν:

- Εμπλουτισμό και συντήρηση του web site
- Παραγωγή περιεχομένου
- Ανάπτυξη καμπάνιας ψηφιακής προβολής
- Ανανέωση έντυπου υλικού
- Προβολή εντός εκθέσεων
- Δράσεις ευαισθητοποίησης κοινού

3.4 Ανάδειξη τοπικών – πολιτιστικών στοιχείων των περιοχών (POI)

Δημιουργικό μονόφυλλων εντύπων ανά περιοχή του προορισμού με προβολή πολιτιστικών στοιχείων – αξιοθέατων

- Εμπλουτισμός ψηφιακού υλικού με νέα καταγεγραμμένα ΡΟΙ
- 3.5 Προβολή διαδρομών ποδηλάτου στον Βόλο**
 Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2 και εφ' όσον ολοκληρωθεί το τεχνικό έργο του δικτύου ποδηλατικών διαδρομών και διάθεσης ποδηλάτων ως ένα νέο χαρακτηριστικό.
 Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων και αφορά:
 Παραγωγή περιεχομένου
 Δημιουργικό υλικού προώθησης
- 3.6 Ανάδειξη τοπικής γαστρονομίας**
 Συνέχιση δράσης
 Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2
 Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων:
 Επέκταση υπάρχοντος εντύπου σε αγγλική γλώσσα
 Δημιουργικό εμπλουτισμένου ψηφιακού εντύπου εντός web site
 Παραγωγή νέου περιεχομένου
 Δημιουργικό υλικού προώθησης
- 3.7 Αστικός τουρισμός**
 Συνέχιση δράσης
 Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2
 Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων
 Συνέχιση δράσης ξενάγησης εντός πόλης, προσαρμοσμένη με βάση την αξιολόγηση της Α φάσης.
 Επανάληψη κα επέκταση ψηφιακής προβολής
 Παραγωγή περιεχομένου
 Δημιουργικό υλικού προώθησης

Αξονας 4.

4.1 Δράση ανάπτυξης δυναμικού

Η εκπαίδευση των εργαζομένων των τουριστικών επιχειρήσεων αναδεικνύεται ως βασικό παράγοντα της επιτυχίας τους. Η ανταγωνιστική φύση του κλάδου δημιουργεί την ανάγκη για συνεχή εξέλιξη της κάθε επιχείρησης αλλά και του προορισμού. Η επένδυση στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού είναι ένας από τους στόχους που αξίζει να επιτευχθεί.

Στο παραπάνω πλαίσιο προτείνεται:

- Προπαρασκευαστικές συναντήσεις των τοπικών εμπλεκόμενων φορέων για την από κοινού ανάπτυξη ενός προγράμματος
- Η αναζήτηση συνεργασιών για την υποστήριξη της δράσης
- Η υλοποίηση σύντομης και στοχευμένης έρευνας εκπαιδευτικών αναγκών
- Η διαμόρφωση του βασικού πλαισίου της επιμόρφωσης
- Η υλοποίηση της δράσης προς τους ωφελούμενους

4.2 Αξιολόγηση – παρακολούθηση

