

ΝΕΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ο ΚΥΚΛΟΣ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Maurizio Goetz

Υπεύθυνος χάραξης στρατηγικής στο σχεδιασμό
της τουριστικής εμπειρίας

Code n. M1 Unit2 SU2.2



Σκοπός και στόχοι

Σε αυτή την παρουσίαση θα εισαγάγουμε τη Μεθοδολογία Σχεδιασμού Τουριστικής Εμπειρίας®.

Ο Σχεδιασμός της Τουριστικής Εμπειρίας είναι μια μεθοδολογία για την καινοτομία της έννοιας της τουριστικής εμπειρίας μέσω του συνδυασμού δομημένης ανάλυσης και μεθόδων και εργαλείων σχεδιασμού για τη δημιουργική καινοτομία με στόχο τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς για τους διάφορους τύπους τουριστών.



Τι θα μάθετε (Μαθησιακά αποτελέσματα)

Στο τέλος αυτής της παρουσίασης, θα είστε σε θέση να:

- Να κατανοήσετε την έννοια της Τουριστικής Εμπειρίας
- Να κατανοήσετε τη μεθοδολογία του Σχεδιασμού της Τουριστικής Εμπειρίας (The Tourist Experience Design®)
- Να κατανοήσετε τη σημασία της τμηματοποίησης του Long Tail
- Να μάθετε πώς να δημιουργήσετε μια βιωματική ιδέα

Υπόβαθρο



Η μαζική τουριστική αγορά δείχνει τα όρια της

Οι τουρίστες επιθυμούν εξατομικευμένες διακοπές με βάση τις δικές τους ιδιαίτερες ανάγκες, τα πάθη και τα όνειρά τους.

Νέες ανάγκες

Οι τουρίστες δεν αναζητούν "πώς να φτάσουν", "πού να κοιμηθούν" ή "πού να φάνε".

Αλλά

ΤΙ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ

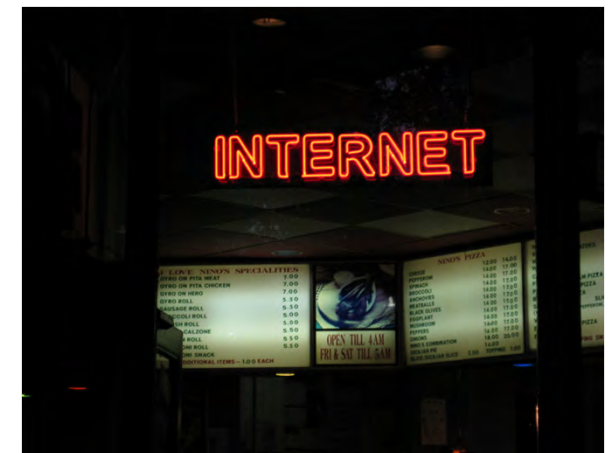
ή ακόμα καλύτερα

ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ



Internet

- Στην εποχή του Διαδικτύου οι ταξιδιώτες έχουν έναν άνευ προηγουμένου αριθμό επιλογών για να διαλέξουν.
- Οι πληροφορίες που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο υπερβαίνουν κατά πολύ την ικανότητά τους να εστιάζουν, καθιστώντας τις πιο επιλεκτικές και πιο συγκεκριμένες και όχι γενικές προτάσεις.



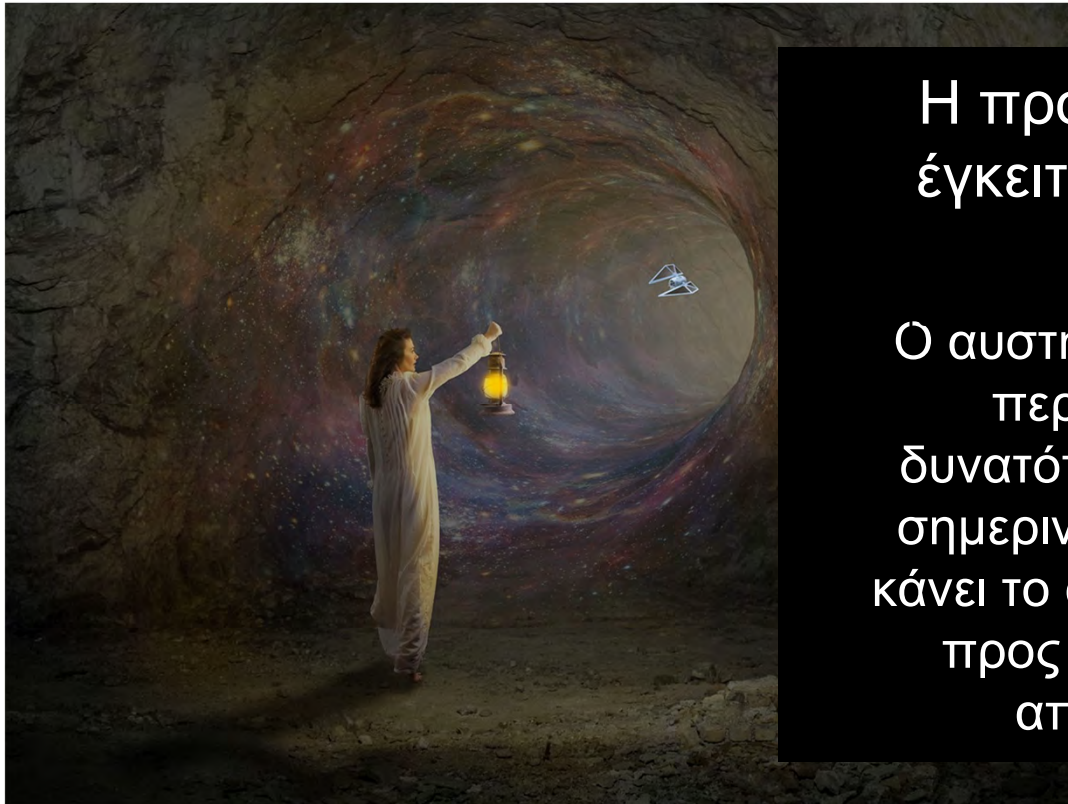
Η εμπειρία είναι μια αντίληψη



Η εμπειρία είναι μια σύνθετη κατασκευή, η οποία κινδυνεύει να ευτελιστεί.

Είναι άχρηστο να ορίσετε μια γενική "μοναδική" εμπειρία, αλλά πιο σημαντικό να προβάλλετε μια τουριστική εμπειρία για διαφορετικούς ταξιδιώτες στους οποίους απευθύνεστε.

Το ταξίδι είναι εμπειρία



Η πρόκληση της "δημιουργίας" εμπειριών
έγκειται στο να υπερβούμε αυτό που είναι
γνωστό

Ο αυστηρός ορισμός της Τουριστικής Εμπειρίας θα
περιόριζε τις δημιουργικές και εκφραστικές
δυνατότητες που συνδέονται με την καινοτομία της
σημερινής τουριστικής προσφοράς και θα έτεινε να
κάνει το σχεδιασμό και την υλοποίηση να συγκλίνουν
προς αξιωματικές λύσεις τέτοιων εμπειριών, με
αποτέλεσμα μια τυποποιημένη εμπειρία.

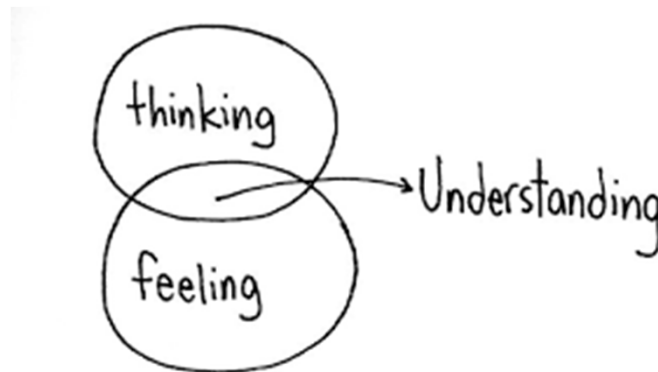
Νέες ευκαιρίες στην αγορά



Υπάρχει μια μεγάλη ευκαιρία να μελετήσουμε και να σχεδιάσουμε ειδικές τουριστικές εμπειρίες, για συγκεκριμένους ταξιδιώτες, οι οποίες θα έφερναν καινοτομία, διαφοροποίηση και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην τουριστική μας προσφορά.

Κατανόηση του νέου Τουρίστα

Οι ορισμοί του "συμβατικού" τουρίστα δεν είναι ικανοποιητικοί



Πρέπει να αναρωτηθούμε σε βάθος "ποιοι είναι οι τουρίστες μας;" και "ποιοι είναι οι λόγοι που τους κάνουν να μετακινηθούν;"

Πρέπει να επικεντρωθούμε στα "επιθυμητά ταξίδια" (τουρισμός κινήτρων)

Tourist Experience Design® Το βιβλίο

Ο Σχεδιασμός της Τουριστικής Εμπειρίας (Tourist Experience Design) είναι η μεθοδολογία για την καινοτομία στην έννοια της τουριστικής εμπειρίας μέσω του συνδυασμού δομημένης ανάλυσης και μεθόδων και εργαλείων σχεδιασμού για τη δημιουργική καινοτομία με στόχο τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς για τους διάφορους τύπους τουριστών.



Η μεθοδολογία του Tourist Experience Design ®

- 1 Ανταγωνιστική Ανάλυση των μοναδικών και διακριτικών στοιχείων της πρότασης αξίας
- 2 Long Tail Τμηματοποίηση
- 3 Ορισμός της Βιωματικής Στρατηγικής για τα τμήματα και τα στοιχεία WOW
- 4 Ορισμός του Εκτεταμένου Κύκλου Εμπειρίας και των Βιωματικών Σημείων
- 5 Λεπτομερής Σχεδιασμός των Βιωματικών Σημείων

1. Ανταγωνιστική ανάλυση των μοναδικών και διακριτικών στοιχείων της πρότασης αξίας

- προσδιορισμός των **χαρακτηριστικών του προορισμού** και του περιβαλλοντικού πλαισίου στο οποίο εντάσσονται
- τα σημαντικότερα **στοιχεία της προσφοράς** (π.χ. έλξη, υποδομές, υπηρεσίες κ.λπ.)
- ιδιαίτερα **διακριτικά ή μοναδικά στοιχεία** που χαρακτηρίζουν έναν Προορισμό
- Τα **κίνητρα** των τουριστών να επισκεφθούν αυτά τα στοιχεία
- στοιχεία που χαρακτηρίζουν την **ταυτότητα της περιοχής** και των κατοίκων της (πολιτισμός, παραδόσεις, ιστορία)
- **βαθμός αναγνώρισης**
- **κουλτούρα υποδοχής** και διάδοση αυτής της κουλτούρας σε τοπικό επίπεδο
- **ικανοποίηση των τουριστών**
- δυνάμεις, αδυναμίες, ευκαιρίες και απειλές
- **συσχετίσεις** και **χαρακτηριστικά** του Προορισμού από την άποψη των ενδιαφερομένων μερών και των αγορών



1. Ανταγωνιστική Ανάλυση των μοναδικών και διακριτικών στοιχείων της πρότασης αξίας

Η πρώτη φάση της μεθοδολογίας περιλαμβάνει:

- την **ανάλυση** των **τουριστικών προσφορών** και της "**κλίσης**".
- τη **συγκριτική αξιολόγηση των ανταγωνιστών**,

προκειμένου να αναδειχθούν και να συμπληρωθούν τα **μοναδικά** και **διακριτικά** στοιχεία για να δοθούν πιθανές ερμηνείες των διαφόρων τουριστικών προσφορών, προτείνοντας θέματα και τρόπους πλαισίωσης.

Για σύνθετες προσφορές, όπως αυτές των προορισμών, η ανταγωνιστική ανάλυση αναπτύσσεται με βάση διάφορα προσδιορισμένα στοιχεία της προσφοράς.

Ιρλανδία:

Οπτική
αναπαράσταση
εικονικών στοιχείων





2. Τμηματοποίηση Long Tail

Η **σωστή τμηματοποίηση** είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχή προσέγγιση της αγοράς και τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς και της διαδικτυακής επικοινωνίας με στοχευμένο τρόπο.

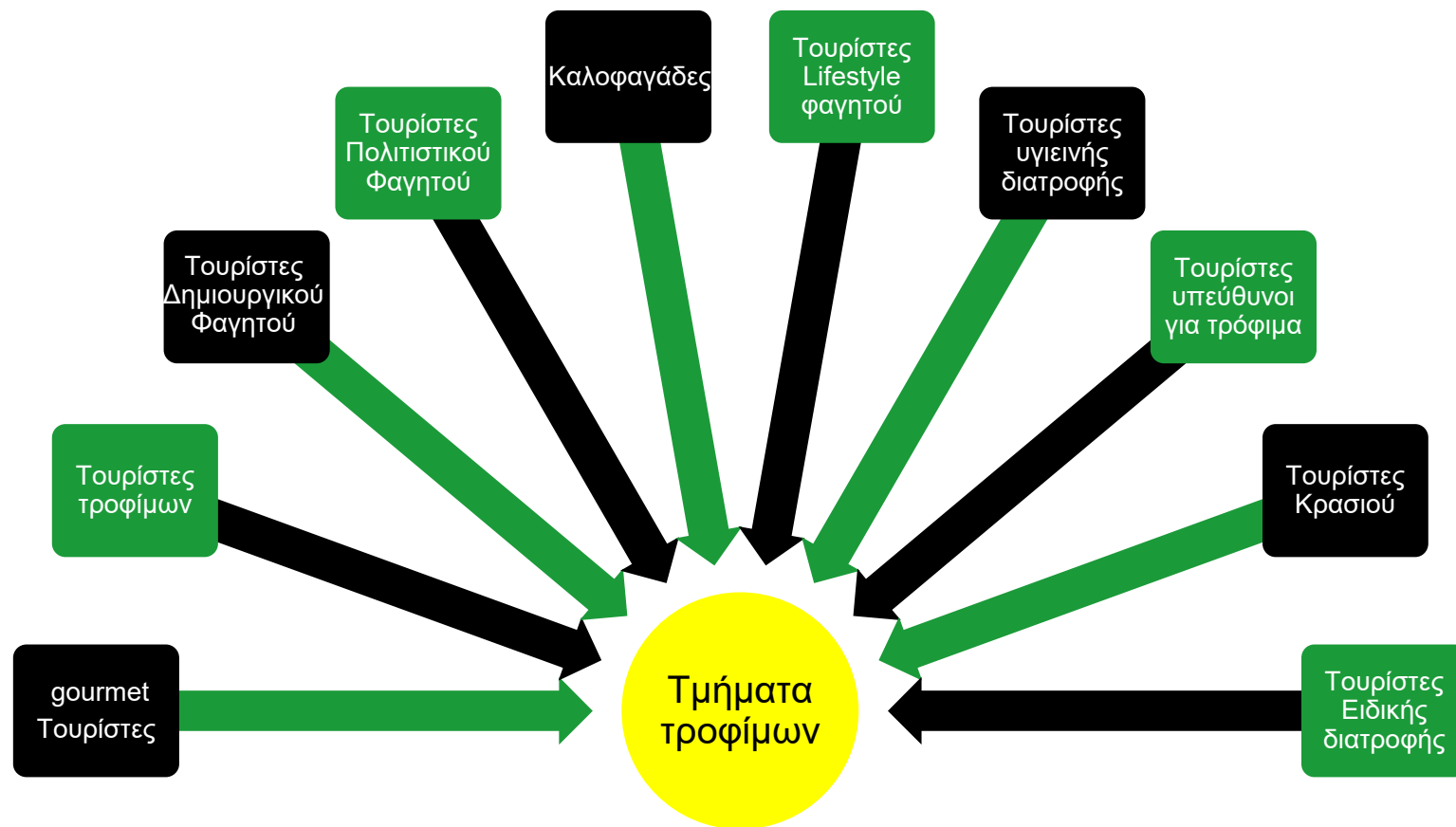
Έχουμε περάσει από τον μαζικό τουρισμό, αδιαφοροποίητο και γενικό, στον "**προσωπικό τουρισμό**", έντονα προσανατολισμένο στις ειδικές ανάγκες και επιθυμίες εξειδικευμένων και ειδικών τμημάτων τουριστών.

Προς τον "προσωπικό τουρισμό"

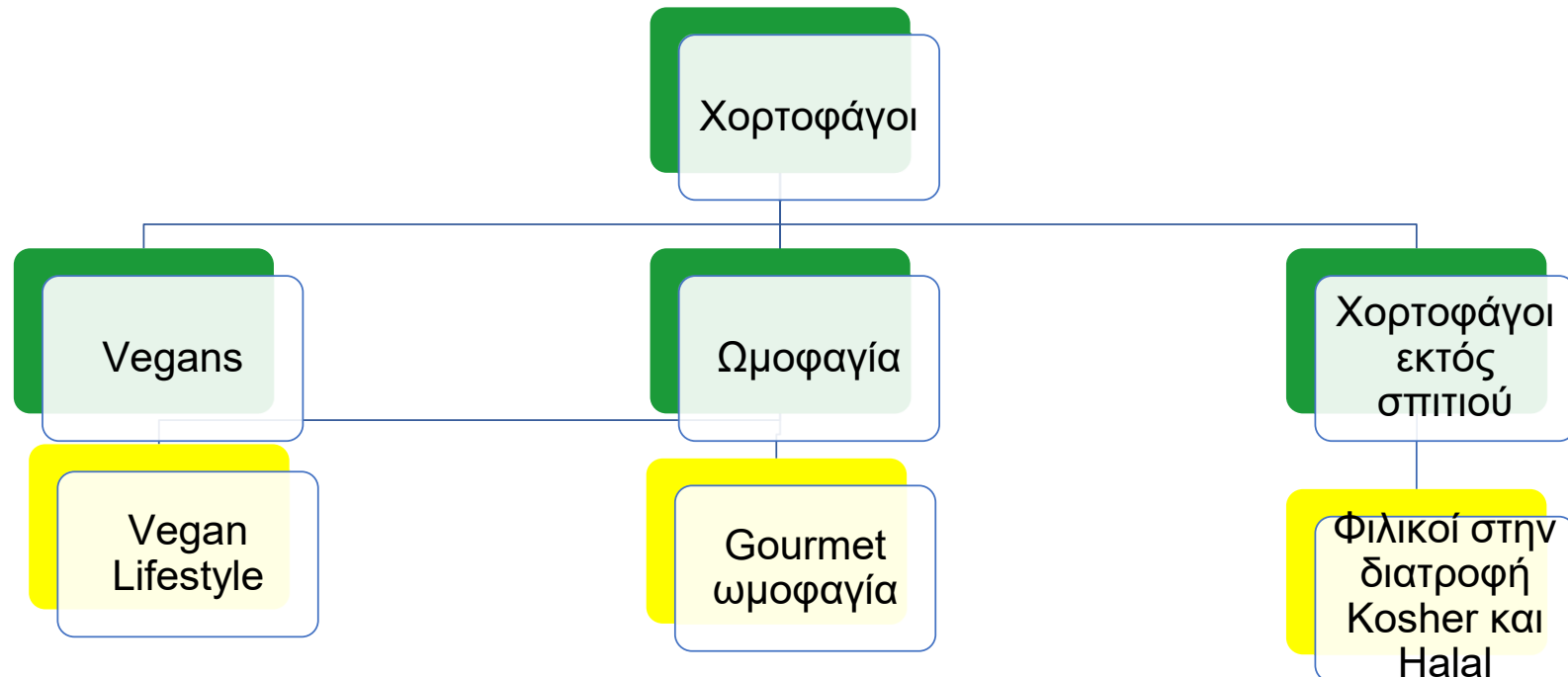
- Είναι απαραίτητο να επανεξεταστεί η τρέχουσα τμηματοποίηση της αγοράς με μια κριτική επαναξιολόγηση και να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες:
 - να επεκτείνει το τμήμα (**διεύρυνση τμήματος**), δηλαδή να εντοπίσει πιθανά νέα τμήματα στα οποία απευθύνεται η προσφορά,
 - και τον εμπλουτισμό των τμημάτων (**segment enrichment**), προκειμένου να προσδιοριστούν λεπτομερέστερα τα χαρακτηριστικά των τμημάτων, ώστε να προσαρμοστεί η τουριστική προσφορά και η διαδικτυακή επικοινωνία της.



Επέκταση τμήματος: π.χ. - νέα τμήματα τροφίμων



Εμπλουτισμός τμημάτων π.χ.: Χορτοφάγοι, νέα υπο-τμήματα





3. Ορισμός της Βιωματικής Στρατηγικής για τα τμήματα και τα στοιχεία WOW

- Για τα τμήματα που προσδιορίστηκαν κατά την επαναξιολόγηση της τμηματοποίησης, χάρη στις νέες πληροφορίες που αποκτήθηκαν, καθορίζουμε τις **βασικές στρατηγικές για αξέχαστες εμπειρίες (η βιωματική έννοια)** και καθορίζουμε τα "**στοιχεία WOW**", τα συγκεκριμένα στοιχεία διαφοροποίησης της προσφοράς που δημιουργούν έκπληξη, ικανοποίηση και ενθουσιασμό στους τουρίστες (τι τους κάνει να λένε "WOW").

Η Βιωματική Αντίληψη

Η Βιωματική Αντίληψη εγκαθιδρύει:

- τι ορίζει τη διακριτή εμπειρία της προσφοράς μας για τα τμήματα και τα υποτμήματα που έχουμε ορίσει, σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές μας
- τους τρόπους με τους οποίους επιτυγχάνεται αυτή η εμπειρία



Η Βιωματική έννοια

Μέσω της/των Εμπειρικής(-ών) Έννοιας(-ων), ο τουριστικός οργανισμός ορίζει κάθε βιωματικό τμήμα:

- **Συστήματα προσφοράς**
- **Περιβάλλοντα**
- **Διαδικασίες αλληλεπίδρασης**
- **Συμπεριφορές**
- **Αποτελέσματα**

Ρομαντική απόδραση για ένα νεαρό ζευγάρι vegan ποδηλατών



Το Experiential Concept αντιπροσωπεύει την "ιδανική ταξιδιωτική εμπειρία" για ένα συγκεκριμένο τμήμα τουρισμού.

4. Ορισμός του Εκτεταμένου Κύκλου Εμπειρίας και των Βιωματικών Σημείων

Η τουριστική εμπειρία είναι μια διαδικασία που αναπτύσσεται πολύ πριν από την πραγματική απόλαυση της τουριστικής προσφοράς στο χώρο και συνεχίζεται και μετά από αυτήν, στην πραγματικότητα, ο **Κύκλος της Εκτεταμένης Εμπειρίας** αρχίζει όταν ο ταξιδιώτης έχει την επιθυμία να ταξιδέψει και αρχίζει να παίρνει πληροφορίες και συνεχίζεται μέχρι το τέλος του ταξιδιού μέσω των αναμνήσεων και της ανταλλαγής εντυπώσεων μέσω των κοινωνικών του δικτύων.

Από αυτή την άποψη, ο **Κύκλος της Εκτεταμένης Εμπειρίας** χαρακτηρίζεται σε τρεις φάσεις:

- Πριν την εμπειρία
- Κατά την εμπειρία
- Μετά την εμπειρία

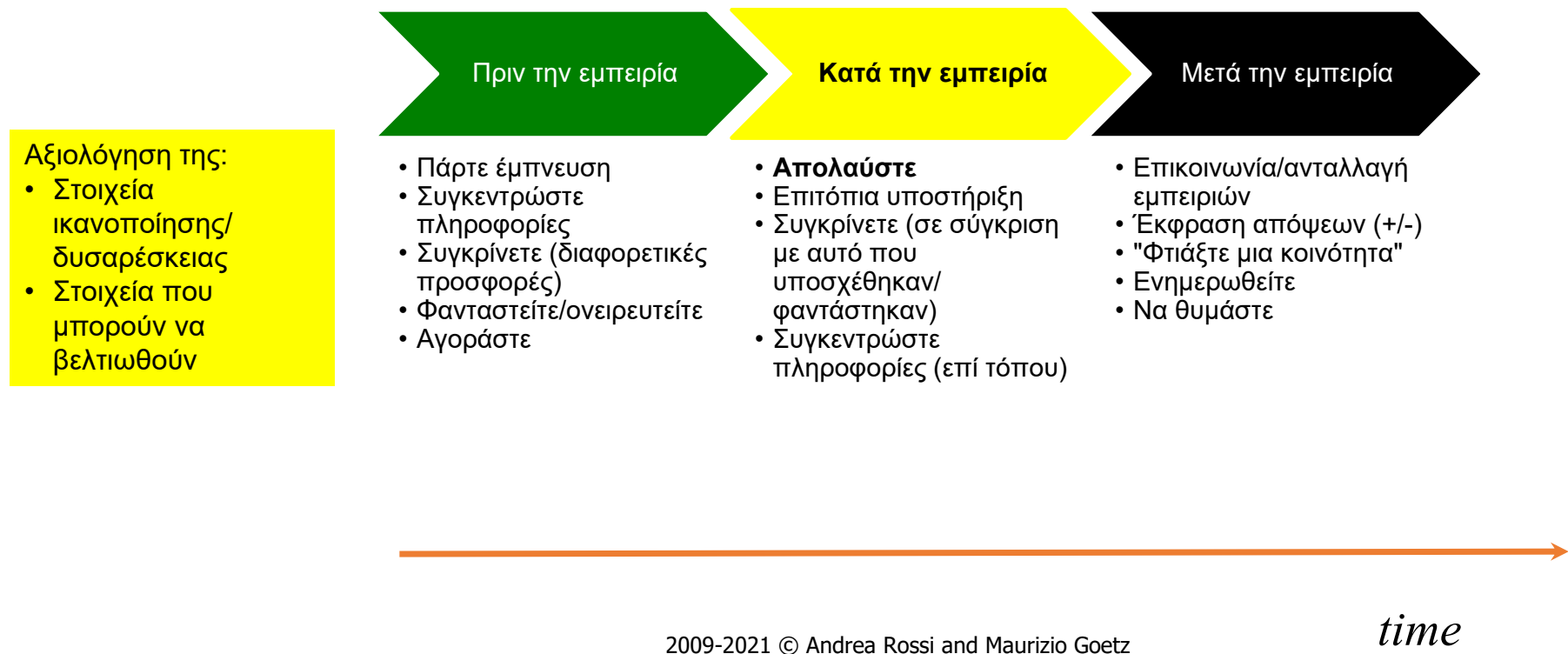


4. Ορισμός του Εκτεταμένου Κύκλου Εμπειρίας και των Βιωματικών Σημείων

Επομένως, είναι σημαντικό να αναλυθούν τα τρία στάδια του κύκλου της εκτεταμένης εμπειρίας, προκειμένου να υποστηρίζεται συνεχώς μια αξέχαστη εμπειρία για τους τουρίστες.

Η τέταρτη φάση της μεθοδολογίας παρέχει επομένως ανάλυση και χαρτογράφηση του **Κύκλου της Εκτεταμένης Εμπειρίας**, πηγαίνοντας ειδικότερα στον εντοπισμό των "**βιωματικών σημείων**", δηλαδή των στοιχείων με τα οποία έρχεται σε επαφή ο τουρίστας προκειμένου να απολαύσει την εμπειρία, τόσο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και επί τόπου, όσο και στο διαδίκτυο.

Ο Διευρυμένος Βιωματικός Κύκλος

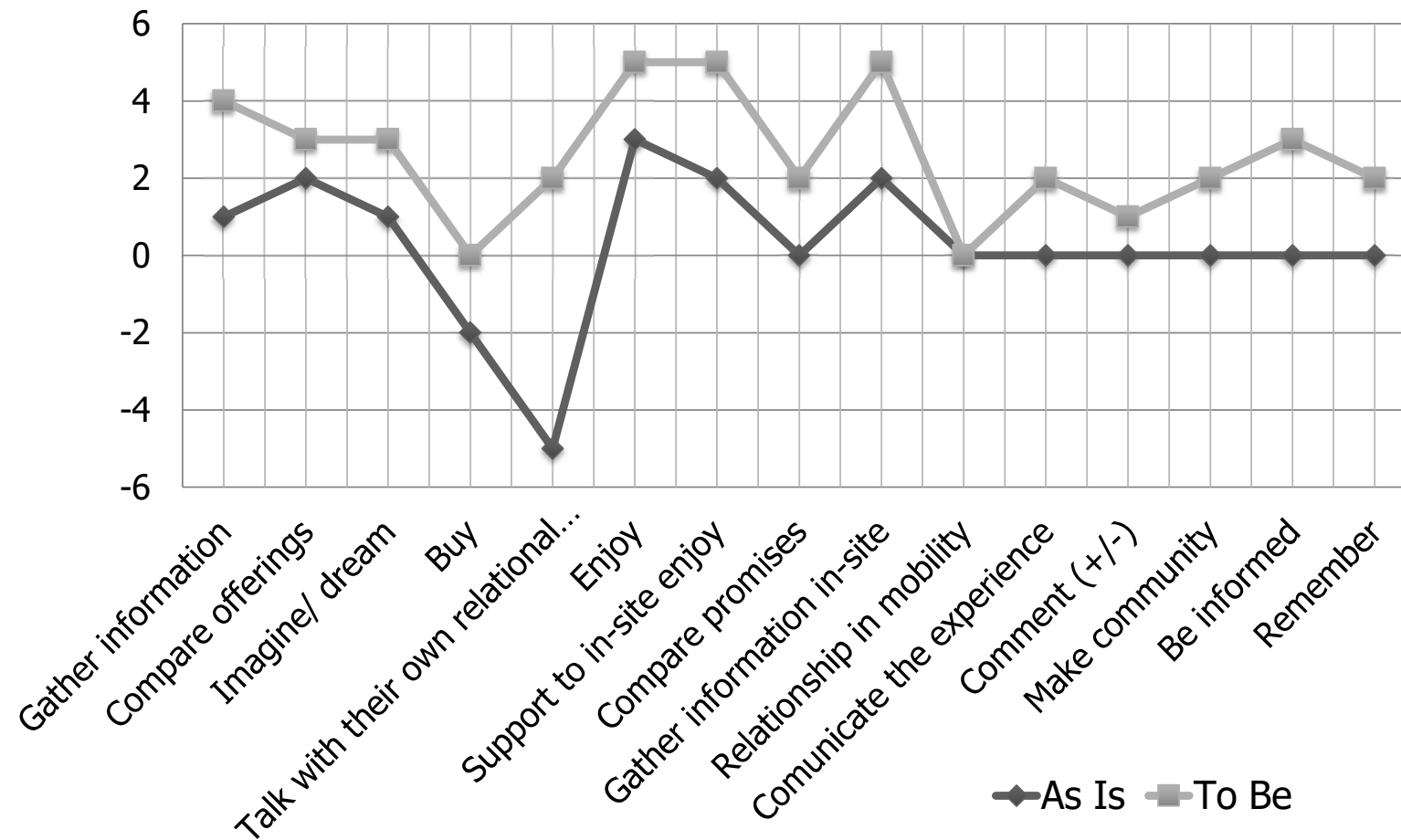




5. Λεπτομερής σχεδιασμός των βιωματικών σημείων

- Η τελευταία φάση της μεθοδολογίας συνίσταται στον λεπτομερή σχεδιασμό των "**βιωματικών σημείων**" του **Διευρυμένου Βιωματικού Κύκλου**, για τα επιλεγμένα τμήματα, εφαρμόζοντας λεπτομερώς τις καθορισμένες στρατηγικές, τις **βιωματικές έννοιες** και τα **στοιχεία WOW** σε κάθε (σχετικό) "βιωματικό σημείο".

Ανάλυση Βιωματικών Σημείων



Χτίζοντας μια τουριστική εμπειρία

Η Τουριστική Εμπειρία είναι μια διαδικασία που μπορεί να σχεδιαστεί γύρω από τον τουρίστα, προκειμένου να δημιουργηθεί μια "Εμπειρική Έννοια" που θεωρείται σχετική και αξιομνημόνευτη για κάθε κατηγορία τουριστών.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Ανοιχτές ερωτήσεις
& υποδείξεις





Ασκήσεις

Ακολουθούν δύο διαφορετικές ασκήσεις για να εξασκηθείτε και να ελέγξετε την εκμάθηση και την κατανόησή σας σχετικά με:

- Η βιωματική έννοια: Άσκηση 1
- Τα βιωματικά σημεία: Άσκηση 2

Μπορείτε να εκτυπώσετε τις παρακάτω διαφάνειες και να εξασκηθείτε μόνοι σας ή με την ομάδα σας.

Άσκηση 1: η βιωματική έννοια

Κατανοήστε τα διαφορετικά κίνητρα των διαφόρων υποτμημάτων των ποδηλατών τουριστών παρατηρώντας τις εικόνες και περιγράψτε σε μια σύντομη παράγραφο τη βιωματική ιδέα για κάθε υποτμήμα.



Άσκηση 1 - Υποτμήμα 1

Βιωματική αντίληψη



Άσκηση 1 - Υποτμήμα 2

Βιωματική αντίληψη



Άσκηση 1 - Υποτήμα 3

Βιωματική αντίληψη



Άσκηση 1 - Υποτήμα 4

Βιωματική αντίληψη



Άσκηση 1 – Υποτμήμα 5

Βιωματική αντίληψη



Άσκηση 2: Ορισμός των στοιχείων WOW

Παρατηρήστε τις διάφορες εικόνες και περιγράψτε τα διάφορα στοιχεία WOW που σχετίζονται με κάθε συγκεκριμένη εμπειρία γεύματος (τοποθεσία, άνθρωποι, εξυπηρέτηση, περίσταση).

Τι θα μπορούσε να κάνει αυτή την εμπειρία γεύματος αξέχαστη;



Άσκηση 2 - Εμπειρία Α

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία Β

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία Γ

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία Δ

Στοιχεία Wow

MENU & NUTRITION

From Breakfast Scramblers and our signature Grilled Panini to hand-tossed salads and pastas, we're bringing you fresh ingredients every day in ways you can't resist.

[Print Menu](#)[Print Nutrition Information](#)

BROWSE BY:

100 COMBOS UNDER 600 CALORIES ▼

FILTERS (0 selected) ▼

100 COMBOS UNDER 600 CALORIES

With more than 100 delicious Corner Combos under 600 calories, eating healthy just got a lot easier ... and more flavorful. Explore all the tasty possibilities.



SO MANY CHOICES, SO FEW CALORIES!

Uptown Turkey Sandwich & Roasted Tomato Basil Soup



Άσκηση 2 - Εμπειρία Ε

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία ΣΤ

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία Z

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία Η

Στοιχεία Wow



Άσκηση 2 - Εμπειρία Θ

Στοιχεία Wow

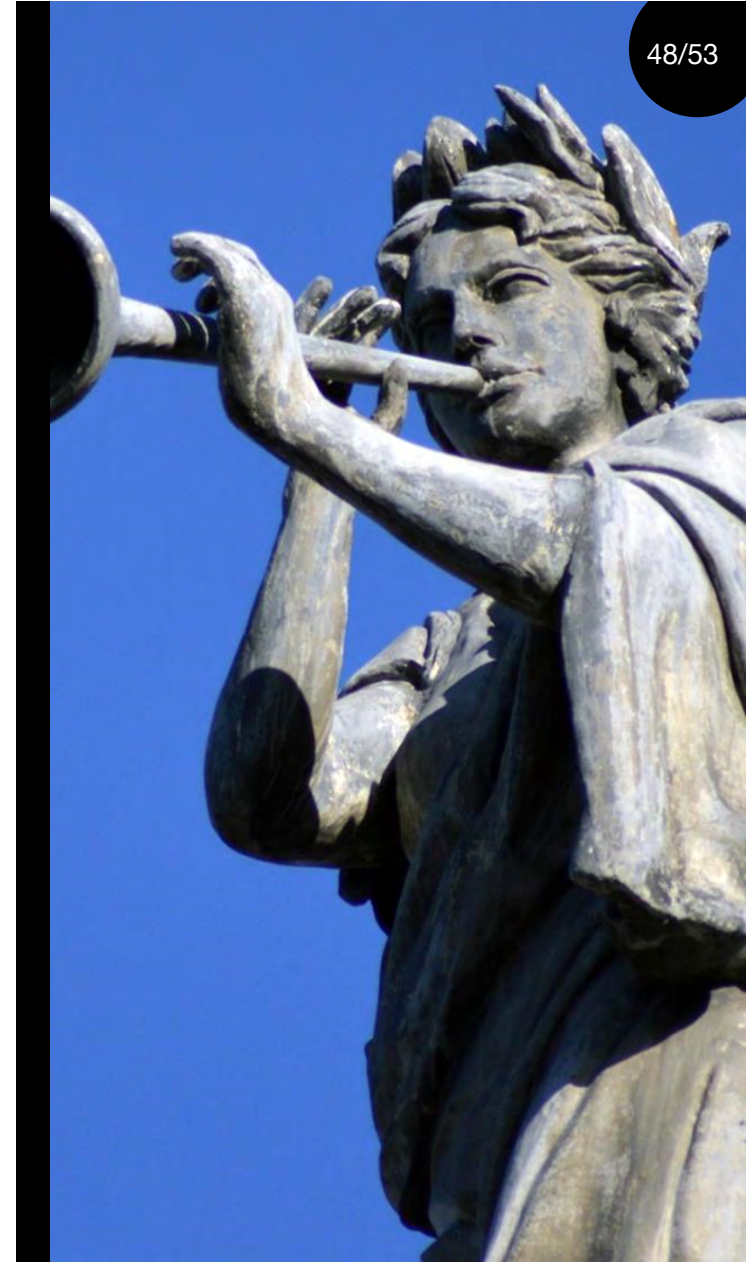


Ανοιχτές ερωτήσεις & προβληματισμοί

Τι είναι η τουριστική εμπειρία;

Τι είναι μια βιωματική έννοια;

Πώς μπορείτε να σχεδιάσετε διαφορετικά στοιχεία wow σε μια τουριστική εμπειρία;





Βασικά συμπεράσματα

Αυτή η παρουσίαση αφορούσε το σχεδιασμό μιας τουριστικής εμπειρίας

Τώρα που τελειώσατε την παρακολούθησή της, θα πρέπει να είστε σε θέση να:

- Να υπο-τμηματοποιήσετε την αγορά
- Να ορίσετε μια βιωματική Έννοια
- Να ορίσετε τα wow στοιχεία μιας τουριστικής εμπειρίας
- Να σχεδιάζετε μια αξέχαστη Τουριστική Εμπειρία



**Ενότητα
κλεισίματος**

Κατάλογος παραπομπών

[https://www.academia.edu/2060530/Tourism Experience Design Some Recent Research by Noel Scott and Peiyi Ding](https://www.academia.edu/2060530/Tourism_Experience_Design_Some_Recent_Research_by_Noel_Scott_and_Peiya_Ding)

[https://www.researchgate.net/publication/266732531 Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism/figures?lo=1](https://www.researchgate.net/publication/266732531_Toward_a_Theoretical_Foundation_for_Experience_Design_in_Tourism/figures?lo=1)

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2019.1668727>



Maurizio Goetz

Email maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com

Απόφοιτος της Διοίκησης Επιχειρήσεων (Πανεπιστήμιο Bocconi), ο Maurizio Goetz ασχολήθηκε πάντα με τις διαδικασίες καινοτομίας των άυλων στοιχείων στην ψηφιακή επικοινωνία, το μάρκετινγκ και την προώθηση. Είναι συν-συγγραφέας της μεθοδολογίας Tourist Experience Design για τον σχεδιασμό τουριστικών εμπειριών σε προορισμούς και διεξάγει έρευνα σε θέματα στρατηγικής σχεδιαστικής φαντασίας. Συνεργάζεται με διάφορα εκπαιδευτικά ιδρύματα και εταιρείες για τη διάδοση της προσέγγισης Imagination Design Coaching, ενός συνόλου μεθοδολογιών που δημιουργήθηκε για την εκπαίδευση των δεξιοτήτων φαντασίας επαγγελματιών και οργανισμών.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project Number
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the autor, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License
(CC BY-NC-SA 4.0)

www.euheritage.eu

