

Δυναμική Προώθηση Πωλήσεων

Ολοκληρωμένη Στρατηγική

AQUILA

Εισαγωγή

Στον έντονα ανταγωνιστικό κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας, όπου η διαφοροποίηση και η αναγνωρισιμότητα καθίστανται όλο και πιο κρίσιμοι παράγοντες για την επιτυχία, η ανάγκη για δυναμική προβολή αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία. Σε ένα περιβάλλον όπου οι πελάτες έχουν αμέτρητες επιλογές και η πληροφορία είναι διαθέσιμη, η ξεχωριστή και επικοινωνιακά αποτελεσματική παρουσίαση στο διαδίκτυο μπορεί να αποφέρει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Η δυναμική προβολή μέσω διαφημίσεων, οι σταθερές εκστρατείες link building, η προβολή σε μέσα μαζικής ενημέρωσης και οι στρατηγικές SEO, είναι πλέον απαραίτητα εργαλεία για κάθε επιχείρηση που επιθυμεί να αυξήσει την εμβέλεια του και να βελτιώσει τις πωλήσεις του. Η επιλογή των κατάλληλων ψηφιακών καναλιών και η εφαρμογή μιας προσαρμοσμένης στρατηγικής προώθησης μπορούν να μετατρέψουν την online παρουσία μιας ξενοδοχειακής εταιρείας, σε έναν ισχυρό μοχλό για την ανάπτυξη των πωλήσεων και την εδραίωση της εικόνας του στη συνείδηση των καταναλωτών.

Η επένδυση στην δυναμική προβολή δεν είναι απλώς μια επιλογή, αλλά μια αναγκαιότητα για την επιβίωση και την ανάπτυξη στον σύγχρονο ξενοδοχειακό κλάδο. Μέσα από την κατάλληλη χρήση των ψηφιακών εργαλείων και τεχνικών, η εκάστοτε ξενοδοχειακή επιχείρηση μπορεί να αυξήσει την προβολή της, να βελτιώσει την εικόνα της και να δημιουργήσει μια ισχυρή σχέση με τους πελάτες της, εξασφαλίζοντας έτσι μια σταθερή ανάπτυξη και μια προοπτική μακροχρόνιας επιτυχίας.

Στόχοι

01 Αύξηση Επισκέψεων

Ο πρώτος και κύριος στόχος κάθε online στρατηγικής προβολής είναι η αύξηση της επισκεψιμότητας, σε όλα τα website της επιχείρησης. Η επίτευξη αυτού του στόχου είναι θεμελιώδης για την ανάπτυξη της προβολής, την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του brand και, τελικά, την ενίσχυση των πωλήσεων.

Ο δείκτης της επισκεψιμότητας επηρεάζει, θετικά, όλους τους υπόλοιπους δείκτες, και κυρίως αυτό της αύξησης των κρατήσεων.

Για να επιτευχθεί αυτή η αύξηση, απαιτείται η υιοθέτηση μιας πολυδιάστατης και καλά σχεδιασμένης προσέγγισης που θα ενσωματώνει διάφορες τακτικές και εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ.

02 Αύξηση Αναγνωρισιμότητας

Μετά την επίτευξη του πρώτου στόχου, που είναι η αύξηση της επισκεψιμότητας, ο δεύτερος ζωτικής σημασίας στόχος, σε κάθε στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ, είναι η αύξηση της αναγνωρισιμότητας του brand.

Αυτός ο στόχος επικεντρώνεται στη δημιουργία ενός ισχυρού εταιρικού σήματος που θα είναι αναγνωρίσιμο και θα ξεχωρίζει στη συνείδηση του καταναλωτή, κάτι που είναι απαραίτητο για την κατασκευή ενός βιώσιμου και μακροχρόνιου πλεονεκτήματος σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

03 Αύξηση Τζίρου

Με την αύξηση της επισκεψιμότητας και την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του brand, ο τρίτος και πιο κρίσιμος στόχος κάθε στρατηγικής, ο οποίος είναι και το αποτέλεσμα των δύο πρώτων, είναι η αύξηση των κρατήσεων και ως συνέπεια, του τζίρου.

Η επίτευξη αυτού του στόχου αποτελεί τον τελικό δείκτη επιτυχίας για την αποτελεσματικότητα των εφαρμοζόμενων μάρκετινγκ στρατηγικών και της ικανότητας της επιχείρησης να μετατρέπει τις online ενέργειες σε πραγματικές πωλήσεις.

What's
Next

Στρατηγική και Εκτέλεση

Η στρατηγική του online marketing που θα ακολουθηθεί αποτελείται από έναν συνδυασμό προσεκτικά επιλεγμένων τακτικών.

Η πρώτη φάση της στρατηγικής επικεντρώνεται στο Link Building μέσω επιλεγμένων websites παγκοσμίως, αναζητώντας να δημιουργήσει σταθερές και ποιοτικές συνδέσεις που θα ενισχύσουν την αξιοπιστία και την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας και των websites της, στις μηχανές αναζήτησης.

Με άλλα λόγια θα ενισχυθεί η εμφάνιση της εταιρείας στο Google Organic, σε αναζητήσεις και κρίσιμες λέξεις κλειδιά.

Ταυτόχρονα θα γίνει χρήση διαφημίσεων Google Ads, με καμπάνιες παγκόσμιας στόχευσης, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την άμεση προσέλκυση ενδιαφερόμενου κοινού, προσφέροντας άμεση και υψηλή επισκεψιμότητα με παράλληλη αύξηση των πιθανών μετατροπών.

Ο ανταγωνισμός στα Google ads είναι τερστικός και ειδικά ανάμεσα σε λέξεις κλειδιά που αναζητούν οι εν δυνάμει πελάτες. Οπότε οι καμπάνιες πρέπει να είναι προσαρμοσμένες για να μπορούν να επιτύχουν το στόχο τους.

Το τρίτο μέρος της στρατηγικής αφορά τη δημοσίευση πληρωμένων άρθρων σε μεγάλα μέσα ενημέρωσης σε όλο τον κόσμο, προκειμένου να ενισχυθεί η εταιρική εικόνα, να εδραιωθεί η θέση της εταιρείας στην παγκόσμια αγορά προσελκύοντας νέο κοινό.

Επιπλέον, η στρατηγική επεκτείνεται στην ενεργοποίηση,

A. Πελατών που έχουν δηλώσει ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες της εταιρείας,

B. Παλαιών και επαναλαμβανόμενων πελατών μέσω loyalty clubs, newsletters και σταχυμένων διαφημίσεων.

Αυτός ο άξονας της στρατηγικής αποσκοπεί στη διατήρηση της σχέσης με τους υφιστάμενους πελάτες, την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και τη δημιουργία ενός δικτύου πελατών που θα επιστρέφουν και θα προτείνουν την εταιρεία σε τρίτους, συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στην αύξηση του τζίρου.

Συνολικά, αυτή η συνδυαστική προσέγγιση στο online marketing προσφέρει μια ολοκληρωμένη και δυναμική στρατηγική που αξιοποιεί τα δυνατά σημεία κάθε καναλιού και τεχνικής για την επίτευξη βέλτιστων αποτελεσμάτων, διασφαλίζοντας την αύξηση της επισκεψιμότητας, τη βελτίωση της αναγνωρισιμότητας του brand και τελικά την αύξηση των κρατήσεων και του τζίρου.

Link Building

Η δημιουργία συνεργειών με ιστότοπους μέσω της τεχνικής του link building και η συνεργασία με Forums, Blogs, ή άλλα σχετικά μέσα μαζικής ενημέρωσης και πλατφόρμες μπορούν να αυξήσουν την επισκεψιμότητα μέσω της αναφοράς και της προώθησης σε νέο κοινό.

Τα άρθρα σε τρίτα μέσα, που δεν έχουν σχέση με την εταιρεία, ενισχύουν τη δύναμη των εταιρικών website και δίνουν ώθηση στις μηχανές αναζήτησης. Είναι γραμμένα έτσι, ώστε να περιέχουν λέξεις κλειδιά και να «δείχνουν», αναλόγως τα website της εταιρείας.

Το αποτέλεσμα είναι η Google, Bing και άλλες μηχανές αναζήτησης να κατατάξουν τα website της εταιρείας ως σημαντικά και να τα εμφανίζουν στις πρώτες λίστες αναζητήσεων, σε πολύ σημαντικές λέξεις κλειδιά.

- Αυτή η ενέργεια δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια πιο μόνιμη προβολή των εταιρικών website. Στην ουσία δημιουργείτε ένα ισχυρό πλέγμα στήριξης, το οποίο, εάν ενισχύεται μόνιμα και σταθερά, χτίζει μία γερή βάση στις μηχανές αναζήτησης.

Πρόταση

Διαθέτουμε συνεργασία με πάνω από 3.000 website , υψηλής ποιότητας, σε όλο το κόσμο. Η λίστα μας, ανανεώνεται συνέχεια με νέα ποιοτικά websites και Blogs.

Η πρότασή μας, για το 2024, είναι να μπου σταδιακά, άρθρα σε websites και Blogs σύμφωνα με τα παρακάτω :

Αριθμός Website & Blogs : 170 – 210 websites, σε όλο το κόσμο.

Αριθμός συγγραφής άρθρων : 220 – 260 άρθρα.

Τελικός αριθμός Links : 300 – 550 links

Λέξεις Κλειδιά : 30 – 80 Λέξεις κλειδιά

Προτεινόμενο Budget : 30.000€

Το κόστος περιέχει, δημιουργία άρθρου(σχετικό με λέξεις κλειδιά), κόστος φιλοξενίας του άρθρου σε website – Blogs, επιμέλεια.

Πρόταση

Θεωρούμε ότι το Google Ads, είναι αναγκαίο, γιατί είναι και το μόνο που μπορεί να αποδώσει άμεσα. Ωστόσο, πρέπει να είναι στοχευμένο, σε λέξεις κλειδιά και σε ειδικό κοινό.

Η πρότασή μας, για το 2024 :

Αριθμός Χωρών. : 15 – 30 χώρες με την αναλογη γλώσσα.

Λέξεις κλειδιά : 40 – 80 Λέξεις κλειδιά

Μέσα προβολής : Εκτός της προβολής στη μηχανή αναζήτησης, θα γίνει και προβολή σε όλα τα μέσα προβολής και συνεργατών της Google, όπως Youtube, Gmail, κλπ.

Κοινό : Θα γίνει στόχευση σε κοινό ανάλογα του προφίλ των ξενοδοχείων της Aquila, αλλά και σε ήδη υπάρχον πελατολόγιο το οποίο θα ανβεί στη Google. + 100.000 στοχευμένων πελατών που έχουν περάσει από κριτήρια ως τουρίστες.

Προτεινόμενο Budget : 35.000€

Το κόστος περιέχει, δημιουργία δημοσιεύσεων, video editing, κείμενα, παρακολούθηση, επιμέλεια.

Google Ads

Οι συνεργάτες μας είναι πιστοποιημένοι, από τη Google, ωστόσο το ποιο σημαντικό είναι ότι η εμπειρία τους ξεκινάει, από τη στιγμή που ξεκίνησε να υπάρχει το Google Adwords, όπως ονομαζόταν τότε, και Google Ads τώρα.

Η εμπειρία μας λέει ότι πρέπει να εκμεταλλευόμαστε όλο το φάσμα των δυνατοτήτων και να δίνουμε έμφαση στις λέξεις κλειδιά που είναι σε ανودικές τάσεις, ανά επιχή και ανά χώρα, σύμφωνα με το Google Trade.

Οι καμπάνιες μας είναι, παγκόσμιου επιπέδου και ακολουθούν τις τάσεις, ανά χώρα, ανά γλώσσα και ανά γεωγραφικό χώρο.

Δεν υπάρχει εφησυχασμός, αντίθετως, υπάρχει συνεχής έλεγχος και προσαρμογή, σύμφωνα με τις τάσεις της στιγμής.

Γενικά

Η χρήση διαφημίσεων Pay-Per-Click, όπως το Google Ads, προσφέρει τη δυνατότητα στοχευμένης προσέλευσης επισκεπτών με βάση συγκεκριμένα κριτήρια και λέξεις-κλειδιά.

Αυτό επιτρέπει την άμεση αύξηση της επισκεψιμότητας από ποιοτικό κοινό που έχει ήδη εκδηλώσει ενδιαφέρον για παρόμοιες υπηρεσίες ή προϊόντα.

Η χρήση διαφημίσεων Google Ads στοχεύει στην άμεση προσέλκυση ενδιαφερόμενου κοινού μέσω καμπανιών.

Ο άμεσος στόχος είναι η υψηλή επισκεψιμότητα και αύξηση των πιθανών μετατροπών.

Πληρωμένες καταχωρήσεις & άρθρα

Θα εφαρμόσουμε μια δυναμική και αποδοτική στρατηγική για την προώθηση τηςAquila Hotels & Resorts με την υλοποίηση πληρωμένων άρθρων σε μεγάλα μέσα και online εφημερίδες παγκοσμίως.

Αυτή η προσέγγιση αναδεικνύει το brand και τις υπηρεσίες της Aquila σε ένα ευρύ και ποικιλόμορφο κοινό, ενισχύοντας την παγκόσμια παρουσία της, προσελκύοντας νέους πελάτες.

Η επιλογή των μέσων θα γίνει βάση αναγνωρισιμότητας, χώρας και αντικειμένου.

Πρόταση

Η πρώτη φάση της στρατηγικής περιλαμβάνει την επιλογή κορυφαίων μέσων ενημέρωσης και online εφημερίδων σε παγκόσμια κλίμακα, με σημαντική αναγνωσιμότητα και επιρροή στο κοινό. Η επιλογή βασίζεται στην έρευνα κοινού, στατιστικών δεδομένων και στην κατανόηση των αγορών-στόχων.

Τα άρθρα θα παρουσιάζουν τη μοναδικότητα της Aquila Hotels & Resorts, τις υπηρεσίες, τις παροχές και τις εμπειρίες που προσφέρει, καθώς και τις τοποθεσίες των ξενοδοχείων της, ενισχύοντας την εικόνα του brand και την επιθυμία για διαμονή.

Η πρότασή μας, για το 2024 :

Αριθμός Χωρών : 3 – 5 χώρες

Μέσα προβολής : Online Εφημερίδες , αναγνωρίσιμα θεματικά Blogs μεγάλης προβολής.

Κοινό : Κοινό υψηλού επιπέδου, με οικονομική επιφάνεια.

Προτεινόμενο Budget : 10.000€

Το κόστος περιέχει, δημιουργία δημοσιεύσεων, video editing, κείμενα, παρακολούθηση, επιμέλεια.

Πρόταση

Η καμπάνια σε WhatsApp και Viber, αποσκοπών να αναβαθμίσουν την εμπειρία των πελατών, καθιστώντας την πιο διαδραστική, προσωποποιημένη και ευχάριστη.

Στόχος μας είναι να δημιουργήσουμε μια βαθύτερη σχέση με τα μέλη, αναγνωρίζοντας και επιβραβεύοντας την πίστη τους στην Aquila Hotels & Resorts, ενώ παράλληλα ενισχύουμε την εταιρική εικόνα.

Η πρότασή μας, για το 2024 :

Στόχευση : Μέλη των Club Aquila

Μέσα προβολής : WhatsApp & Viber

Προτεινόμενο Budget : 2.000-4.000€

Το κόστος περιέχει, δημιουργία δημοσιεύσεων, video editing, κείμενα, παρακολούθηση, επιμέλεια.

Προσέγγιση αφοσιωμένων πελατών

Η ενέργεια αυτή, στοχεύει να αναδείξει την αξία της αφοσίωσης των πελατών μας, ενισχύοντας τη σχέση μας με τα μέλη του loyalty club μέσα από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες επικοινωνίας: το WhatsApp και το Viber. Η καμπάνια μας, με τίτλο "Προνόμια για εσάς", σχεδιάζεται για να προσφέρει μια προσωποποιημένη και άμεση εμπειρία, ενισχύοντας την αίσθηση της αποκλειστικότητας και της αναγνωρισης για κάθε μέλος.

Θα αποστέλλονται εξατομικευμένα μηνύματα που θα περιλαμβάνουν ειδικές προσφορές, πρωτιητικές ενέργειες, προκλήσεις σε αποκλειστικές εκδηλώσεις event happenings και προτροπή για να μας συστήσουν νέους πελάτες, έχοντας κέρδος πόντους.

Θα υπάρχει και αλληλεπίδραση με τη συμμετοχή των μελών μέσω διαγωνισμών και δημοσκοπήσεων που θα διεξάγονται αποκλειστικά μέσω WhatsApp και Viber.



Παράλληλες Ενέργειες

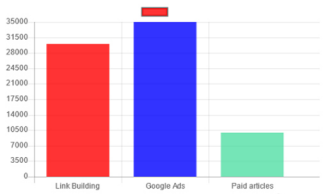
- **SEO onsite**
θα υπάρχει επιμέλεια για το SEO on-site (ή on-page SEO) της βελτιστοποίησης στοιχείων εντός των εταιρικών Websites, με στόχο τη βελτίωση της θέσης της στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης και την αύξηση του οργανικού της κοινού. Αυτή η διαδικασία εξαρτάται σε τεράστιο βαθμό, από την δημιουργία των NEDN εταιρικών Website της Aquila.
- **Google Contacts**
Το Google Contacts, είναι πλέον μια απαραίτητη εφαρμογή και δίνει άμεση πρόσβαση στους εν δυνάμει πελάτες, να ρωτήσουν και να λάβουν απαντήσεις θα ανοίξουμε σε όλα τα ξενοδοχεία τη λειτουργία του Google Contacts, τα οποία θα απαντάνε σε οι συνεργάτες μας. Εκτός και αν είναι κάποιο ειδικό θέμα που θα χρειάζεται απάντηση από το ίδιο τα ξενοδοχεία.
- Αυτό θα γίνει στο πρώτο στάδιο, ενώ στο δεύτερο στάδιο, θα πρέπει να μπου, στο κύκλο, των απαντήσεων, απευθείας οι «άνθρωποι» των ξενοδοχείων.
- **Στρατηγική προσέγγισης παλαιών πελατών**
θα μπουν στο «στόχατρο» της στρατηγικής, προσέγγιση των «αφοσιωμένων» πελατών, οι οποίοι είναι μέλη των Club της εταιρείας. Ξτενότερη επικοινωνία, «εμετάλευση» τους για προσέγγιση νέων πελατών, κ.π.α τα οποία θα αναλυθούν και θα προταθούν ως ενέργειες.
- **Στρατηγική χρησιμοποίησης ευχαριστημένων πελατών.**
Όλοι οι πελάτες που έχουν δηλώσει μέσω review, ότι είναι ευχαριστημένοι, θα αποτελούν «network point» και «εργαλείο προώθησης των ξενοδοχείων Aquila Hotels & Resorts.
Ο τρόπος και ο σχεδιασμός θα αναλυθεί εφόσον ξεκινήσει η συνεργασία μας.
- **Θεματικές καμπάνιες** - Πάσχα, Χριστούγεννα, Black Friday.
Σαφέστατα θα μπουν στο timeline και όλες οι γιορτές, Ελληνικές και Παγκοσμίου εμβέλειας όπως Πάσχα, Χριστούγεννα, αλλά και ημερομηνίες με έντονο εμπορικό ενδιαφέρον, όπως το Black Friday, όπου θα γίνει συντονισμός και επιμέλεια δράσεων.
- **«Ζωντανές Καμπάνιες με πελάτες», Reviews, Live Videos**
Μιντιακό Συντονιστικό υλικό, από πελάτες που θα ζητηθεί να παραμνηθεί στην Aquila Hotels & Resorts.

Stats

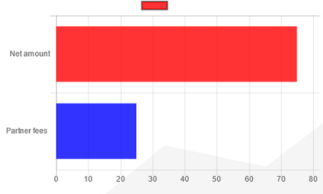
Strategy By the Numbers

Κόστος Στρατηγικής

Ενέργειες σύμφωνα με το Budget
Σύνολο 75.000



Αμοιβές συνεργατών 25%
Καθαρό ποσοστό μέσων 75%



Σημείωση : 2.000€ - 4.000€ θα δαπανηθούν σε καμπάνιες WhatsApp k Viber. Το timeline και η τελική δαπάνη θα οριστικοποιηθεί μετά τη μελέτη και το καθαρισμό του αριθμού των μελών των Club που διαβάθουν ένα από τα δύο app.
Το ποσό αυτό, είναι εξτρά, εκτός Budget.

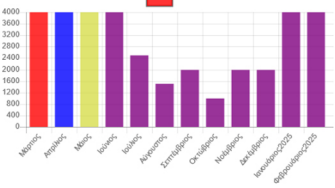
ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Τα χρονοδιαγράμματα βασίζονται στις τάσεις αναζήτησης, παγκοσμίως, που εμφανίζονται στο Google Trend για λέξεις κλειδιά όπως **HOTELS IN CRETE**

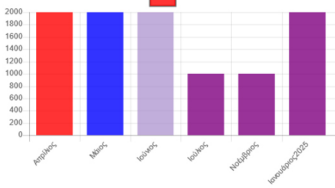
Ενδιαφέρον με την πάροδο του χρόνου



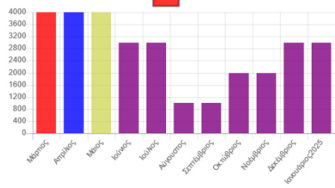
Χρονοδιάγραμμα προγράμματος Google Ads, σε €



Χρονοδιάγραμμα Καταχωρήσεων άρθρων, σε €



Χρονοδιάγραμμα Link Building, σε €



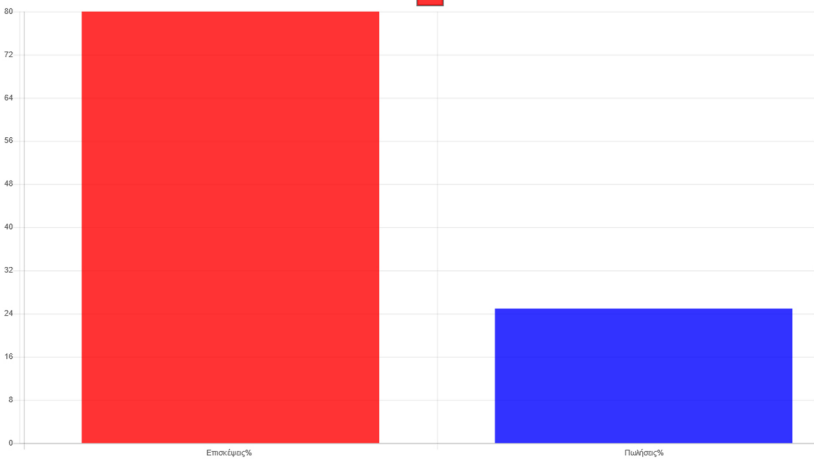
Ο κύριος στόχος είναι η αύξηση της επισκεψιμότητας με άμεση συνέπεια την αύξηση των κρατήσεων και του τζίρου.

2023 : +/- 290.000 ΕΠΙΣΚΕΦΕΙΣ
ΣΤΟΧΟΣ 2024 :
+500.000 ΕΠΙΣΚΕΦΕΙΣ
Πρόβλεψη πωλήσεων 2024 :
15% έως +25%

Παρατηρήσεις:

- Οι εκτιμήσεις, τόσο για επισκέψεις, όσο και για πωλήσεις, αφορούν όλο το δίκτυο των εταιρικών websites.
- Οι καμπάνιες θα είναι προσωποποιημένες, σύμφωνα με το προφίλ της κάθε ξενοδοχειακής μονάδας.
- Η μελέτη έχει ως προϋπόθεση ότι θα είναι σύντομα τα Νέα website online, ή τουλάχιστον το head.aquilahotels.com
- Κάθε μήνα θα υπάρχει συνοπτικό report και κάθε 2 μήνες αναλυτικό.
- Στο τέλος του κάθε μήνα θα βγαίνει ημερολόγιο πρόγραμμα για τον επόμενο μήνα.
- Το πρόγραμμα θα τηρείται σύμφωνα με τα χρονοδιαγράμματα, εφόσον δεν υπάρχουν ενστάσεις από πλευρά Aquila Hotels & Resorts.
- Το χρονοδιάγραμμα ή γενικά το πρόγραμμα μπορεί να αναπροσαρμόσει, οποιαδήποτε στιγμή, εφόσον οι καμπάνιες ή οι ενέργειες, δεν αποδώσουν τα αναμενόμενα.

Στόχος αύξησης Επισκέψεων 80%, σε σχέση με το 2023, επηρεάζοντας τις πωλήσεις, από 15% έως +25%



Timeline – Εκτέλεση

Η προετοιμασία και εφαρμογή θα είναι ως κάτωθι :

1. **GOOGLE Ads** - 25 - 30 εκάστου μήνα προετοιμασία νέες καμπάνιες και προσαρμογή σύμφωνα με τις τάσεις του Google Trend Αναλόγως προετοιμασία για λέξη κλειδιά.
- Εφαρμογή τον επόμενο μήνα.
2. **Εβδομαδιαίος Έλεγχος Google Ads** - Εάν χρειάζεται γίνεται αναπροσαρμογή ή βελτίωση των χαρακτηριστικών, όπως επιλογή κοινού, χωρών, κλπ. ή αν χρειαστεί δημιουργία για νέες καμπάνιες.
3. **Link Building** - 10 - 30 εκάστου μήνα δημιουργία νέων άρθρων με στόχευση σε συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά, καθώς επίσης και επιλογή websites και blogs που θα πρέπει να αναρτηθούν τον επόμενο μήνα.
4. **Πληρωμένα Post** σε παγκοσμίως εμβέλειας Μέσα - 20 - 30 εκάστου μήνα, επιλογή μέσου και μελέτη προβολής. Η προβολή θα γίνεται τον επόμενο μήνα.
5. **Analytics** 5 - 10 - 15 - 20 - 25 - 30 εκάστου μήνα έλεγχος ροής επισκέψεων και ενημέρωση εμπλεκόμενων συνεργατών.
6. **Reports** 28 - 30 εκάστου μήνα προετοιμασία και αποστολή αναφοράς.
Η αναφορά θα είναι εναλλάξ, ανά μήνα αναλυτική και συνοπτική.

EMD Success Stories



Το δίκτυο συνεργατών της EMD infotech επεκτείνεται σε 28 σημεία σε όλο τον κόσμο.

Αποτελείτε από έμπειρους προγραμματιστές, SEO specialists, copywriters, Social experts, Web designers, video and image editors, μηχανικούς ασφάλειας, etc.

Μερικοί από τους οποίους είναι :

Athens : Ζώης Σιάγκας, Γιάννης Γεωργίου, Βασίλης Βότας, Σταύρος Δασκαλάκης

Crete : Τέτα Στεφάνου, Σταύρος Παπαδημητρίου, Αντώνης Μανουσάκης

Nicosia : Αντρέας Κονναρής, Δέσπω Σωτηρίου, Παύλος Δημητρίου, Στέλα Κυπριανού.

London : Vish Khatri, Yasmin Delwour

Amsterdam : Simon Devan, Νίκος Γραψόπουλος

Berlin : Arek Akilli, Michele Lau

Munich : Nicholas Daddario

Paris : Arman Morin, Lauren Maier

Zurich : Alex Skordilis, Jack Egger

Bella Horizonte : Fernando Dilly, Bruno Mayder

São Paulo : Marcello Britto, Arlindo Figueira, Domingo Stavridis

Rio Grande Do Sul : Ghuilherme da Costa

Tokio : Nomura Nori

New York : Anne Eliopoulos

.....

Όροι και προϋποθέσεις

Για να φτάσουμε στους στόχους επισκέψεων και τζίρου :

A. Θα πρέπει να υπάρχουν διαθεσιμότητες δωματίων, εάν δεν υπάρχουν θα πρέπει να υπάρχει ενημέρωση.

B. Να δίνονται σαφής κατευθύνσεις και στοιχεία για τη πορεία των κρατήσεων, ώστε οι ενέργειες να αναπροσαρμόζονται ανάλογος.

Γ. Τα ξενοδοχεία να έχουν εύρυθμή λειτουργία και να περιοριστούν τα όποια αρνητικά σχόλια.

Δ. Να μην συντρέχουν εξωγενείς λόγοι όπως, πόλεμος, φυσικές καταστροφές, κλπ.

Σε οποιαδήποτε από της ποιο πάνω αιτίες, θα πρέπει να υπάρχει συντονισμός και αναπροσαρμογή της στρατηγικής.

- Οι αιτήσεις των επισκέψεων και του τζίρου, έχουν υπολογιστεί βάση των στοιχείων του Google Analytics

Σημείωση : Είναι πολύ σημαντικό να δημιουργηθούν νέα websites.