# Μάρκετινγκ Οινοτουρισμού και Εμπειρίες Επισκεπτών

Δρ. Ευάγγελος Χρήστου
Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ
Πανεπιστήμιο Αιγαίου

ebusinessforum UNIVERSITY OF THE AEGEAN

# Οινικός Τουρισμός

- Αποτελεί μορφή του πολιτιστικού τουρισμού
- Σχετίζεται γενικότερα με την γαστρονομία
- Το κρασί και το φαγητό είναι πολιτιστικοί πόροι, και τροφοδοτούν κοινωνικές ταυτότητες:
  - Μπορεί να είναι κερδοφόρος, όμως απαιτεί επαγγελματισμό, σχεδιασμό, και κατάλληλο μάρκετινγκ
  - Έχει πολύπλευρο χαρακτήρα
  - Δεν αποτελεί απλώς επίσκεψη οινοποιείων…

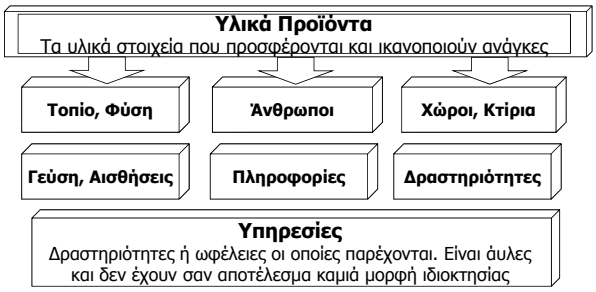
© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

# Ποιό είναι τελικά το προϊόν του Οινικού Τουρισμού;

Είναι Υπηρεσία;

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

# Προϊόν Οινοτουρισμού




© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

# Ωφέλειες Οινοτουριστικών Προϊόντων

Τι ωφέλειες προσδοκούν οι οινοτουρίστες;

Πως αλλάζουν οι προτιμήσεις και η καταναλωτική συμπεριφορά τους;

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

# Τι επιθυμούν οι οινοτουρίστες;

Να δοκιμάσουν κρασιά, φαγητά και άλλα τοπικά εδέσματα;



© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Τι επιθυμούν οι οινοτουρίστες;







Να επισκεφτούν οινοποιεία;

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Οινοτουριστικό Προϊόν

- Η προσδοκία των ωφελειών από τον οινοτουρισμό αποτελεί **όνειρα**
- Όλα τα οινοτουριστικά προϊόντα ταυτίζονται με **εμπειρίες**

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Τουριστικά Προϊόντα με Συναισθηματική Ταύτιση...




© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Τύποι Οινοτουριστών

- Φαινομενολογική κατηγοριοποίηση οινοτουριστικών **εμπειριών** (Hjalager, 2003):
  - Αυτοί που ενδιαφέρονται πρωτίστως για αναψυχή
  - Αυτοί που επιθυμούν να αποκλίνουν
  - Τουρίστες που πειραματίζονται
  - Υπαρξιακοί τουρίστες

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Τουρίστες Αναψυχής

- Οι πλέον συντηρητικοί:
  - Το φαγητό και το κρασί δεν είναι σημαντικά στις διακοπές
  - Δεν επιθυμούν να δοκιμάσουν νέα πράγματα ούτε νέες γεύσεις
  - Μεγαλύτερη σημασία έχει η διαδικασία και η ατμόσφαιρα του γεύματος και όχι το γεύμα καθαυτό
  - Νιώθουν άβολα στο οινοτουριστικό περιβάλλον…

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Τουρίστες Απόκλισης

- Θέλουν να ξεφύγουν από την ρουτίνα και την ταλαιπωρία της καθημερινής ζωής:
  - Το φαγητό και το κρασί στις διακοπές δεν πρέπει να είναι πηγή προβληματισμού και άγχους
  - Επιθυμούν μεγάλες ποσότητες από γνωστές γεύσεις σε λογικό κόστος
  - Μεγαλύτερη σημασία έχει η κοινωνικοποίηση μέσω του γεύματος και όχι το γεύμα καθαυτό…

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Τουρίστες Πειραματιστές

- Η διατροφή συμβολίζει τον τρόπο ζωής τους (lifestyle):
  - Ψάχνουν ενεργά «επώνυμα» εστιατόρια, κρασιά, ποτά, κλπ.
  - Επιθυμούν να δοκιμάσουν νέες γεύσεις και νέες εμπειρίες
  - Η διατροφή και το κρασί είναι στοιχείο της προσωπικότητάς τους
  - Μόδα και ποιότητα, η οποία εκφράζει τον τρόπο ζωής τους…

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Υπαρξιακοί Τουρίστες

- Ενεργά επιζητούν διάφορες οινικές και γαστρονομικές εμπειρίες και θέλουν να μαθαίνουν:
  - Το φαγητό και το κρασί είναι σημαντικά και συχνά σημεία αναφοράς στις διακοπές
  - Δεν ψάχνουν απλώς νέες γεύσεις, αλλά το «αυθεντικό»
  - Παρουσιάζουν υψηλή ανάμιξη με το προϊόν – είναι οι ιδανικοί οινοτουρίστες!

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Υπαρξιακοί Τουρίστες

- Αναγκαίο το Μάρκετινγκ Εμπειριών:
  - Συχνά ταξιδεύουν μόνοι τους
  - Συλλέγουν πληροφορίες πριν, κατά, και μετά την επίσκεψη
  - Ξοδεύουν σημαντικά ποσά
  - Επιζητούν ολιστική εμπειρία
  - Επηρεάζουν άλλους
  - Ο οινοτουρισμός μπορεί να είναι αυτοσκοπός, αλλά η εμπειρία τους επηρεάζεται από όλα τα στοιχεία του τουριστικού προορισμού!

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Εμπειρίες & Νέες Τεχνολογίες

**Οι Νέες Τεχνολογίες:**

**Ενισχύουν, βελτιώνουν και αναδεικνύουν τις εμπειρίες (Επικουρική Δράση)**

**Δημιουργούν νέες εμπειρίες (Αυτόνομη ή Συμπληρωματική Δράση)**

**Αποτελούν τμήμα του τουριστικού προϊόντος (Ολιστική Προσέγγιση)**

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

## Εμπειρίες & Νέες Τεχνολογίες

Δημιουργία ατομικού προϊόντος

Ανάπτυξη και διατήρηση στενής σχέσης

Ικανοποίηση πελατών-τουριστών

Ζήσε την στιγμή!

Έχουν μεταβληθεί τα δεδομένα…

© Ευάγγελος Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

ψηφιακήΕλλάδα

# Σας ευχαριστώ!

Δρ. Ευάγγελος Χρήστου
(e.christou@aegean.gr)

ebusinessforum UNIVERSITY OF THE AEGEAN