

Ομιλία της Διευθύνουσας Συμβούλου της Marketing Greece, κας Ιωάννας Δρέττα στην Κλειστή Συνεδρίαση της 27^{ης} Γενικής Συνέλευσης ΣΕΤΕ

Αθήνα, 6 Ιουνίου 2019

Αγαπητά Μέλη του ΣΕΤΕ,
Κυρίες και κύριοι,

Έχω την ιδιαίτερη τιμή να εκπροσωπώ και φέτος την Marketing Greece, και να βρίσκομαι σήμερα εδώ, ανάμεσα στους σημαντικούς ανθρώπους του επιχειρηματικού κόσμου της ελληνικής τουριστικής κοινότητας.

Μια σημαντική ημέρα για τον ελληνικό τουρισμό, μια σημαντική ημέρα για την ελληνική επιχειρηματικότητα και την οικονομία της χώρας.

Γιατί για μια ακόμα χρονιά, αποδείχθηκε περίτρανα ότι ο τουρισμός αποτελεί τον ισχυρό πυλώνα της πολλαπλά τραυματισμένης ελληνικής οικονομίας.

Τον στυλοβάτη της κοινωνικής συνοχής στην ελληνική περιφέρεια.

Αποδείχθηκε ότι αποτελεί μια **μοναδική αξία για την ελληνική κοινωνία**.

Αισθάνομαι ιδιαίτερα περήφανη – και μιλάω εξ' ονόματος μιας σπουδαίας ομάδας συνεργατών - για όσα πετύχαμε, για όσα δημιουργήσαμε τη φετινή χρονιά...

Μια νέα, δυναμική, σύγχρονη εικόνα για τη χώρα μας ως ιδανικό, μοναδικό τουριστικό προορισμό. Προπαντός, αποδείξαμε και πάλι ότι κάνουμε πράξη το στόχο των συνεργειών για την ανάπτυξη του κλάδου μας.

Ενός κλάδου, που όλοι γνωρίζουμε, είναι υπόθεση των πολλών.

Για να πάει μπροστά απαιτεί ομαδικότητα.

Συνθέσεις.

Διάχυση ωφελειών.

Τον φορέα μας τον γνωρίζετε πολύ καλά γιατί εσείς είστε οι αιμοδότες του.

Από το 2013, χρονιά ίδρυσης της Marketing Greece, στόχος μας ήταν και είναι να σχεδιάζουμε δράσεις που υποστηρίζουν την ενιαία εθνική στρατηγική προώθησης του τουριστικού προϊόντος

...

Πάντοτε, επιδιώκοντας τις μέγιστες δυνατές συνέργειες.

Η χρηματοδότησή μας προέρχεται 100% από ιδιωτικούς πόρους.

Βασική μας προτεραιότητα από την πρώτη στιγμή της ύπαρξής μας ήταν και είναι η ανάδειξη των ποιοτικών χαρακτηριστικών του ελληνικού τουρισμού.

Να αναδείξουμε την φωτεινή, την ελκυστική Ελλάδα.

Επιδιώξή μας πίσω από αυτό, να προσεγγίσουμε όλο και περισσότερους επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου ...

Να επεκτείνουμε την τουριστική περίοδο και να βάλουμε στο φάσμα των ελκυστικών προορισμών ακόμα περισσότερα μέρη της Ελλάδας.

Πιστεύω ότι καταφέραμε όλα αυτά τα χρόνια να βρισκόμαστε κοντά στους στόχους μας.

Γιατί επενδύουμε στην ομαδική δουλειά, την καινοτομία, αλλά και σε νέες ιδέες που παρουσιάζουν τον ελληνικό τουρισμό σαν εμπειρία ζωής, σαν ένα μοναδικό και αξέχαστο βίωμα.

Με άλλα λόγια, «διαβάζουμε» τις ανάγκες της αγοράς και μπαίνουμε με τις καμπάνιες μας σε έναν «διάλογο» που παρασύρει τον δυνητικό επισκέπτη και τον προκαλεί να επισκεφθεί τη χώρα μας.

Πιστεύω ότι με τη δουλειά που κάνουμε και με το σύγχρονο marketing plan που έχουμε καταρτίσει, πράγματι δίνουμε προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν.

Και πιστεύω ακόμα, ότι με την εξάπλωση των δράσεων επικοινωνίας και προβολής σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορούμε να απευθυνόμαστε καλύτερα και πιο άμεσα σε ακόμα περισσότερα κοινά.

Ο παγκόσμιος και φυσικά ο ελληνικός τουρισμός αλλάζει διαρκώς.

Και μαζί, αλλάζουμε και εμείς ...

Γινόμαστε ακόμα περισσότερο εξωστρεφείς, δυναμικοί, σύγχρονοι ...

Έτοιμοι, να ανακαλύψουμε τις νέες τάσεις, τα νέα ζητούμενα που διαμορφώνονται στην παγκόσμια αγορά.

Κυρίες και κύριοι,

Στο σημείο αυτό επιτρέψτε μου να σας παρουσιάσω τα αποτελέσματα από τους **τέσσερις στρατηγικούς άξονες** της δράσης μας για το 2018/19.

Κινηθήκαμε στοχευμένα και μεθοδικά, πρώτα απ'όλα γύρω από τον άξονα **της καινοτομίας και της πρωτοτυπίας**.

Να αναφέρω χαρακτηριστικά δύο παραδείγματα:

Στο κομμάτι της καινοτομίας: το Wanderlust Greece είναι το πρώτο digital travel show της Ελλάδας, που «βγήκε» στο δρόμο ...

Κατέγραψε εικόνες και τοπία, έδειξε στιγμές που μπορεί να βιώσει ο επισκέπτης στη χώρα μας και αποκάλυψε μια νέα, φρέσκια, ελκυστική πλευρά των προορισμών μας.

Η καμπάνια αυτή προέκυψε από την έμφυτη απαίτηση και ανάγκη του ίδιου του destination marketing για συνεχή, ολοκληρωμένη και ενημερωμένη σύμφωνα με τα διεθνή trends προσέγγιση της προώθησης και προβολής του τουριστικού προϊόντος.

Τι ακριβώς συμβαίνει σε αυτή την καμπάνια;

Με σύγχρονο τρόπο κινηματογράφησης η Πελοπόννησος, η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, η Εύβοια, η Σκύρος, η Κρήτη και τα νησιά του Βορείου Αιγαίου πρωταγωνιστούν στο timeline των Social Media του discovergreece.com.

Με αυτό τον τρόπο, καταφέρνουν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του ταξιδιωτικού κοινού, αναδεικνύοντας το localhood experience που μπορεί να βιώσει ο επισκέπτης στους επιμέρους προορισμούς.

Παράλληλα, η Marketing Greece μέσα από την Wanderlust Greece, δημιουργεί πλούσιο περιεχόμενο ανά προορισμό, το οποίο και διαθέτει δωρεάν προς αξιοποίηση στις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις και τοπικούς φορείς για ενέργειες προβολής και προώθησης του εκάστοτε προορισμού.

Επόμενο παράδειγμα, αναφορικά με την πρωτοτυπία στην οποία επενδύσαμε ακόμα περισσότερο φέτος, κάτι για το οποίο όλοι και όλες είμαστε υπερήφανοι...

το μικρό μας «θαύμα», ένα έργο για το οποίο δε σταματώ να ευχαριστώ όλους τους συντελεστές αυτής της ιστορίας, που δούλεψαν σκληρά για να βγει αυτό το αποτέλεσμα ...

μια δουλειά ομαδική, βασισμένη στο όραμα ότι η τουριστική εμπειρία στη χώρα μας είναι ένα μοναδικό βίωμα για τον επισκέπτη.

Μιλώ για την καμπάνια Oh My Greece - Unlock the feeling.

Η πρωτοτυπία της καμπάνιας έγκειται στο ότι δε σταθήκαμε στα αυτονόητα συγκριτικά πλεονεκτήματα του προϊόντος με το brand name Ελλάδα.

Στηριχθήκαμε στο συναίσθημα που αυτά δημιουργούν.

Και τονίσαμε αυτό στο οποίο δεν έχει δοθεί ποτέ στο παρελθόν τόση έμφαση:

στο συναίσθημα που γεννά η επαφή με τους ανθρώπους.

Η σχέση με τους ντόπιους.

Η εγγύτητα και η οικειότητα.

Ουσιαστικά συνθέσαμε την εικόνα ενός ανθρωποκεντρικού, οικείου προϊόντος.

Δείξαμε, ότι η φιλοξενία δεν είναι μόνο η ποιότητα της διαμονής.

Είναι και η εγκαρδιότητα των ανθρώπων που υποδέχονται τον επισκέπτη, η ευκολία της επαφής, η αμεσότητα, η εξωστρέφεια, το χαμόγελο.

Να τονίσω, ότι η καμπάνια μας βρήκε πολύ γρήγορα τεράστια ανταπόκριση: τις πρώτες πέντε ημέρες ήδη το βίντεό μας στα κοινωνικά δίκτυα και χωρίς καμία παραπάνω υποστήριξη από διαφημιστική δαπάνη είχε περισσότερα από 2εκ προβολές.

Και φυσικά, θα ήθελα και πάλι να επισημάνω και να ευχαριστήσω τη μεγάλη συμμαχία του ιδιωτικού τομέα, που συμμετείχε στο fundraising και χρηματοδότησε στο σύνολό της την καμπάνια.

Προσθέτω στο σημείο αυτό το χρυσό βραβείο στα Tourism Awards 2019 στην κατηγορία Digital Tourism, και ειδικότερα στη θεματική Video Content, για το σύνολο της στρατηγικής video περιεχομένου του discovergreece.com.

Θα ήθελα να επαναλάβω με έμφαση ότι πιστεύω πολύ στις στρατηγικές επιλογές που κάναμε για να δείξουμε αυτή ακριβώς την εμπειρία προορισμού που θα «μιλήσει» στην ψυχή του επισκέπτη. Ακολουθήσαμε τις διεθνείς τάσεις και μείναμε πιστοί σε μια λιτή, σύγχρονη και ανθρώπινη αισθητική.

Με αυτή την αισθητική, με αυτή την στρατηγική στόχευση θα συνεχίσουμε να κινούμαστε και στο μέλλον.

Επόμενος άξονας δράσης μας, κυρίες και κύριοι, η **εξωστρέφεια**.

Επανασχεδιάσαμε την ιστοσελίδα μας με κεντρικό μήνυμα «Συμμαχία για τον Ελληνικό Τουρισμό». Στόχος μας, να παρουσιαστούμε ξανά στον κόσμο, αναδεικνύοντας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τη φιλοσοφία και το όραμά μας.

Έτσι, σε ένα σύγχρονο, εύχρηστο και φιλικό ψηφιακό περιβάλλον, το κοινό έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί για τις δράσεις της εταιρείας, να διαβάσει τα νέα και τις ανακοινώσεις, να γνωρίσει τις καμπάνιες μας.

Παράλληλα, αυξήσαμε ακόμα περισσότερο την ψηφιακή μας παρουσία στα κοινωνικά μέσα.

Για ότι ενέργεια και δράση πραγματοποιούμε, κρατάμε το κοινό ενημερωμένο, αναδεικνύουμε διεθνείς τάσεις και έρευνες, προωθούμε θέσεις και απόψεις της Marketing Greece για τομείς συνδεδεμένους με τον τουρισμό, όπως ο πολιτισμός και το περιβάλλον.

Ταυτόχρονα, ενημερώνουμε τακτικά και συστηματικά τα μέσα, τόσο σε πανελλαδικό όσο και σε τοπικό επίπεδο για τις ενέργειες και για τους στρατηγικούς μας στόχους, ενώ συμμετέχουμε σε εκδηλώσεις, workshops και ημερίδες με σκοπό να αναδείξουμε και να προωθήσουμε τη συμβολή της Marketing Greece – και ολόκληρου του δικτύου συνεργειών της - στην τουριστική ανάπτυξη. Και δεν σταματάμε εδώ ...

Παράλληλα, επανασχεδιάζουμε το discovergreece.com, τη μεγαλύτερη travel πλατφόρμα της Ελλάδας, με περισσότερα από 5εκ sessions το 2018, που καλύπτει το σύνολο της χώρας και όλο το εύρος των τουριστικών προϊόντων σε 7 γλώσσες.

Το νέο discovergreece.com που θα είναι στον αέρα πριν το τέλος του χρόνου, θα ενσωματώνει στο σχεδιασμό του τις σύγχρονες καλές πρακτικές τόσο σε επίπεδο περιεχομένου όσο και λειτουργικότητας.

Οι εμπειρίες, με τα διαφορετικά χαρακτηριστικά τους, θα αποτελούν το κέντρο βάρους της προβολής των προορισμών.

Τέλος, συνεχίζουμε με το λανσάρισμα μίας crowdsourcing καμπάνιας στο ευρύ κοινό, στην Ελλάδα, για τον εμπλουτισμό της αυθεντικής εμπειρίας.

Πως δηλαδή βιώνει αυτή τη μοναδική εμπειρία, ένας ντόπιος ...

Με αυτόν τον τρόπο, στοχεύουμε, τόσο την ανάδειξη της τοπικής τουριστικής ταυτότητας, όσο και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας της εταιρείας μας.

Να γίνουμε δηλαδή, το κεντρικό σημείο αναφοράς για όλα τα θέματα προβολής του τουρισμού.

Κυρίες και Κύριοι,

Οι **συνέργειες – συνεργασίες - συμπράξεις** είναι υπαρκτικός στόχος και θεμέλιος λίθος του οράματός μας.

Είναι ο τρίτος, θεμελιώδης άξονας δράσης μας.

Με πολύ μεγάλη χαρά βλέπω τον κατάλογο των συνεργατών μας να αυξάνεται και με ιδιαίτερη περηφάνια συνεχίζει η Marketing Greece το έργο της ως εταιρικό μέλος του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ.

Γιατί η διασύνδεση πολιτισμού - τουρισμού είναι αδιαμφισβήτητη.

Και γιατί η ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος οφείλει να αποτελεί κεντρική προτεραιότητα όλων των φορέων που δουλεύουμε για έναν ποιοτικό τουρισμό.

Εμείς οφείλουμε να είμαστε αποφασιστικοί, αισιόδοξοι και προετοιμασμένοι για να πετύχουμε τους φιλόδοξους στόχους μας.

Κυρίες και κύριοι,

θα το ξαναπώ γιατί το πιστεύω ακράδαντα.

Επενδύουμε έμπρακτα στις **συνέργειες**.

Το συγκριτικό μας πλεονέκτημα είναι πως χτίζουμε συνεργασίες με συμμετέχοντες πολλούς και διαφορετικούς stakeholders.

Στο τραπέζι μας κάθονται όλοι: τοπική αυτοδιοίκηση, ιδιώτες, συλλογικές οργανώσεις.

Και είναι αυτή η πολυσυλλεκτικότητα και διαφορετικότητα των συνεργειών μας ένα ακλόνητο στοιχείο εξωστρέφειας και ανοίγματος στην κοινωνία.

Η ίδια η ύπαρξή μας είναι ανοιχτή και εξωστρεφής.

Κλείνω με τον τελευταίο άξονα γύρω από τον οποίο υλοποιούμε τη φετινή χρονιά στις δράσεις μας: το **διαμοιρασμό τεχνογνωσίας**.

Για εμάς η κουλτούρα των συνεργασιών, του διαμοιρασμού της γνώσης και των ιδεών είναι στρατηγική επιλογή ζωτικής σημασίας.

Είναι και αυτή γραμμένη στον γενετικό μας κώδικα.

Λόγος και αιτία ύπαρξης για μια εταιρία που θέλει να πρωτοπορεί.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα εφαρμογής του διαμοιρασμού της τεχνογνωσίας είναι και η στρατηγική μας συνεργασία με την Eurobank.

Με στόχο να προσφέρουμε εκτενή και πρακτική γνώση στο Digital Marketing, υποστηρίζουμε τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού.

Με αυτόν τον τρόπο ενισχύουν την εξωστρέφεια τους, μέσα από την υλοποίηση εκπαιδευτικών ημερίδων αποκλειστικά για τουριστικές επιχειρήσεις.

Αφιερωμένες στη δυναμική του Digital Marketing, οι εκπαιδευτικές ημερίδες δίνουν έμφαση στις αυξημένες απαιτήσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

Αναλύουν τεχνικές, εργαλεία, τις πιο σύγχρονες στρατηγικές του digital marketing, αναδεικνύοντας παράλληλα την αξία του content.

Κλείνοντας, επιτρέψτε μου να κάνω μια ακόμα αναφορά στην καμπάνια OhMyGreece - Unlock the Feeling.

Και αυτό, γιατί ως παράδειγμα, συμπυκνώνει όχι μόνο την φιλοσοφία μας σαν εταιρία, αλλά φωτίζει και τον δρόμο που θα ακολουθήσουμε στο μέλλον.

Θελήσαμε, μαζί με την ομάδα συνεργατών μας, να φτιάξουμε μια εικόνα που όλοι όσοι έχουν επισκεφθεί την Ελλάδα θα μπορούν να πουν «Ναι, αυτό το συναίσθημα το έζησα και ήταν απίστευτο!».

Από την άλλη όσοι δεν την έχουν επισκεφθεί, να μπουν στη διαδικασία παρασυρμένοι από τις υπέροχες εικόνες και τους ήχους του ελληνικού καλοκαιριού να το σκεφθούν, να το συζητήσουν, να το προγραμματίσουν.

Δεν έχω ξαναιώσει τέτοια σιγουριά για το αποτέλεσμα.

Δεν έχω ξαναδεί τέτοια ομάδα, με τόσο πάθος, και τόση βεβαιότητα...

Δεν έχω συναντήσει τόσο μεγάλη διάθεση για συμμετοχή.

Η ανταπόκριση μας δικαιώνει.

Δικαιώνει τη φιλοσοφία μας.

Τη δομή μας.

Την ιεράρχηση στρατηγικών στόχων που με επαγγελματισμό και γνώση της αγοράς επιχειρούμε.

Το δίκτυο συνεργειών μας και την ομαδικότητα στον τρόπο δουλειάς μας.

Όλα αυτά μαζί με τη δημιουργικότητα και την έμπνευση της ομάδας μας οδήγησαν στο OhMyGreece.

Μια καμπάνια πληθωρική, εξωστρεφή και αισιόδοξη.

Ακριβώς όπως είναι η Marketing Greece.

Η δουλειά συνεχίζεται.

Σε αυτό το μοτίβο.

Οι στόχοι αυξάνονται.

Γίνονται πιο απαιτητικοί.
Το όραμά μας βαθαίνει.

Είμαστε φιλόδοξοι, οραματιστές αλλά και ρεαλιστές παράλληλα.
Εδώ, ενώπιον όσων εκπροσωπούν τον ελληνικό τουρισμό, θέλω να πω, ότι συνεχίζουμε ακάθεκτοι.
Συμπληρωματικά και ομαδικά, συνεχίζουμε να εργαζόμαστε για να εξελίσσουμε τον ελληνικό τουρισμό, να του προσφέρουμε την ανταγωνιστική και σύγχρονη προβολή που αξίζει να έχει, να διεισδύουμε με αξιώσεις σε υπάρχουσες αλλά και νέες, αναδυόμενες αγορές.

Καλή και δημιουργική συνέχεια στην πορεία και τη συνεργασία όλων μας.

Σας ευχαριστώ πολύ!

Ιωάννα Δρέττα
Διευθύνουσα Σύμβουλος MARKETING GREECE