



TouristHub

Συνάθροιση και Παροχή Ολοκληρωμένων Τουριστικών
και Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών

Διαχείριση έργου, Συντονισμός εταίρων & Επικοινωνία αποτελεσμάτων έργου

Δαμιανός Γαβαλάς



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΙΓΑΙΟΥ



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης

ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Θέματα διαχείρισης έργου

Διάφορα θέματα

- Διάρκεια έργου: **28/6/2018 – 27/12/2020** (30 μήνες)
- Χρονοδιάγραμμα:
 - Υπάρχει μια (σχεδόν) τρίμηνη καθυστέρηση
 - Αύγουστος, καθυστέρηση στον ορισμό χειριστών έργου και εν γένει στην έναρξη του έργου, εκκρεμή ερωτήματα ως προς συμβάσεις, ...
- Η ΕΕ λήγει το M6
 - Δυσκολία στην απορρόφηση του π/υ της
 - Διερεύνηση δυνατότητας υποβολής αιτήματος παράτασης για την ΕΕ1 (ίσως είναι εφικτό, χωρίς παράταση, να συνάψουμε συμβάσεις στην ΕΕ1 που θα λήξουν μετά την επίσημη ημ/νία λήξης της).
- Καθυστέρηση στο φυσικό αντικείμενο
 - Ενδεικτικά: Π1.1 (M3), Π1.2 (M3), Π1.3 (M3), Π1.4 (M4), Π2.1 (M4)

Διάφορα θέματα

- Αμοιβές/ rates
 - Έχουν γίνει λάθη στο τεχνικό δελτίο (ιδίως για τους ακαδημαϊκούς φορείς)
 - Πιθανότατα θα απαιτηθεί αναπροσαρμογή rates / αμοιβών λόγω περιορισμών από τους ΕΛΚΕ. Έχει αποσταλεί ερώτημα στην ΕΥΔΕ-ΕΤΑΚ για τον ενδεδειγμένο τρόπο χειρισμού ώστε να απορροφηθούν τα εγκεκριμένα ποσά.
- Εκκρεμεί απάντηση για τη δυνατότητα χορήγησης υποτροφιών.
- Συμβάσεις: Αναλυτικές πληροφορίες για το κανονιστικό πλαίσιο απασχόλησης προσωπικού και τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν υπάρχουν στο έντυπο «Δικαιολογητικά για την Επαλήθευση Δαπανών (σελ. 3-5).
- [http://www.eyde-etak.gr/ContentManagement/Files/ContentFiles518/DIKAIOLOGHTIK A%20GIA%20EPALHUEYSH@2018.pdf](http://www.eyde-etak.gr/ContentManagement/Files/ContentFiles518/DIKAIOLOGHTIKA%20GIA%20EPALHUEYSH@2018.pdf)

Τροποποιήσεις τεχνικού δελτίου

- Ήσσονος σημασίας τροποποιήσεις θα γίνονται μέσω ΠΣΚΣ
- Φαίνεται πως θα μπορούμε να:
 - Αυξήσουμε το σύνολο των Α/Μ κάθε φορά έως και 25% (αυτό θα μας επιτρέψει να διορθώσουμε αστοχίες με υψηλά rates ή να μεταφέρουμε ανθρωποπροσπάθεια σε συνεργάτες με λιγότερα τυπικά προσόντα, άρα μικρότερο rate)
 - Να αυξομειώσουμε έως και 25% τον π/υ κάθε κατηγορίας δαπάνης (π.χ. το 25% των δαπανών μετακινήσεων να γίνουν αμοιβές προσωπικού)
 - Να μεταφέρουμε π/υ μεταξύ ΕΕ (π.χ το 25% του π/υ της ΕΕ1 να μεταφερθεί στην ΕΕ2).

Παρακολούθηση και έλεγχος του έργου

- Για την παρακολούθηση της προόδου του έργου και την εκταμίευση των δόσεων οι δικαιούχοι υποβάλλουν αιτήματα πιστοποίησης επαλήθευσης δαπανών μέσω του ΠΣΚΕ (Βλ. Ι.1.11.2 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΕΡΓΩΝ – ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΕΙΣ, σελ. 45-47 Αναλυτικής Πρόσκλησης).
- Κάθε αίτημα επαλήθευσης – πιστοποίησης δαπανών αφορά σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και στις δαπάνες που πραγματοποίησε ο δικαιούχος σε αυτό και **συνοδεύεται από τα απαιτούμενα δικαιολογητικά**, όπως αυτά καθορίζονται στο Παράρτημα VI «Κανόνες Επιλεξιμότητας & Δικαιολογητικά για την Επαλήθευση Δαπανών» της Αναλυτικής Πρόσκλησης.
- Κάθε αίτημα επαλήθευσης – πιστοποίησης δαπανών **συνοδεύεται από έκθεση προόδου του φυσικού αντικείμενου** και τα προβλεπόμενα για την ελεγχόμενη χρονική περίοδο ολοκληρωθέντα παραδοτέα.

Παρακολούθηση και έλεγχος του έργου

Στο πλαίσιο της υλοποίησης κάθε έργου είναι δυνατόν να υποβληθούν:

- **Αιτήματα ενδιάμεσης επαλήθευσης – πιστοποίησης δαπανών.** Υποχρεωτικά αιτήματα έργου. Υποβάλλονται από τους δικαιούχους υποχρεωτικά δύο αιτήματα, σε επίπεδο έργου και σε ετήσια βάση. Το πρώτο αίτημα υποβάλλεται υποχρεωτικά μέχρι τη συμπλήρωση δώδεκα (12) μηνών και το δεύτερο μέχρι τη συμπλήρωση είκοσι τεσσάρων (24) μηνών από την έναρξη της υλοποίησης του έργου.
- **Προαιρετικά αιτήματα δικαιούχων.** Υποβάλλονται προαιρετικά από δικαιούχους των έργων, αφορούν χρονικό διάστημα έξι (6) μηνών και επομένως είναι μέχρι τρία. Το πρώτο προαιρετικό αίτημα δύναται να υποβληθεί με τη συμπλήρωση έξι (6) μηνών, το δεύτερο με τη συμπλήρωση δέκα οκτώ (18) μηνών και το τρίτο με τη συμπλήρωση τριάντα (30) μηνών από την έναρξη της υλοποίησης του έργου. Με βάση τα αιτήματα ενδιάμεσης επαλήθευσης (υποχρεωτικά ή προαιρετικά) και μετά την έγκριση της υποβληθείσας από το αρμόδιο όργανο έκθεσης επαλήθευσης προωθείται η εκταμίευση των ενδιάμεσων δόσεων της δημόσιας χρηματοδότησης.
- **Αίτημα τελικής επαλήθευσης – πιστοποίησης δαπανών.** Υποβάλλεται το αργότερο εντός ενός (1) μηνός από τη λήξη της εγκεκριμένης χρονικής διάρκειας υλοποίησης του έργου. Έχει ως στόχο την πιστοποίηση της ολοκλήρωσης του φυσικού αντικείμενου, την οριστικοποίηση του τελικού προϋπολογισμού του έργου και της αντίστοιχης δημόσιας χρηματοδότησης και την επιβεβαίωση της τήρησης των όρων της Απόφασης ένταξης.

Τα αιτήματα επαλήθευσης – πιστοποίησης δαπανών υποβάλλονται από το Συντονιστή.

Παρακολούθηση και έλεγχος του έργου

- Υποβάλουμε αίτημα πιστοποίησης (έχοντας ανεβάσει παραδοτέα και παραστατικά δαπανών κάθε φορέα), χοντρικά, μια φορά το χρόνο.
- Ο έλεγχος γίνεται είτε στην έδρα του συντονιστή φορέα είτε Αθήνα (ίσως στο τέλος να βολέψει να γίνει Κρήτη ή Κυκλάδες για να ελέγξουν τις εφαρμογές on-site).
- Παρόντες (πλην του συντονιστή) και εκπρόσωποι των φορέων.
 - Μάλλον, θα πρέπει να οργανώνουμε και ένα project meeting την παραμονή, επί τη ευκαιρία.
- 2 ελεγκτές του οικονομικού αντικειμένου και 2 ελεγκτές του φυσικού αντικειμένου (θα κοιτάζουν τα παραδοτέα και τις υπηρεσίες / εφαρμογές).
- Φροντίζουμε να έχουμε τακτοποιημένο το φάκελο του έργου
 - δεν είναι σπάνιο να απορρίπτουν δαπάνες!

Μετακινήσεις

- Για να καλυφθούν τα έξοδα μετακίνησης μελών των ομάδων έργου απαιτείται σύμβαση
 - Προσοχή: να κρατούνται τα απαραίτητα παραστατικά
 - Μελετήστε προσεκτικά τον οδηγό για τις μετακινήσεις στον οδηγό εφαρμογής του έργου

“

Θέματα συντονισμού (ομάδων) έργου

Θέματα συντονισμού (ομάδων) έργου

- **Συντονιστής φορέας:** ΠΑ-ΤΜΣΠΣ
- Τεχνικός συντονιστής και επιστημονικός υπεύθυνος (με συνολική ευθύνη συντονισμού του έργου): Δ. Γαβαλάς
- Το έργο διαρθρώνεται σε **Ενότητες Εργασίας (ΕΕx)** και **Ενέργειες (Ex.y)**
 - Οι ενέργειες έχουν ως αποτέλεσμα ένα ή περισσότερα **Παραδοτέα (Πx.y)**
 - Για κάθε ΕΕ αλλά και για κάθε Παραδοτέο υπάρχει κάποιος συντονιστής φορέας (βλ. συμφωνητικό συνεργασίας)

Συναντήσεις ομάδων έργου

- Project meetings
 - ~ Κάθε 6μηνο (?)
 - Ίσως κάποια να συνδυαστούν με τον έλεγχο του έργου από τη διαχειριστική (project review meetings)
- Telcos (Skype, ...)
 - Σε τακτικά διαστήματα, με απαραίτητη τη συμμετοχή μελών των ομάδων ανάπτυξης
 - Η ημερομηνία / ώρα θα αποφασίζεται από doodle (θα αρκεί να υπάρχει τουλάχιστον ένας εκπρόσωπος ανά φορέα)
- Working meetings
 - Επισκέψεις μελών κάποιας ομάδας έργου στην έδρα άλλου φορέα για καλύτερο συντονισμό και επιτάχυνση της ανάπτυξης (και ολοκλήρωσης) της πλατφόρμας

Πρακτικά (minutes)

- Τα κυριότερα θέματα που συζητήθηκαν και αποφασίστηκαν σε κάθε project meeting ή telco θα καταγράφονται στα πρακτικά (minutes) της συνάντησης
- Όταν σταλούν τα πρακτικά προς όλους, ενημερώνεται ο συντονιστής για τυχόν ενστάσεις
- Οι αποφάσεις που καταγράφονται στα πρακτικά θεωρούνται δεσμευτικές για όλους τους φορείς

Mailing (email) lists

- Όλα τα μέλη των ομάδων έργου όλων των φορέων
 - touristhub@aegean.gr (?)
- Επικεφαλείς των φορέων
 - touristhub-admin@aegean.gr (?)
- Όλα τα μέλη των ομάδων ανάπτυξης (developers) όλων των φορέων
 - touristhub-dev@aegean.gr (?)
- Συμπληρώνουμε στοιχεία των ομάδων έργου εδώ:
 - <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1CiQzcrkUtgJRziUFOL4q3WKtUyUgzczJRKa5VLCRd2g/edit#gid=0>

“

Οπτική ταυτότητα & website έργου

Υπεύθυνος φορέας: ΠΑ-ΤΜΣΠΣ

Συμμετέχουν: -

Παραδοτέα: Π1.2

Οπτική ταυτότητα

- Logo & favico
- ppt template (παρουσιάσεις στις συναντήσεις έργου, συνέδρια, κλπ)
- Word template (παραδοτέα)

Λογότυπα



TouristHub



TouristHub



TouristHub



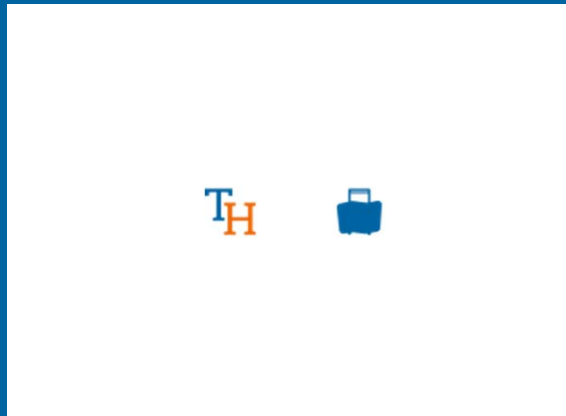
TouristHub



TouristHub



favico



PowerPoint template



TouristHub

Συνάθροιση και Παροχή Ολοκληρωμένων Τουριστικών
και Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών

Τίτλος παρουσίασης....

Presenter name (αλλάξτε το
διπλανό logo ανάλογα)



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΙΓΑΙΟΥ



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΠΑ & ΤΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΑ-ΕΚ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης







ΕΠΑ-ΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΕΣΠΑ
2014-2020
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη



Word template (για παραδοτέα)

 TouristHub Συνάθροιση και Παροχή Ολοκληρωμένων Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών	
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» (ΕΠΑνΕΚ 2014-2020) Ενιαία Δράση Κρατικών Ενισχύσεων Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης & Καινοτομίας «ΕΡΕΥΝΑ - ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ - ΚΑΙΝΟΤΟΜΩ» MIS: 5030469 Συνεργατικό Έργο Έναρξη έργου: 28/6/2018 - Λήξη έργου: 27/12/2018	
Π1.1 Στρατηγικό σχέδιο διαχείρισης επικοινωνίας με δυνητικούς αποδέκτες - stakeholders	
Εύνοητα Εργασίας:	ΕΕ1 - Ομάδες-στόχοι, Ανάλυση Απαιτήσεων, Αρχιτεκτονική Συστήματος
Προθεσμία υποβολής:	27 Σεπτεμβρίου 2018
Υπεύθυνος φορέας:	ΠΑ-ΤΜΣΠ
Συνεπιδρώντες φορείς:	-
Nature:	<input checked="" type="checkbox"/> Πιλοτική <input type="checkbox"/> Δοκιμαστική <input type="checkbox"/> Ιστορικός <input type="checkbox"/> Δημοσίευση
Επίπεδο διάχυσης:	<input checked="" type="checkbox"/> Π1 : Public <input type="checkbox"/> RE : Περιλαμβάνεται σε ομάδα που ορίζεται από την κοινοπραξία του έργου (συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών της Διαχειριστικής Αρχής) <input type="checkbox"/> CO : Εμπιστευτικό, μόνο για τη μέση της κοινοπραξίας του έργου (συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών της Διαχειριστικής Αρχής)
Λέξεις κλειδιά: Ανοικτή λίαντα από λέξεις κλειδιά, διαχωρισμένων με κόμμα	
 Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης	

 TouristHub (MIS 5030469)	
Φορείς	
	Τμήμα Μηχανικών Σχεδίασης Προϊόντων και Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου
	Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «Διόφαντος»
	NOVELTECH I.K.E.
	Global Booking Services
	ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΟΣΜΟΣ ΑΕ

ΠΕΥ: Page 2 of 7



“

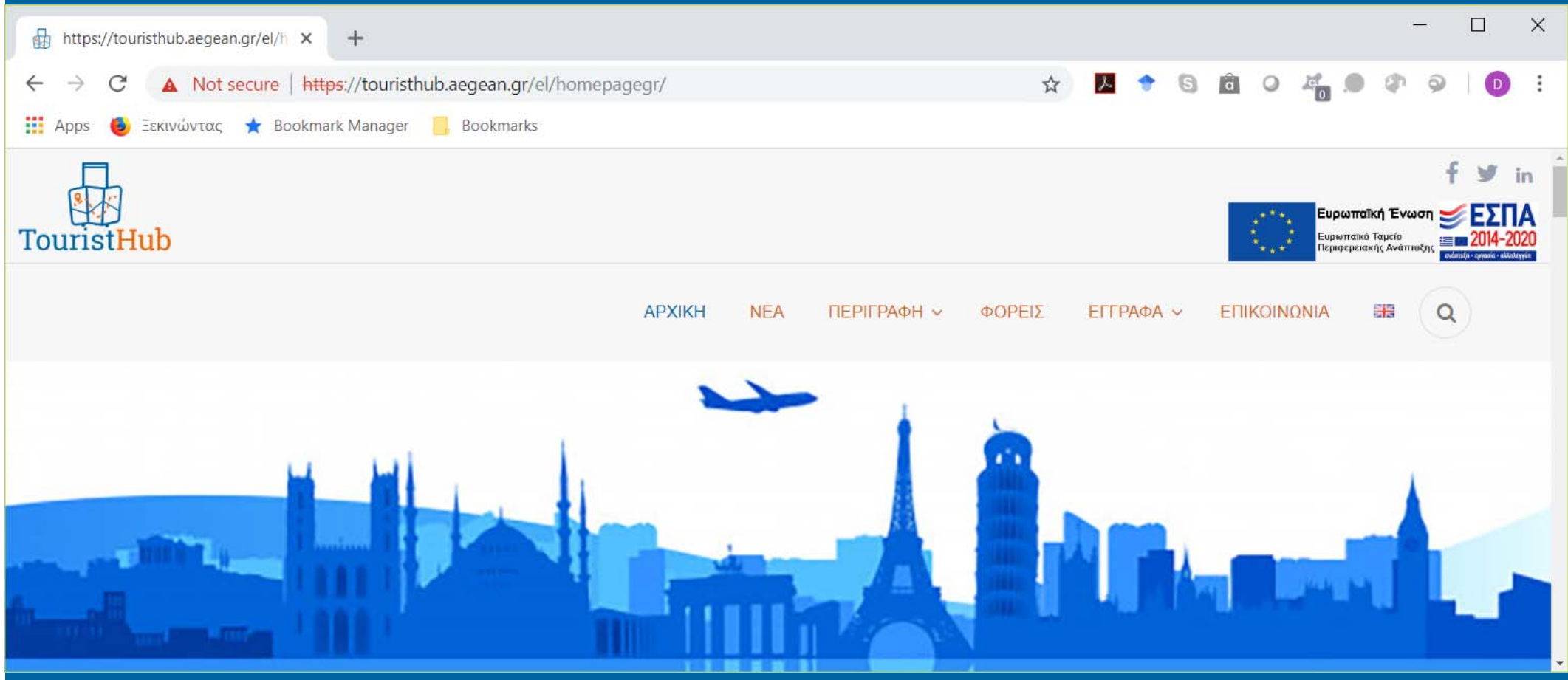
Επικοινωνία αποτελεσμάτων έργου

Υπεύθυνοι φορείς: ΠΑ-ΤΜΣΠΣ
(website), GBS (social media,
προωθητικό υλικό)

Παραδοτέα: Π1.2, Π2.1, Π4.6

Website

- Under construction... σύντομα έτοιμο!
- Διεύθυνση: <https://touristhub.aegean.gr>



Website: Δομή

- Αρχική
- Νέα
- Περιγραφή
 - Στόχοι
 - Αναμενόμενα αποτελέσματα
 - Αντίκτυπος
 - Ενότητες εργασίας
- Φορείς
- Έγγραφα
 - Παραδοτέα
 - Δημοσιεύσεις
 - Εσωτερικά έγγραφα
- Επικοινωνία

Website: «Εσωτερικά» έγγραφα

- Πρόσβαση σε όλα τα μέλη ομάδας έργου των φορέων
 - Ξεχωριστό username / password ανά φορέα (θα σας σταλεί)
- Γενικά στοιχεία έργου
- Πρόταση, τεχνικό δελτίο, consortium agreement
- Υλικό συναντήσεων
 - Παρουσιάσεις
 - Minutes
- Διαβαθμισμένα (restricted) παραδοτέα
- ...

Σηματοδότηση (λογότυπα χρηματοδότη)

- Βλ. οδηγός
- Αφίσα
- Λογότυπα διαχειριστικής στις παρουσιάσεις, παραδοτέα, εσωτερικά έγγραφα (π.χ. ατζέντα συνάντησης), προωθητικό υλικό (φυλλάδιο, αφίσα, promo video, newsletters, ...)



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΠΑ & ΤΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΑΝΕΚ

ΕΠΑνΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Αφίσα (poster)

- Εφαρμογή για αυτοματοποιημένη δημιουργία αφίσας (στα ελληνικά & αγγλικά, portrait & landscape)
- www.eyde-etak.gr (εικονίδια στη δεξιά μπάρα)





Κοινωνικά μέσα

Υπεύθυνος φορέας: GBS

Συμμετέχουν: NT, ECO

Παραδοτέα: Π2.1

Ο λόγος που η παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα είναι σημαντική

- Τα Social Media αποτελούν ένα πολύ σημαντικό κομμάτι του διαδικτύου σήμερα. Σχεδόν όλοι οι χρήστες του internet είναι εγγεγραμμένοι σε ένα ή περισσότερα από αυτά και αποτελούν σημαντικό μέρος της καθημερινότητάς τους. Έτσι, η παρουσία στα Social Media είναι απαραίτητη πλέον, καθώς αποτελούν τον ιδανικό τρόπο άμεσης επικοινωνίας και προβολής.
- Η προβολή στα Social Media, είναι μια καλή ευκαιρία να αντλήσουμε νέο εν δυνάμει πελατολόγιο! Τα likes και οι κοινοποιήσεις αποτελούν μια πολύ καλή δωρεάν διαφήμιση για εμάς. Από την άλλη, μπορούμε να προχωρήσουμε σε πληρωμένες καταχωρίσεις/διαφημίσεις, προβάλλοντας ακόμα πιο στοχευμένα και επιθετικά τις δημοσιεύσεις μας.
- Στην σημερινή εποχή, σχεδόν το 70% του πληθυσμού της γης χρησιμοποιεί διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα για τις συναναστροφές του. Αυτό σημαίνει ότι, υπάρχει πάντα ένας πιθανός πελάτης σε κάποιο από τα κοινωνικά δίκτυα που μετέχουμε που χρειάζεται προσοχή και καθοδήγηση.

Πλεονεκτήματα από την προβολή και παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Αναγνωρισιμότητα. Όλοι γνωρίζουν και χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα. Το Facebook σήμερα έχει 800 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Στην Ελλάδα, αριθμεί πάνω από 1.5 εκατομμύριο ενεργούς χρήστες ενώ το YouTube ακολουθεί με 340.000 και το Twitter με περίπου 85.000, σύμφωνα με έρευνες.

Αναγκαιότητα. Η αναγκαιότητα μιας εφαρμογής να διατηρεί και να βελτιώνει την παρουσία της στα social media είναι τόσο σημαντική όσο η αναγκαιότητα για την ύπαρξη μιας αποτελεσματικής ιστοσελίδας.

Προσέγγιση υποψήφιων πελατών. Όλες πλέον οι εφαρμογές, διατηρούν μια επαγγελματική σελίδα σε Facebook και λοιπά κοινωνικά μέσα, αποκτώντας έτσι τη δυνατότητα να προσεγγίζουν περισσότερους υποψήφιους πελάτες, να χτίζουν εμπιστοσύνη και να αυξάνουν τις πωλήσεις τους.

Ανάπτυξη μιας αποτελεσματικής στρατηγικής marketing με την εφαρμογή ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Η ανάπτυξη μιας αποτελεσματικής στρατηγικής marketing με την εφαρμογή των social media, δεν περιλαμβάνει απλώς την δημιουργία ενός λογαριασμού στο Facebook, στο Twitter και στο YouTube και την κοινοποίηση σε τακτά χρονικά διαστήματα περιεχομένου σχετικά με τις δραστηριότητες, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της εφαρμογής.

Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν συγκεκριμένες πύλες όπου εισέρχεται κόσμος ο οποίος μαθαίνει περισσότερες πληροφορίες για την εφαρμογή, αυξάνει το ενδιαφέρον του για αυτή και δρομολογείται μέσω αυτών στην ιστοσελίδα της.

Η επιλογή του κάθε μέσου που θα επιλέξουμε να χρησιμοποιήσουμε εξαρτάται από τα διαφορετικά target groups τα οποία στοχεύουμε να προσεγγίσουμε και στα οποία ενδιαφερόμαστε να πουλήσουμε υπηρεσίες.

Με την επένδυση για το social media marketing, θα πετύχουμε μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα της εφαρμογής, περισσότερες πωλήσεις, θα βρούμε αποτελεσματικούς τρόπους σύνδεσης με το πελατολόγιό μας και καινούργιους τρόπους για να προωθήσουμε τις υπηρεσίες που παρέχουμε σε δυνητικό πελατολόγιο.

Τα οφέλη που θα έχει η εφαρμογή με την παρουσία σε κοινωνικά δίκτυα.....

- Θα γίνει γνωστό το όνομα της εφαρμογής σε ευρύ κοινό.
- Θα παρουσιάσουμε τις υπηρεσίες μας με τρόπο ανθρώπινο και διαδραστικό.
- Θα τραβήξουμε την προσοχή του κοινού όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό.
- Θα αυξήσουμε την εμπιστοσύνη των πελατών μας.
- Θα ζητήσουμε τη γνώμη των πελατών μας.
- Θα ενισχύσουμε την υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών.
- Θα δημιουργήσουμε μία προσωπική φήμη και θα δείξουμε ότι κατέχουμε γνώσεις στο αντικείμενο.

Η παρουσία μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βήμα-βήμα

- Δημιουργία μια σελίδας που να είναι φιλική και να τραβάει την προσοχή.
- Αυτό είναι η αρχή της επιτυχίας. Στη συνέχεια, οι ίδιοι οι καταναλωτές θα είναι αυτοί οι οποίοι θα παράγουν και θα μεταδίδουν διαφημιστικά μηνύματα, θα σχολιάζουν, θα βαθμολογούν και προτείνουν προϊόντα και υπηρεσίες από τις οποίες είχαν μείνει ευχαριστημένοι.
- Καθορισμός της στρατηγικής την οποία θα ακολουθήσουμε και εφαρμογή αυτής.
- Θα πρέπει, αφού πρώτα προβούμε σε έρευνα αγοράς και αξιολόγηση των συλλεχθέντων στοιχείων, με σκοπό να κατανοήσουμε το περιβάλλον, τους πελάτες και τον ανταγωνισμό, στη συνέχεια να οδηγηθούμε στην στοχοθέτηση και κατάρτιση της στρατηγικής, η οποία οφείλει να λειτουργεί ως γνώμονας για κάθε επιτελούμενη ενέργεια.

Η παρουσία μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βήμα-βήμα

- Μεθοδική παρουσία.
- Είναι απαραίτητο να παράγεται νέο υλικό σε τακτά χρονικά διαστήματα, τουλάχιστον κάποιες φορές την εβδομάδα. Είναι εξαιρετικά σημαντικό οι ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης να είναι ενεργές, προκειμένου να δημιουργείται μια συνεχής συζήτηση με το κοινό, να ενθαρρύνεται η συμμετοχή του και η προώθηση μακροχρόνιων σχέσεων.
- Ενδιαφέρον και ελκυστικό περιεχόμενο.
- Δεν αρκεί μόνο η σωστή συχνότητα των δημοσιεύσεων αλλά και η ποιότητα αυτών. Πέρα από τις ενέργειες και τις υπηρεσίες που θα προωθούμε, θα πρέπει να φροντίσουμε το περιεχόμενο να είναι επίκαιρο, ελκυστικό και σχετικό με τα ενδιαφέροντα του κοινού στο οποίο απευθυνόμαστε.

-
- Ισορροπία στη συχνότητα δημοσίευσης και τη σχετικότητα του περιεχομένου.
 - Ο καλύτερος τρόπος για να διατηρηθεί ένας πελάτης είναι να του προσφέρεις ισορροπημένα αυτό που επιθυμεί. Χωρίς μεθοδική παρουσία ο καταναλωτής θα χαθεί σιωπηλά προς τον ανταγωνισμό ενώ αντίθετα, με μία πέραν του επιτρεπτού παρουσία θα δημιουργηθούν αισθήματα πίεσης και εν τέλει αποστροφής. Ακόμη, το περιεχόμενο οφείλει μεν να είναι ενδιαφέρον και ελκυστικό, πάντα όμως στα επιτρεπτά πλαίσια της σχετικότητας του αντικειμένου της εφαρμογής.
 - Χτίσιμο μιας προσωπικής σχέσης με τον καταναλωτή.
 - Όταν ο καταναλωτής νιώσει ότι μπορεί να εκφραστεί, πως ακούγεται το παράπονο, το πρόβλημα και η γνώμη του, αισθάνεται πως συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση των υπηρεσιών της εφαρμογής και μένει πιστός, αναπτύσσοντας μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης.

-
- Άμεση ανταπόκριση και συνέπεια.
 - Είναι εξίσου σημαντικό, όταν ο καταναλωτής απευθύνει ένα ερώτημα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να παίρνει απάντηση ώστε να ξέρει ότι η εφαρμογή δεν είναι απρόσωπη. Πότε δεν πρέπει να υπάρχει αδιαφορία και καθυστέρηση στην ανταπόκριση. Έρευνες έχουν δείξει ότι το 68% των καταναλωτών που σταμάτησαν να αλληλεπιδρούν με μια επιχείρηση, το έκαναν γιατί ένιωθαν ότι η επιχείρηση δεν ενδιαφερόταν για αυτούς.

Προβολή στο Facebook

- Οι υπηρεσίες μιας διαφήμισης μέσω Facebook και η διαχείριση της σελίδας εκεί, βοηθούν να επεκτείνουμε την γνώση και αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας της εφαρμογής, τις σχέσεις και την κίνηση της ιστοσελίδας μας αυξάνοντας τις πωλήσεις μας. Μπορούμε να στοχεύουμε τις διαφημίσεις ανάλογα με το πώς αλληλεπίδρασαν οι χρήστες. Το περιβάλλον του Facebook για δημιουργία διαφημίσεων από τους χρήστες είναι καλύτερο από οποιαδήποτε άλλη πλατφόρμα διαφήμισης στην αγορά. Και δεν χρειάζεται να είναι κανείς ειδικός σε θέματα τεχνολογίας για να το χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά

Προβολή στο YouTube

- Οι διαφημίσεις βίντεο είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να προσεγγίσουμε και να κερδίσουμε το κοινό μας στο YouTube και σε ολόκληρο τον ιστό. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν Επιχειρηματικό Εργαλείο Υψηλής Απόδοσης. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για ενημέρωση των πελατών σχετικά με την εξειδίκευση της εφαρμογής, για να προωθηθεί η γνώση, για να πωληθούν προϊόντα και υπηρεσίες, για να επικοινωνήσουμε με πελάτες, συναδέλφους, συνεργάτες και άλλους.

Προβολή στο Twitter

- Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα του Twitter, είναι ότι δίνει την δυνατότητα χαλαρής επικοινωνίας με τους πελάτες, σύμφωνα με τους δικούς τους όρους, δημιουργώντας έτσι μια πιο φιλική επαφή με τον καιρό, κάτι που είναι πάρα πολύ δύσκολο με την χρήση άλλων μέσων.

Προβολή στο LinkedIn



Προβολή στο ResearchGate

➤ ...

“

Πρωθητικό υλικό

Υπεύθυνος φορέας: GBS


Συμμετέχουν: NT, ECO

Παραδοτέα: Π4.6

Πρωθητικό υλικό

MTEC
NATIONAL METAL AND MATERIALS TECHNOLOGY CENTER

DEVELOPMENT OF THE PRODUCTION NETWORK OF
CUSTOM-MADE SHOES FOR THE ELDERLY



Background

Foot pain and fitness of shoes are critical issues for a lot of people. The problems can arise from various causes, such as choosing the wrong shoes, doing inappropriate activities or having improper foot pressure distribution. The demand for health footwear products is steadily increasing. This work focuses on the development of the production network for custom-made insoles and shoes. A digital platform, especially, the cloud data system for assessment and design of the products has been developed.

1. Analysis of foot pressure distribution and 3D scanning of foot shape
2. Design of custom-made insole
3. Fabrication by CNC machine
4. Assembly of shoe and custom-made insole
5. Delivery and Fitting

Core Technologies


- Analysis of foot shape and pressure distribution
- Design and fabrication of custom-made insoles

Who will benefit from this project?

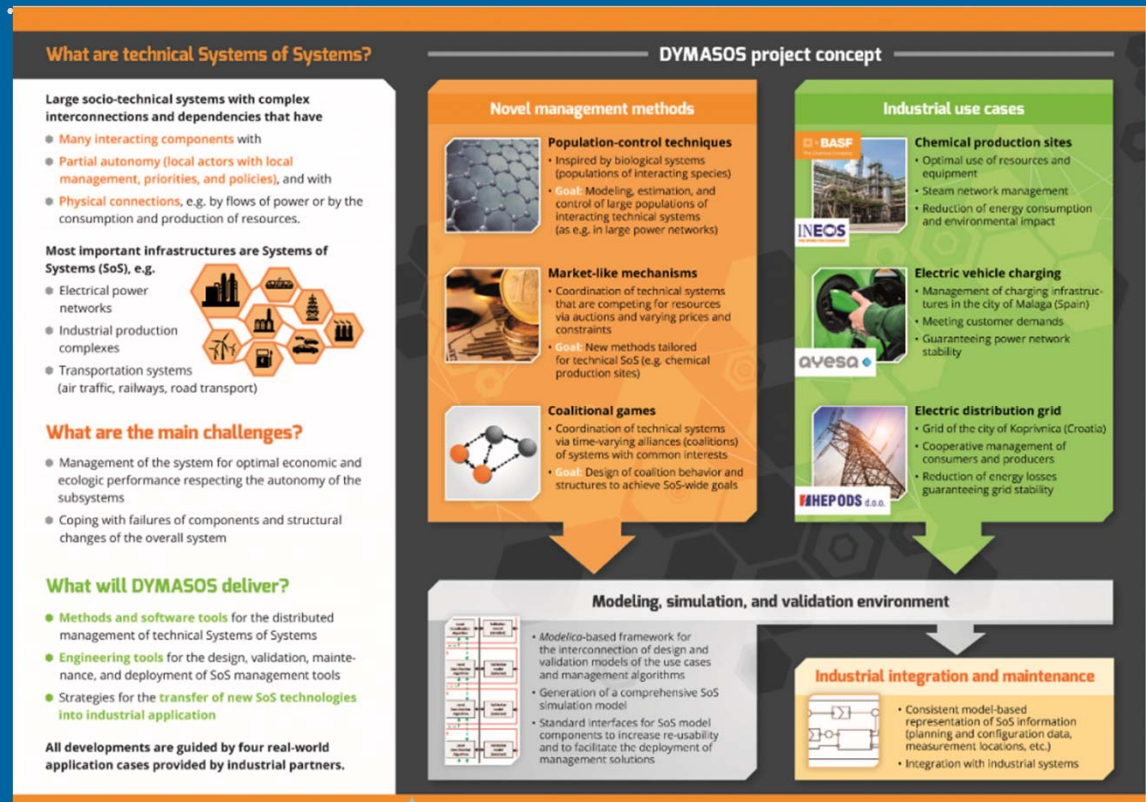
- Footwear manufacturers
- Hospitals
- Users

Status

- Distributing shoes and collecting the data for comparing between customized insoles and flat insoles.

 www.mtec.or.th

Contact Nutthanun Suphodon
nutthanun@mtec.or.th
Tel: +66 2 441 9381

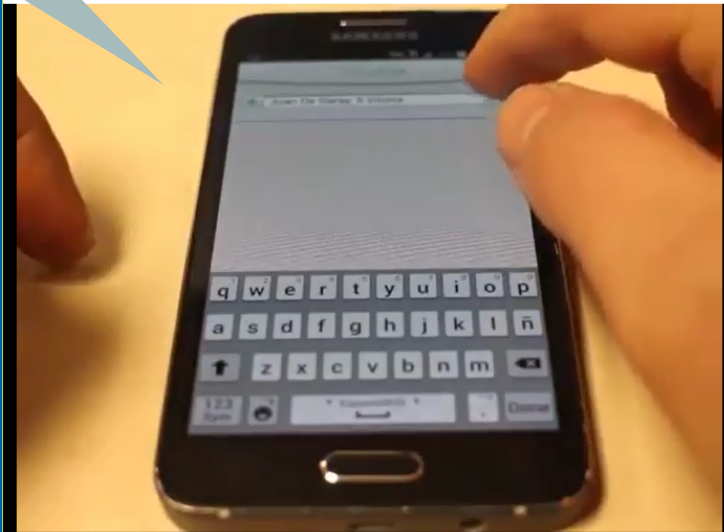


Φυλλάδιο

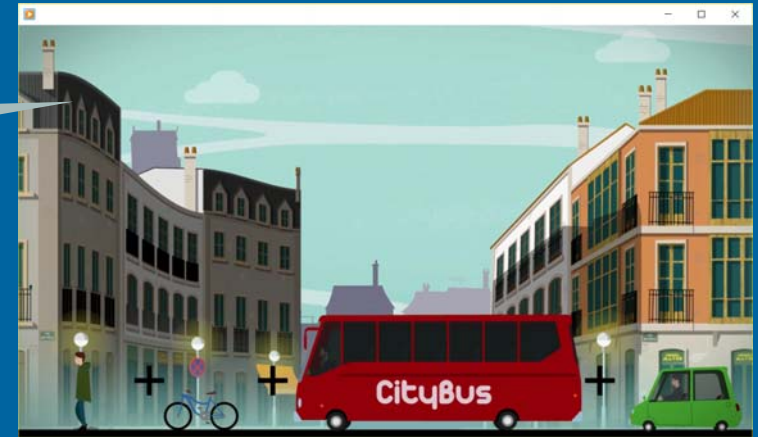
Αφίσα

Πρωθητικό υλικό

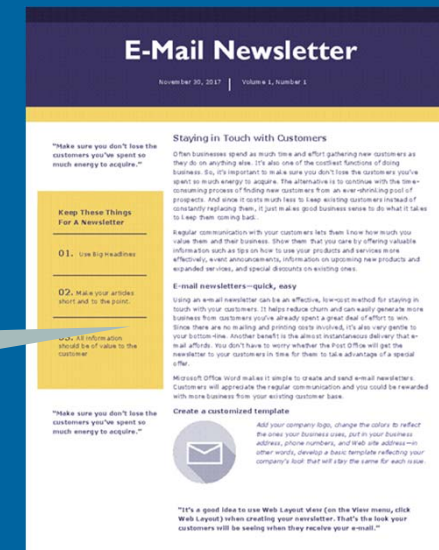
Application
demo video



Promo video



Newsletter



- Το υλικό θα δημοσιοποιηθεί πριν την έναρξη της πιλοτικής εφαρμογής της πλατφόρμας.

