

Πλαίσιο Συμβολής για τη Διαμόρφωση Τουριστικού Προϊόντος

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ακολουθούν θεματικοί άξονες για τους οποίους ζητείται η συμβολή σας, καθώς και ενδεικτικές κατευθύνσεις, με στόχο την υποβολή προτάσεων για το **Product Concept Report** και το συνολικό περιεχόμενο του τουριστικού προϊόντος **Athens Wine Routes**.

1. Ταυτότητα Προϊόντος & Στρατηγική Τοποθέτηση

Το Athens Wine Routes σχεδιάζεται ως διακριτό θεματικό τουριστικό προϊόν με ισχυρή ταυτότητα η οποία συνδυάζει τη γαστρονομία, το τόπο, το πολιτισμό και τις εμπειρίες διακοπών σε ένα ενιαίο σύνολο. Για τον προσδιορισμό της στρατηγικής διαφοροποίησης, απαιτείται η συμβολών όσων γνωρίζουν το προϊόν και εμπλέκονται στο πεδίο.

Υποστηρικτικές Κατευθύνσεις:

- Ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν το Athens Wine Routes ως τουριστικό προϊόν;
- Ποια εμπειρία (υπόσχεση) θεωρείτε ότι πρέπει να μεταφέρει στον επισκέπτη;
- Ποια λέξη ή φράση συνοψίζει για εσάς την ουσία του προϊόντος;

2. Κεντρικά Σημεία Εμπειρίας (Hero Experience Elements)

Ένα ισχυρό τουριστικό προϊόν βασίζεται σε εμβληματικές εμπειρίες που το καθιστούν μοναδικό και ελκυστικό.

Υποστηρικτικές Κατευθύνσεις:

- Ποια σημεία (τοποθεσίες, οινοποιεία, διαδρομές) θεωρείτε πιο χαρακτηριστικά ως «πυρήνες εμπειρίας»;
- Ποιες δραστηριότητες ή στιγμές θα πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο της τουριστικής αφήγησης;
- Ποια στοιχεία της εμπειρίας θεωρείτε κομβικά για την επικοινωνία του προϊόντος;

3. Αγορές & Τμήματα Αγοράς (Markets & Personas)

Το Athens Wine Routes απευθύνεται σε διάφορα τμήματα αγοράς, με διαφορετικά προφίλ και προσδοκίες. Χρειάζεται ωστόσο σαφής στόχευση για να ενισχυθεί η εμπορική και βιώσιμη αξιοποίησή του.

Υποστηρικτικές Κατευθύνσεις:

- Ποια προφίλ επισκεπτών θεωρείτε ότι ανταποκρίνονται περισσότερο στο προϊόν;
- Ποιες αγορές (χώρα, τύπος ταξιδιώτη) θα πρέπει να αποτελέσουν στρατηγική προτεραιότητα;
- Πώς διαφοροποιείται η εμπειρία ανάλογα με τον τύπο επισκέπτη (π.χ. wine enthusiast, casual, occasional, οικογένεια);

4. Σύνθεση Εμπειριών (Experience Flows & Product Packaging)

Το τουριστικό προϊόν Athens Wine Routes χρειάζεται να συγκροτεί μια συνεκτική εμπειρία, ικανή να αποδοθεί με σαφές περιεχόμενο, εύκολα κατανοητή και προς εμπορική αξιοποίηση (marketing packages).

Υποστηρικτικές Κατευθύνσεις:

- Ποιες μικρο-εμπειρίες (micro-itineraries, thematic routes) θεωρείτε έτοιμες προς αξιοποίηση;
- Πώς θα μπορούσε να δομηθεί μια ενδεικτική «Athens Wine Day»;
- Ποια σημεία, υπηρεσίες ή εμπλεκόμενοι μπορούν να συνδυαστούν σε μια ολοκληρωμένη πρόταση;

5. Μηνύματα, Αφήγηση & Παρουσίαση Προϊόντος

Η τουριστική ταυτότητα διαμορφώνεται και επικοινωνείται μέσα από το αφήγημα, τα μηνύματα και τα σημεία επαφής του προϊόντος με τον επισκέπτη, με στόχο να αποτελέσουν το κορμό ολοκληρωμένης οπτικής ταυτότητας (περιεχόμενο).

Υποστηρικτικές Κατευθύνσεις:

- Ποιο κεντρικό στοιχείο μπορεί να διαφοροποιήσει την «ιστορία» για το Athens Wine Routes κατά τη γνώμη σας;
- Σε ποιο βαθμό πιστεύετε αποτελεί σημαντικό εργαλείο η έντυπη επικοινωνία;
- Θα αποτελούσε ένα ψηφιακός χάρτης διαμόρφωσης προσωποποιημένης εμπειρίας οίνου ένα αποτελεσματικό εργαλείο προώθησης του προϊόντος;