

Η Ανάπτυξη των Προορισμών Spa και Θαλασσοθεραπείας

Δρ. Δημήτρης Κούτουλας
Ειδικός Σύμβουλος Τουριστικού Μάρκετινγκ
Διδάσκων Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου

E-Mail: d.koutoulas@ba.aegean.gr

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Η αγορά

Οι σύγχρονοι καταναλωτές:

- ζουν σε συνθήκες εντεινόμενου στρες, φόρτου εργασίας και ανασφάλειας
- δείχνουν αυξανόμενη ευαισθησία σε θέματα υγιεινής διαβίωσης και πρόληψης
- λόγω έλλειψης χρόνου επιζητούν πιο εντατικές εμπειρίες ξεκούρασης και αναζωογόνησης
- διαθέτουν την απαιτούμενη αγοραστική δύναμη για να περάσουν μερικές ημέρες σε spa

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Η αγορά

Οι σύγχρονοι καταναλωτές:

- επιβραβεύουν τον εαυτό τους επισκεπτόμενοι ένα spa και δαπανώντας πολλά χρήματα (εκατοντάδες € για μερικές ώρες)
- επιδιώκουν να επαναφέρουν μια ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής σφαίρας ➔ **βελτίωση ποιότητας ζωής**
- Ένα τμήμα των πελατών των spa έχει συγκεκριμένους στόχους (απώλεια βάρους, αντιμετώπιση ενοχλήσεων, κάπνισμα κοκ.)

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Η αγορά

Γερμανική αγορά:

- 30% των Γερμανών επιζητούν «wellness» και «fitness» στις διακοπές τους
- Υψηλότερη αναλογία:
 - Γυναίκες
 - Ανατολικογερμανοί
 - Άνω των 40 ετών
 - Μηνιαίο εισόδημα άνω των 3.500€
- Αναμένεται αύξηση 70% μέχρι το 2010

(Πηγή: Gruner+Jahr 2006)

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Η αγορά

Τέσσερις διακριτές αγορές:

- Health Care: μεγάλη διάρκεια + στόχοι
- Wellness: πολυτέλεια και αναψυχή
- Beauty: πολυτέλεια και αναψυχή
- Anti-Aging: έμπειροι πελάτες – υψηλοί ρυθμοί αύξησης λόγω δημογραφικού
- Γερμανικά ταμεία χρηματοδοτούν θεραπείες στο εξωτερικό

(Πηγή: Gruner+Jahr 2006)

Dr. Dimitris Karamouzas
Executive & Marketing Director

Η αγορά

Σταδιακό «ξεκαθάρισμα» της αγοράς:

- Η προσφορά συνεχίζει να διευρύνεται με ραγδαίους ρυθμούς σε όλον τον κόσμο
- Οι επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες των spa αποκτούν εμπειρίες και γίνονται πιο απαιτητικοί
- Εντεινόμενη πίεση στα spa που δεν λειτουργούν με επαγγελματισμό και δεν κατανοούν τις απαιτήσεις των καταναλωτών
- Πίεση στα ιαματικά λουτρά να προσομοιάσουν με τα σύγχρονα spa

Dr. Dimitris Karamouzas
Executive & Marketing Director

Η αγορά

Β' φάση ανάπτυξης της βιομηχανίας των spa:

1. Επικράτηση των spa που λειτουργούν με **επαγγελματισμό**
2. Καθιέρωση:
 - δημοφιλών **spa destinations**
 - **spa brands** ανεξάρτητα από προορισμό
3. Ανάπτυξη **νέων spa concepts** (π.χ. πάντρεμα θεραπειών με υπαίθριες και πολιτιστικές δραστηριότητες)

Dr. Dimitris Karamouzas
Executive & Marketing Director

Η αγορά

Β' φάση ανάπτυξης της βιομηχανίας των spa:

4. Εξειδίκευση των spa (ως προς τις θεραπείες, τη φυσιογνωμία, την πελατεία, τις τιμές κοκ.)
 - π.χ. «ολιστικά» spa (πνεύματος-σώματος), spa για μητέρες με βρέφη, spa με ιαματικό προσανατολισμό για ηλικιωμένους
5. Ευκαιρίες για νέα επιχειρηματικά μοντέλα που θα εισάγουν νέες ομάδες καταναλωτών στην αγορά των spa (**easySpa?**)

Dr. Dimitris Karamouzas
Executive & Marketing Director

Οι παραγωγοί

Νέες τάσεις

- Από τα υπόγεια στον καθαρό αέρα
- Από ένα βασικό πακέτο θεραπειών στην εξειδίκευση, το *theming* και τα signature treatments
- Έσοδα από προσωπικές περιποιήσεις **και** από ενοικίαση χώρων (π.χ. Park Hotel Weggis)

Dr. Dimitris Karamouzas
Tourism & Marketing Executive



Dr. Dimitris Karamouzas
Tourism & Marketing Executive

Οι παραγωγοί

Προκλήσεις για τα spa:

- Κερδοφορία (όχι απλώς μια ακόμη ξενοδοχειακή υπηρεσία προς τον πελάτη)
- Επαγγελματισμός στην παροχή υπηρεσιών και τη διαχείριση
- Εξειδίκευση και ξεκάθαρο positioning ως προς την αγορά-στόχο
- Κεφαλαιοποίηση από την αύξηση των >55
- Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ

Dr. Dimitris Karamouzas
Tourism & Marketing Executive

Ο ανταγωνισμός

- Οι περισσότερες ευρωπαϊκές και ασιατικές χώρες υλοποιούν προγράμματα για την ανάπτυξη και προβολή του τουρισμού υγείας, ευεξίας και ομορφιάς
- Κατανομή της πίτας:
 - Απώλειες για Αυστρία
 - Αύξηση στην Ανατολική Ευρώπη (λόγω τιμών και Low-Cost Carriers)
 - Η ακριβή Ελβετία διατηρεί μερίδιο αγοράς
 - Κύπρος: μερίδιο 9% για ταξίδια wellness Γερμανών

Dr. Dimitris Karamouzas
Tourism & Marketing Executive

Το Μάρκετινγκ Προορισμών Spa

Μάρκετινγκ για τα spa:

- στο μικρο-επίπεδο
- στο μακρο-επίπεδο (*destination marketing*):
αναγκαίο το συλλογικό Μάρκετινγκ μέσω συνεργασίας:
 - μεταξύ των spa
 - των spa με δημόσιους και τοπικούς φορείς
(π.χ. Gran Canaria Spa & Wellness / PPP 14 μέλη,
body.mind.madeira. / 16 ξενοδοχεία πολυτελείας)

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Spa Destination Greece

Προώθηση τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα

- Μονόδρομος το επαγγελματικό Μάρκετινγκ για την καθιέρωση της Ελλάδας ως προορισμού τουρισμού ευεξίας και ομορφιάς
- Αποφυγή θνησιγενών και γραφειοκρατικών προσεγγίσεων
- Ολιστική προσέγγιση στο Μάρκετινγκ

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Spa Destination Greece

Προώθηση τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα

- Μόδα η Ελλάδα μόνο μέσω **συλλογικής προσπάθειας**
- Καλλιέργεια ισχυρού *destination brand*:
Spa Greece
- Σύσταση ενός Product Club από τα spa

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Spa Destination Greece

Το destination marketing πρέπει να καλύψει:

1. Έρευνα αγοράς
2. Positioning και Branding για το «Spa Destination Greece»
3. Πολιτική προϊόντος:
 - Προδιαγραφές για επιμέρους τύπους spa
 - Ποιοτικός έλεγχος και πιστοποίηση των spa
 - Εκπαίδευση στελεχών

Dr. Dimitris Koutoulas
Tourism & Marketing Specialist

Spa Destination Greece

To destination marketing πρέπει να καλύψει:

4. *Διανομή:*

- Συνεργασία με τους ειδικευμένους spa tour operators, τουριστικά γραφεία και ηλεκτρονικές πλατφόρμες διανομής
- Απευθείας πώληση μέσω Διαδικτύου

5. *Ολοκληρωμένη επικοινωνιακή καμπάνια*

Dr. Δημήτρης Κούτουλας
Tourism & Marketing Specialist

Spa Destination Greece

Προϋπόθεση για διεκδίκηση μεριδίου αγοράς:

➡ Η συλλογική προσπάθεια

Dr. Δημήτρης Κούτουλας
Tourism & Marketing Specialist

Ευχαριστώ!

Δρ. Δημήτρης Κούτουλας
Ειδικός Σύμβουλος Τουριστικού Μάρκετινγκ
Διδάσκων Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου

E-Mail: d.koutoulas@ba.aegean.gr

Dr. Δημήτρης Κούτουλας
Tourism & Marketing Specialist