

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (DMO)

Μοντέλο Βιώσιμης Λειτουργίας, Συνέργειας Προορισμού &
Μεγιστοποίησης Απόδοσης Εποχιακής Ξενοδοχειακής Μονάδας (High Season)

MASTER STRATEGIC PLAN 2026-2030

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ & ΣΥΝΟΨΗ

Executive Summary (Σύνοψη για τη Διοίκηση)

Το παρόν Στρατηγικό Σχέδιο εκπονήθηκε από την **tourismadvisory.gr** με σκοπό την παροχή ενός ολοκληρωμένου, επιστημονικά τεκμηριωμένου και επιχειρησιακά εφαρμόσιμου πλάνου τουριστικής ανάπτυξης για ξενοδοχειακή μονάδα υψηλής εποχικότητας (High Season).

Κεντρικός πυλώνας της στρατηγικής αποτελεί η οργανική διασύνδεση της μονάδας με τον τοπικό Οργανισμό Διαχείρισης & Προώθησης Προορισμού (DMO), η μετάβαση σε μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης (ESG Alignment), η εφαρμογή προηγμένων τεχνικών Yield & Revenue Management για τη μεγιστοποίηση του RevPAR/GOPPAR, καθώς και η επιμήκυνση της λειτουργικής περιόδου στις παρυφές της σεζόν (shoulder months).

Δομή Μελέτης

1. Ανάλυση Υφιστάμενης Κατάστασης & High Season Dynamics (PESTEL & SWOT)	Σελ. 3
2. Στρατηγικό Όραμα, Αποστολή & Πυλώνες Βιωσιμότητας (ESG Architecture)	Σελ. 5
3. Ολοκληρωμένη Διαχείριση Προορισμού (DMO) & Τοπικό Οικосύστημα	Σελ. 7
4. Στρατηγική Revenue Management, Τιμολόγηση & Μαθηματικά Μοντέλα	Σελ. 9
5. Marketing Strategy, Branding & Digital Guest Journey	Σελ. 11
6. Επιχειρησιακή Λειτουργία & Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού (HR Retention)	Σελ. 13
7. Χρηματοοικονομικός Προγραμματισμός, Budgeting & Δείκτες KPIs	Σελ. 15
8. Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης (Gantt Chart & Action Plan)	Σελ. 17
9. Διαχείριση Κινδύνων (Risk Mitigation Matrix) & Συμπεράσματα	Σελ. 19

+22%

ΣΤΟΧΟΣ REVPAR

45%

DIRECT BOOKINGS

38%

GOP MARGIN

+30 ημέρες

ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΣΕΖΟΝ

1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ & HIGH SEASON DYNAMICS

Η λειτουργία μιας εποχιακής ξενοδοχειακής μονάδας συμπυκνώνει το συνολικό επιχειρησιακό και χρηματοοικονομικό ρίσκο σε ένα στενό χρονικό παράθυρο 4 έως 6 μηνών. Για την επίτευξη υψηλής αποδοτικότητας απαιτείται βαθιά κατανόηση του εξωτερικού περιβάλλοντος και των εσωτερικών δυνατοτήτων.

1.1 Ανάλυση PESTEL (Macro-Environment Analysis)

Διάσταση	Παράγοντες Επηρεασμού	Στρατηγική Προσαρμογή
Πολιτικό / Κανονιστικό	Τουριστική νομοθεσία, περιβαλλοντικοί κανονισμοί, επιβολή τέλους ανθεκτικότητας.	Πλήρης εναρμόνιση με πράσινες πιστοποιήσεις & διαφάνεια χρεώσεων.
Οικονομικό	Πληθωριστικές πιέσεις, διακύμανση κόστους ενέργειας & τροφίμων.	Δυναμική τιμολόγηση, προαγορά ενεργειακών πακέτων, local sourcing.
Κοινωνικό	Στροφή σε βιώσιμο & αυθεντικό τουρισμό εμπειριών (experiential travel).	Δημιουργία θεματικών πακέτων (Gastronomy, Culture, Wellness).
Τεχνολογικό	Ραγδαία αύξηση χρήσης AI, ανέπαφες συναλλαγές, Direct Booking Engines.	Αναβάθμιση Tech-Stack (PMS, RMS, CRM integration).
Περιβαλλοντικό	Κλιματική αλλαγή, λειψυδρία, ανάγκη για διαχείριση αποβλήτων.	Εγκατάσταση έξυπνων αισθητήρων & συστημάτων ανακύκλωσης.
Νομικό	Εργασιακές ρυθμίσεις εποχιακά απασχολούμενων, GDPR.	Ανταγωνιστικά πακέτα αποδοχών & ασφαλής διαχείριση δεδομένων.

1.2 Ανάλυση SWOT (Internal & External Audit)

ΔΥΝΑΜΕΙΣ (STRENGTHS)	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES)
- Υψηλή ποιότητα κτιριακών υποδομών & premium τοποθεσία. - Ευελξία προσαρμογής τιμολογιακής πολιτικής. - Ισχυρή διασύνδεση με τοπικούς παραγωγούς & προμηθευτές.	- Υψηλή εξάρτηση από τη στενή περίοδο αιχμής (July-Aug). - Δυσκολία προσέλκυσης & διατήρησης εξειδικευμένου προσωπικού. - Αυξημένο σταθερό κόστος έναρξης & λήξης σεζόν.
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)	ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)

ΔΥΝΑΜΕΙΣ (STRENGTHS)

- Συνέργειες με τον DMO για συνδιοργάνωση θεματικών events.
- Ανάπτυξη απευθείας κρατήσεων (Direct Bookings) μέσω digital marketing.
- Προσελκύση ταξιδιωτών shoulder months (May, June, Sept, Oct).

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES)

- Γεωπολιτική αβεβαιότητα & διακυμάνσεις αεροπορικών συνδέσεων.
- Πιεστές τιμές από ισχυρούς διεθνείς Tour Operators.
- Ακραία καιρικά φαινόμενα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.

2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΟΡΑΜΑ, ΑΠΟΣΤΟΛΗ & ESG ARCHITECTURE

2.1 Όραμα & Αποστολή

Όραμα: Η ανάδειξη της ξενοδοχειακής μονάδας σε πρότυπο βιώσιμης φιλοξενίας υψηλών προδιαγραφών, που λειτουργεί ως καταλύτης προβολής και ανάπτυξης για ολόκληρο τον προορισμό.

Αποστολή: Η παροχή αυθεντικών, προσωποποιημένων εμπειριών φιλοξενίας μέσα από την απόλυτη εναρμόνιση της πολυτέλειας, της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς και της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.

2.2 Αρχιτεκτονική Πυλώνων Βιωσιμότητας (ESG Architecture)

Η υιοθέτηση των κριτηρίων ESG (Environmental, Social, Governance) δεν αποτελεί απλώς μια υποχρέωση συμμόρφωσης, αλλά κεντρικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προσέλκυσης συνειδητοποιημένων ταξιδιωτών (conscious travelers).

Περιβαλλοντική Διαχείριση

- Zero Single-Use Plastics
- -20% Κατανάλωση Ενέργειας
- Έυπνη Διαχείριση Νερού
- Πιστοποίηση ISO 14001

SOCIAL (S)

Κοινωνικό Αποτύπωμα

- 80%+ Τοπικές Προσλήψεις
- Στήριξη Τοπικής Αγοράς
- Ισότητα & Συμπερίληψη
- Ασφάλεια & Ευεξία HR

GOVERNANCE (G)

Εταιρική Διακυβέρνηση

- Διαφάνεια Προμηθειών
- Ethical Data & GDPR
- Τακτικός Έλεγχος KPIs
- Συμμετοχή Stakeholders

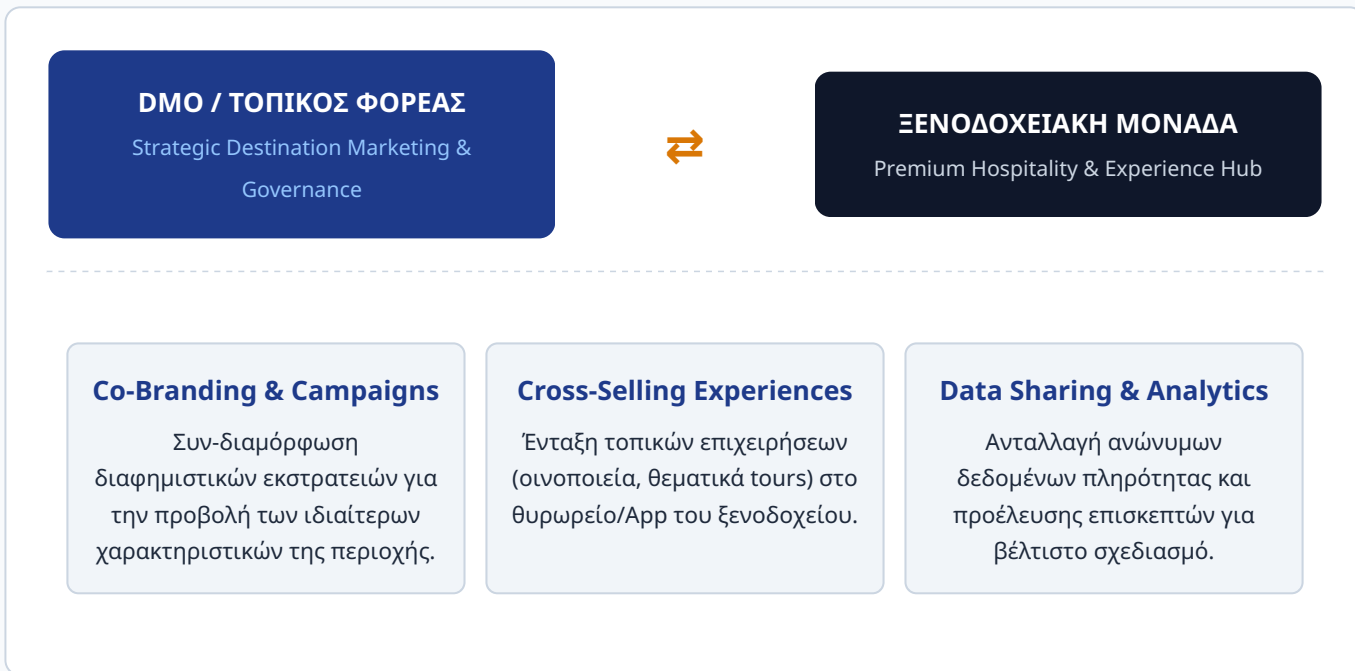
2.3 Στόχοι Βιωσιμότητας & Πράσινες Πιστοποιήσεις

- **Green Key Certification:** Απόκτηση και διατήρηση της διεθνούς οικολογικής πιστοποίησης εντός του πρώτου έτους εφαρμογής.
- **Local First Sourcing:** Τουλάχιστον το 65% των συνολικών προμηθειών τροφίμων και ποτών να προέρχεται από τοπικούς παραγωγούς σε ακτίνα 50χλμ.
- **Energy Management:** Εγκατάσταση έξυπνων θερμοστατών (Smart Energy Management Systems) σε όλα τα δωμάτια για αυτόματη ρύθμιση κατά την απουσία του επισκέπτη.

3. ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (DMO) & ΤΟΠΙΚΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ

Η σύγχρονη τάση στη φιλοξενία επιτάσσει την έξοδο του ξενοδοχείου από τα στενά όρια του οικοπέδου του. Ο επισκέπτης αγοράζει συνολική εμπειρία προορισμού. Η στενή συνεργασία με τον τοπικό DMO και το τοπικό οικοσύστημα πολλαπλασιάζει την προστιθέμενη αξία.

3.1 Μοντέλο Οργανικής Συνέργειας Ξενοδοχείου & DMO



3.2 Πρωτοβουλίες Διασύνδεσης με την Τοπική Κοινωνία

Πρωτοβουλία	Περιγραφή	Αναμενόμενο Όφελος
Local Gastronomy Hub	Δημιουργία θεματικών βραδιών γαστρονομίας με προσκεκλημένους τοπικούς παραγωγούς & σεφ.	Αύξηση εσόδων F&B (+15%) & ενίσχυση τοπικής οικονομίας.
Cultural Heritage Routes	Ψηφιακός οδηγός περιπατητικών και πολιτιστικών διαδρομών διαθέσιμος στους πελάτες.	Αύξηση διάρκειας παραμονής (Length of Stay) & θετικές αξιολογήσεις.
Shoulder Season Events	Συνδιοργάνωση αθλητικών ή πολιτιστικών διοργανώσεων κατά τον Μάιο και τον Οκτώβριο.	Κάλυψη κενών πληρότητας στις παρυφές της σεζόν.

4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ REVENUE MANAGEMENT & ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η επίτευξη μέγιστης κερδοφορίας σε μια εποχιακή μονάδα βασίζεται στη συνεχή βελτιστοποίηση της σχέσης πληρότητας (Occupancy Rate) και μέσης ημερήσιας τιμής (ADR).

4.1 Βασικές Εξισώσεις Υπολογισμού Αποδοτικότητας

1. Υπολογισμός Εσόδου ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPAR):

$$RevPAR = ADR \times Occupancy Rate = \Sigma(Total Room Revenue) / Total Available Rooms$$

2. Υπολογισμός Συνολικού Εσόδου ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (TRevPAR - περιλαμβάνει F&B, Spa, Extras):

$$TRevPAR = (Room Revenue + F\&B Revenue + Ancillary Revenue) / Total Available Rooms$$

3. Υπολογισμός Καθαρού Λειτουργικού Κέρδους ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (GOPPAR):

$$GOPPAR = Gross Operating Profit (GOP) / Total Available Rooms$$

4.2 Στρατηγική Channel Mix & Yield Management

Η βέλτιστη κατανομή των καναλιών πωλήσεων εξασφαλίζει την ελαχιστοποίηση των προμηθειών τρίτων και τη μεγιστοποίηση των άμεσων κρατήσεων.

Κανάλι Πώλησης	Στοχευμένο Μεριδίο (%)	Μέση Προμήθεια (%)	Στρατηγικός Ρόλος
Direct Bookings (Website/Engine)	40% - 45%	2% - 5% (Payment Gateway/Engine)	Μεγιστοποίηση περιθωρίου κέρδους & Loyalty.
OTAs (Booking, Expedia, κ.ά.)	35% - 40%	15% - 22%	Παγκόσμια προβολή & Last-minute πληρότητα.
Tour Operators / B2B Contracts	15% - 20%	20% - 25% (Net Rates)	Εγγυημένη βάση πληρότητας (Base Load) νωρίς στη σεζόν.

Κανόνες Δυναμικής Τιμολόγησης (Dynamic Pricing Rules)

- Early Bird Window (Νοέμβριος - Φεβρουάριος):** Έκπτωση 15-20% με 100% προκαταβολή (Non-Refundable) για διασφάλιση cash flow.

- **High Season Peak (Ιούλιος - Αύγουστος):** Εφαρμογή Minimum Stay restriction (3-5 διανυκτερεύσεις) και σταδιακή αύξηση τιμής ανά 5% κάθε φορά που η πληρότητα ξεπερνά το 75%, 85% και 92%.
- **Shoulder Months Optimization:** Πακέτα προσφορών "Stay 4, Pay 3" με δωρεάν εμπειρίες (Spa/ Dinner) αντί ευθείας μείωσης τιμής.

5. MARKETING STRATEGY, BRANDING & DIGITAL GUEST JOURNEY

5.1 Στοχευμένες Personas Ταξιδιωτών

The Luxury Seeker

Δημογραφικά: 35-60 ετών, υψηλό εισόδημα.

Κίνητρο: Ιδιωτικότητα, premium υπηρεσίες, εξατομίκευση.

Κανάλι: Direct Website, Travel Concierge.

The Eco-Conscious

Δημογραφικά: 28-45 ετών, μεσαίο/υψηλό εισόδημα.

Κίνητρο: Βιωσιμότητα, ESG, τοπική κουζίνα, φύση.

Κανάλι: Social Media, Sustainable Travel Platforms.

Active Experientialists

Δημογραφικά: 30-55 ετών, οικογένειες / ζευγάρια.

Κίνητρο: Δραστηριότητες, πολιτισμός, εξερεύνηση.

Κανάλι: OTAs, OTAs, DMO Portal.

5.2 Ψηφιακό Διοχετευτήριο Πωλήσεων (Digital Sales Funnel)

Στάδιο Funnel	Ψηφιακά Εργαλεία & Κανάλια	Στόχος & Δείκτης Μέτρησης (KPI)
1. Awareness (Αναγνωρισιμότητα)	Meta Ads, Google Search Ads, DMO Co-marketing, Micro-influencers.	Impressions, Reach, Website Visits (CTR > 3.5%).
2. Consideration (Ενδιαφέρον)	High-speed Website, 360 Virtual Tours, TripAdvisor/Google Reviews.	Time on Site (> 2.5 min), Engagement Rate.
3. Conversion (Κράτηση)	Direct Booking Engine με Best Rate Guarantee, Instant Chatbot.	Conversion Rate (> 2.2%), Cart Abandonment Rate (< 60%).
4. Retention (Διατήρηση)	Automated Pre-arrival & Post-stay Email Sequences, Loyalty Discounts.	Repeat Guest Rate (> 18%), Review Score (> 9.2/10).

5.3 Στρατηγική Περιεχομένου (Content Strategy)

Η παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού υψηλής αισθητικής (High-end Photography, Drone Videos, Micro-stories) επικεντρώνεται στο συναίσθημα και στην προβολή του τρόπου ζωής (lifestyle) στον προορισμό, ενισχύοντας την οργανική αλληλεπίδραση στα κοινωνικά δίκτυα.

6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ HR

Η μεγαλύτερη πρόκληση των εποχιακών ξενοδοχείων είναι η προσέλκυση και διατήρηση υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού. Η επιχειρησιακή προετοιμασία χωρίζεται σε 3 κύριες φάσεις:

6.1 Φάσεις Επιχειρησιακού Κύκλου

PRE-SEASON (Ιαν. - Απρ.)

- Στελέχωση & Συνεντεύξεις
- Onboarding & Εκπαίδευση SOPs
- Συντηρήσεις υποδομών
- Pre-booking campaigns

- Daily Operations Excellence
- Real-time Guest Feedback
- Dynamic Yield Adjustments
- Daily Cost Control

POST-SEASON (Οκτ. - Δεκ.)

- Financial Reporting & Audit
- HR Debriefing & Evaluation
- Συντήρηση & Winterization
- Σχεδιασμός επόμενης σεζόν

6.2 Στρατηγική HR Retention (Διατήρηση Προσωπικού)

Πυλώνας HR	Εφαρμοζόμενη Πρακτική	Αντίκτυπος στη Λειτουργία
Ποιοτική Στέγαση & Διατροφή	Παροχή σύγχρονων, ανακαινισμένων καταλυμάτων προσωπικού με Wi-Fi & ποιοτική σίτιση.	Δραστική μείωση οικειοθελών αποχωρήσεων κατά τη σεζόν.
Σύστημα Επιβράβευσης (Bonuses)	Performance Bonus βάσει επίτευξης στόχων RevPAR, θετικών κριτικών & Upselling.	Αύξηση παραγωγικότητας & παρακίνησης του προσωπικού.
Continuous Training	Πιστοποιημένα σεμινάρια σεμιναρίων Service, Πρώτων Βοηθειών & ESG πρακτικών.	Διασφάλιση υψηλής ποιότητας υπηρεσιών & συνέπειας SOPs.

7. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ & KPIs

Ο αυστηρός χρηματοοικονομικός έλεγχος διασφαλίζει τη διατήρηση υγιούς περιθωρίου κέρδους και την αποφυγή ταμειακών δυσκολιών κατά τους μηδενικής ροής χειμερινούς μήνες.

7.1 Ενδεικτική Κατανομή Προϋπολογισμού (High Season Budget Breakdown)

Κατηγορία Δαπάνης	Ποσοστό επί των Εσόδων (%)	Στόχος / Περιγραφή
Μισθοδοσία (Payroll & Benefits)	30% - 33%	Βελτιστοποίηση staffing levels ανάλογα με την πληρότητα.
Κόστος Πωληθέντων (COGS - F&B)	10% - 12%	Έλεγχος σπατάλης τροφίμων (Food Waste control) & local purchasing.
Marketing & Προώθηση	5% - 7%	Εστίαση σε Direct Marketing με υψηλό ROI.
Ενέργεια & Κοινόχρηστα (Utilities)	7% - 9%	Εξοικονόμηση μέσω BMS & πράσινων τεχνολογιών.
Λοιπά Λειτουργικά Έξοδα (OpEx)	8% - 10%	Συντηρήσεις, καθαριστικά, προμήθειες, ασφάλειες.
Καθαρό Λειτουργικό Κέρδος (GOP Margin)	32% - 38%	Στόχος κερδοφορίας προ τόκων, φόρων & αποσβέσεων.

7.2 Βασικοί Δείκτες Αποδοτικότητας (KPIs Dashboard)

€145.00

ΣΤΟΧΟΣ ADR (HIGH SEASON)

82%

Μ'ΕΣΗ ΠΛΗΡ'ΟΤΗΤΑ ΣΕΖ'ΟΝ

€118.90

ΣΤΟΧΟΣ REVPAR

Σύστημα Μηνιαίου Ελέγχου (Monthly Budget Audit)

Κάθε τέλος του μήνα πραγματοποιείται ανάλυση αποκλίσεων (Variance Analysis) μεταξύ των προϋπολογισθέντων και των πραγματικών μεγεθών. Οποιαδήποτε αρνητική απόκλιση άνω του 5% σε κατηγορίες OpEx ενεργοποιεί άμεσο επανέλεγχο δαπανών.

8. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ (GANTT CHART & ACTION PLAN)

Η επιτυχής υλοποίηση του στρατηγικού σχεδίου βασίζεται στην αυστηρή τήρηση του χρονοδιαγράμματος ενεργειών καθ' όλη τη διάρκεια του δωδεκαμήνου.

8.1 Χρονοδιάγραμμα Δράσεων (Gantt Chart 2026)

Κατηγορία Δράσης	I	Φ	M	A	M	I	I	A	Σ	O	N	Δ
1. Στρατηγικός Σχεδιασμός & RMS Integration	X	X										
2. Αναβάθμιση Υποδομών & ESG Πιστοποίηση		X	X	X								
3. Στελέχωση & Onboarding Προσωπικού			X	X								
4. Καμπάνιες Digital Marketing & Direct Sales	X	X	X	X	X							
5. Κύρια Λειτουργία High Season Operations					X	X	X	X	X	X		
6. DMO Co-events & Shoulder Season Actions				X	X				X	X		
7. Απολογισμός, Auditing & Συντηρήσεις										X	X	X

8.2 Οδικός Χάρτης Βημάτων (Action Milestones)

- **Milestone 1 (31 Μαρτίου):** Ολοκλήρωση όλων των προσλήψεων βασικών στελεχών και οριστικοποίηση της τιμολογιακής πολιτικής RMS.
- **Milestone 2 (30 Απριλίου):** Τελική επιθεώρηση εγκαταστάσεων, πιστοποίηση Green Key και ολοκλήρωση εκπαίδευσης προσωπικού.
- **Milestone 3 (31 Ιουλίου):** Μεσοπρόθεσμος έλεγχος οικονομικών αποτελεσμάτων και αναπροσαρμογή τιμών Peak Season.
- **Milestone 4 (15 Νοεμβρίου):** Παράδοση τελικού οικονομικού απολογισμού και έναρξη προετοιμασίας επόμενου έτους.

9. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ (RISK MANAGEMENT) & ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

9.1 Πίνακας Εκτίμησης & Μετριασμού Κινδύνων (Risk Matrix)

Αναγνωρισμένος Κίνδυνος	Πιθανότητα	Επίπτωση	Στρατηγική Μετριασμού (Mitigation Plan)
Έλλειψη Εξειδικευμένου HR	Υψηλή	Υψηλή	Έγκαιρη στελέχωση από Ιανουάριο, παροχή ποιοτικής στέγασης, ανταγωνιστικά πακέτα αποδοχών & bonus.
Πτώση Ζήτησης Αγοράς Target	Μεσαία	Υψηλή	Διαφοροποίηση γεωγραφικών αγορών, αύξηση B2B συμβολαίων, άμεση προσαρμογή προσφορών via RMS.
Αύξηση Ενεργειακού Κόστους	Υψηλή	Μεσαία	Εγκατάσταση Smart BMS, φωτοβολταϊκών συστημάτων net-metering & προαγορά σταθερών τιμολογίων.
Αρνητικές Αξιολογήσεις (Reputation)	Χαμηλή	Υψηλή	Καθημερινός έλεγχος ικανοποίησης (In-house Guest Surveys) & άμεση επίλυση παραπόνων on-the-spot.

9.2 Τελικά Συμπεράσματα & Προοπτική

Η υλοποίηση του παρόντος Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης και Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Προορισμού διαμορφώνει ένα ισχυρό, βιώσιμο και ιδιαίτερα ανταγωνιστικό μοντέλο λειτουργίας για την ξενοδοχειακή μονάδα.

Μέσω της ισορροπημένης εστίασης στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, τις πράσινες πρακτικές ESG, την ψηφιακή καινοτομία και την ενεργό συνέργεια με τον DMO, η μονάδα διασφαλίζει τη μακροπρόθεσμη κερδοφορία της, θωρακίζεται απέναντι σε εξωτερικές κρίσεις και συμβάλλει ουσιαστικά στη συνολική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

TOURISM ADVISORY

Εξειδικευμένες Συμβουλευτικές Υπηρεσίες Τουριστικής Ανάπτυξης & Ξενοδοχειακής Στρατηγικής
Website: tourismadvisory.gr | Contact: info@tourismadvisory.gr

TOURISM ADVISORY

Strategic Tourism Solutions & Destination Management

Παρέχουμε ολοκληρωμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες στρατηγικού σχεδιασμού, βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, οργάνωσης DMO και βελτιστοποίησης απόδοσης ξενοδοχειακών μονάδων σε όλη την Ελλάδα.

Ιστοσελίδα: tourismadvisory.gr

Email: info@tourismadvisory.gr

