



Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Τμήμα Διοίκησης Τεχνολογίας

Πτυχιακή Εργασία

Θέμα

**«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό
Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»**

Φοιτητής:

Ελευθέριος Χ. Δαρούσης

Επιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Φώτης Χ. Κίτσιος

Θεσσαλονίκη

Ιούνιος 2013



Ημερομηνία Παράδοσης:

27/06/2013

Τμήμα Διοίκησης Τεχνολογίας

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Περιοχή Λόγγου-Τουρπάλη

Νάουσα, 59200

Τηλ: 23320 52460

Φαξ: 23320 52462

<http://tm.uom.gr/>

Τίτλος: Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης
Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών:
Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας
Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού
Τουρισμού

Μάθημα:

Πτυχιακή Εργασία

Φοιτητής:

Ελευθέριος Χ. Δαρούσης

Εξεταστική επιτροπή:

Φώτης Κίτσιος

Άγγελος Σιφαλέρας

Κώστας Ψάννης

Σύνοψη:

Σκοπός της πτυχιακής αυτής εργασίας είναι η παρουσίαση και η αναλυτική περιγραφή ανάπτυξης ηλεκτρονικής επιχείρησης η οποία θα έχει ως αποστολή της, την παροχή καινοτόμων ηλεκτρονικών υπηρεσιών στον κλάδο του χειμερινού τουρισμού. Παρουσιάζεται επιχειρηματικό σχέδιο, με έμφαση στη σχεδίαση νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών στα πλαίσια δημιουργίας ηλεκτρονικής επιχείρησης και στα πρότυπα ανάπτυξης και δομής e-business plan. Ολοκληρώνοντας, στόχος της εργασίας αυτής είναι η κατανόηση και χρήση των απαραίτητων μεθοδολογιών για την ανάπτυξη καινοτόμων και την επέκταση υπάρχοντων υπηρεσιών για την παροχή προστιθέμενης αξίας σε ιδιαίτερα απαιτητικά group πελατών, εφαρμόζοντας κυρίως την μεθοδολογία του επιχειρηματικού σχεδιασμού.

Ευχαριστίες

Η εργασία αυτή αφιερώνεται στους γονείς μου για την μεγάλη παρακίνηση και υποστήριξή τους κατά την διάρκεια των προπτυχιακών μου σπουδών.

Στον κ. Φωτη Κίτσιο λέκτορα του τμήματος Διοίκησης Τεχνολογίας ΠαΜακ και επιβλέπων καθηγητή της πτυχιακής μου εργασίας για την στήριξη του όχι μόνο, σε επίπεδο ακαδημαϊκών σπουδών αλλά και στην γνώση και εμπειρία που μου μετέφερε.

Τέλος στον Νίκο Καλύβα Retail & Social Media Manager και επιβλέπων της πρακτικής μου στον όμιλο Galenica όπου αποτέλεσε για μένα μεγάλο δάσκαλο στα πρώτα επαγγελματικά μου βήματα με την εμπειρία και γνώση που μου μετέφερε.

“If you have an apple and I have an apple and we exchange these apples then you and I will still each have one apple. But if you have an idea and I have an idea and we exchange these ideas, then each of us will have two ideas.”

George Bernard Shaw

1 Περίληψη

Η χιονοδρομία και ο χειμερινός τουρισμός τις τελευταίες δεκαετίες έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή στην Ελλάδα και ο συγκεκριμένος κλάδος στην χώρα μας έχει παρουσιάσει τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη. Στην Ελλάδα λειτουργούν 20 χιονοδρομικά κέντρα και τα πιο πρόσφατα στοιχεία δείχνουν ότι οι επισκέπτες τους αγγίζουν ενδεικτικά τους 500.000 κατά μέσο όρο ανά χειμερινή περίοδο. Η συνεχής εξάπλωση του διαδικτύου και η αυξανόμενη χρήση τουριστικών ηλεκτρονικών υπηρεσιών δημιουργεί ελκυστικές συνθήκες για επιχειρηματικές δραστηριότητες. Η ανταγωνιστικότητα στον κλάδο χαρακτηρίζεται χαμηλή αφήνοντας περιθώρια για καινοτόμες δράσεις παροχής αξιόπιστων και προστιθέμενης αξίας υπηρεσιών για την ικανοποίηση των υψηλών απαιτήσεων των πελατών δημιουργώντας έτσι βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η παρουσίαση και η αναλυτική περιγραφή της ανάπτυξης ηλεκτρονικής επιχείρησης η οποία θα έχει ως αποστολή της, την παροχή καινοτόμων υπηρεσιών στον κλάδο του χειμερινού τουρισμού. Παρουσιάζεται επιχειρηματικό σχέδιο, με έμφαση στη σχεδίαση νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών στα πλαίσια δημιουργίας ηλεκτρονικής επιχείρησης και στα πρότυπα ανάπτυξης και δομής e-business plan. Αρχικά αναλύεται η χρήση του διαδικτύου, των νέων τεχνολογιών και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών καθώς και οι τάσεις της αγοράς του χειμερινού τουρισμού. Στην συνέχεια περιγράφεται η επιχειρηματική ιδέα, αναλύονται οι καινοτόμες υπηρεσίες οι οποίες αναμένεται να προσδώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αναπτύσσεται το e-business model της επιχείρησης. Χρησιμοποιείται η μεθοδολογία προσχεδιασμού υπηρεσιών Service Blueprint (Lovelock, 2007) προκειμένου να παρουσιαστεί ως ένας «χάρτης» το σύστημα παραγωγής και διανομής τους. Ακολουθεί η επισκόπηση του κλάδου του χειμερινού/χιονοδρομικού τουρισμού και η ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Για τον σκοπό αυτό εφαρμόζονται οι αναλύσεις PEST και πέντε δυνάμεων του Porter για την χαρτογράφηση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης και εφαρμόζεται η SWOT ανάλυση προκειμένου να προσδιοριστούν οι δυνάμεις, αδυναμίες καθώς και οι ευκαιρίες και απειλές της επιχείρησης. Αναλύονται οι επιλογές στη στρατηγική μάρκετινγκ και ιδιαίτερα το μείγμα προώθησης όσο αφορά στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και στα social media.

Τέλος προβλέπονται δυνατότητες μελλοντικής επέκτασης και ανάπτυξης νέων στρατηγικών της επιχειρηματικής δράσης της επιχείρησης τόσο στην ελληνική όσο και στην αγορά του εξωτερικού και κυρίως στις γειτονικές Βαλκανικές χώρες όπου παρατηρείται μια αυξημένη χειμερινή τουριστική δραστηριότητα τα τελευταία χρόνια από Έλληνες.

Ολοκληρώνοντας, στόχος της εργασίας αυτής είναι η ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών στον ανερχόμενο κλάδο του χειμερινού τουρισμού με την δημιουργία ηλεκτρονικής επιχείρησης για την παροχή προστιθέμενης αξίας σε ιδιαίτερα απαιτητικούς πελάτες μέσω της ανάπτυξης ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου.

2 *Abstract*

Winter tourism and sports over the last years became very popular in Greece. This specific market in our country has shown an important growth and development. Moreover, the expansion of the internet and the continuous increasing use of tourist e-services are ideal for entrepreneurship activities in this market.

The purpose of this paper is to evaluate the analysis of the development of new e-business, in order to offer innovative and added-value e-services in the sector of Greek winter tourism. Furthermore, it is practical presented the most important sections of a business plan, by focusing on the design of new e-services in the framework of new electronic business development, followed by the structure and standards of an e-business plan.

Firstly, a brief overview of main statistics from 2012 for the usage of internet, new technologies and web services in Greece is presented. Secondly, the business idea is described, the innovative services are analysed which are expected to gain the competitive advantage in the winter tourism market and also the e-business model is illustrated. In addition, the Service Blueprint Methodology (Lovellock. 2000, 2007) is applied in the provided services, where the definition of it is to present as a map the production and development system of a service, as well as its distribution to customers. Next, an overview of the Greek winter tourism market is illustrated, as well as the environment of the business. To achieve this an empirical application of PEST, Porter's five forces analysis, for mapping the external environment of the business and finally SWOT analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities and the threats of it.

Finally, the possibilities and strategies for future expansion and development are predicted both in Greek and in international markets, mainly in the Balkans region where there is an increased winter tourism activity from Greek winter tourists.

In general, the contribution of this paper is the understanding and presentation of main methodologies, to deploy new innovative services and expand old ones in the Greek winter tourism, by creating an e-business infrastructure in order to satisfy highly demanding target groups with business planning process.

Περιεχόμενα

1	ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
2	ABSTRACT	5
3	ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	7
4	ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	12
5	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	13
5.1	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ.....	14
5.2	ΠΡΟΤΥΠΑ Β2C-Β2B.....	15
5.3	E-BUSINESS MODEL.....	17
5.4	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	19
5.5	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΟΧΕΥΣΗ	23
6	SERVICE BLUEPRINT-ΠΡΟΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	24
7	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	29
8	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	36
8.1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	38
9	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	40
9.1	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ.....	40
9.2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	41
9.3	ΑΝΑΛΥΣΗ PORTER.....	43
9.4	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΥΤΕΡΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	45
9.5	SWOT ANALYSIS.....	47
10	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	48
10.1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	48
10.1.1	Μερίδιο Αγοράς	52
10.1.2	Τιμολογιακή Πολιτική.....	52
10.1.3	Σύστημα Διανομής	54
10.1.4	Προώθηση και Επικοινωνία	55
10.1.5	E-Marketing & Social Media Strategy	55
11	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	60
12	ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ/ΕΠΕΚΤΑΣΙΜΟΤΗΤΑ	65
13	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ DEMO ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	66
14	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	72
14.1	LOGOS SNOW4ALL.GR.....	72
14.2	ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	74
15	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	76



Εικόνα 1: Το λογότυπο της Snow4all

3 Περίληψη του επιχειρηματικού σχεδίου

Σκοπός της πτυχιακής αυτής εργασίας είναι η παρουσίαση και η αναλυτική περιγραφή ανάπτυξης ηλεκτρονικής επιχείρησης η οποία θα έχει ως αποστολή της, την παροχή καινοτόμων ηλεκτρονικών υπηρεσιών στον κλάδο του χειμερινού τουρισμού. Παρουσιάζεται επιχειρηματικό σχέδιο, με έμφαση στη σχεδίαση νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών στα πλαίσια δημιουργίας ηλεκτρονικής επιχείρησης και στα πρότυπα ανάπτυξης και δομής e-business plan.

Η χιονοδρομία και ο χειμερινός τουρισμός τις τελευταίες δεκαετίες έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή στην Ελλάδα. Επιπλέον, ο συγκεκριμένος κλάδος στην χώρα μας έχει παρουσιάσει τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη και περιθώρια νέων καινοτόμων επιχειρηματικών επενδύσεων. Στην Ελλάδα λειτουργούν 20 χιονοδρομικά κέντρα και σύμφωνα και τα πιο πρόσφατα στοιχεία δείχνουν ότι οι επισκέπτες στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα αγγίζουν τους 500.000/σεζόν και παράλληλα με την αύξηση της χρήσης ηλεκτρονικών ταξιδιωτικών υπηρεσιών ο κλάδος του χειμερινού τουρισμού στο γενικότερο φάσμα του αποτελεί αγορά για καινοτόμες επενδύσεις. Ο βαθμός επιχειρηματικότητας στον κλάδο είναι μέτριος με επιχειρήσεις, φυσικές και ηλεκτρονικές, κυρίως διαμονής, χειμερινών ειδών και ελάχιστα ενημέρωσης των χιονοδρόμων και χειμερινών τουριστών για τους χειμερινούς προορισμούς, τα χιονοδρομικά κέντρα και για τα χειμερινά αθλήματα. Ακόμα και οι ελάχιστες, με ηλεκτρονική παρουσία, επιχειρήσεις που απασχολούνται στην αγορά αυτή δεν παρέχουν αξιόπιστες και αξίας για τον καταναλωτή υπηρεσίες δημιουργώντας έτσι ένα κενό για επένδυση και εισαγωγή στον συγκεκριμένο χώρο. Τέλος η συνεχής

εξάπλωση του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα δημιουργεί χώρους και ευκαιρίες για ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα και καινοτομία.

Η αποστολή της snow4all είναι να παρέχει, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών και προηγμένων μεθόδων βελτιστοποίησης, ολοκληρωμένες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες αναφορικά με το χειμερινό τουρισμό, με κύριο γνώμονα την πλήρη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών της.

Η επιχειρηματική ιδέα snow4all.gr αποτελεί μία ευκαιρία για εισαγωγή στον κλάδο του χειμερινού/χιονοδρομικού τουρισμού λαμβάνοντας υπόψη και την έλλειψη κάποιας έστω και παρόμοιας επιχείρησης στον χώρο. Παρατηρείται τα τελευταία δύο χρόνια μία ολοένα και αυξανόμενη τάση εξοικείωσης του ελληνικού καταναλωτικού κοινού με τις νέες τεχνολογίες και τις e-υπηρεσίες και φαίνεται να εμπιστεύεται τα συστήματα διαδικτυακής ασφάλειας και εμπιστευτικότητας, παρέχοντας προσωπικά στοιχεία για την πραγματοποίηση e-συναλλαγών. Έρευνα[] έδειξε ότι το 27.8% των καταναλωτών που κάνει χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου, πραγματοποιεί κρατήσεις ταξιδιωτικών υπηρεσιών (Πίνακες Στοιχείων, στο τέλος του Παραρτήματος).

Η Snow4all.gr αποσκοπεί στη δημιουργία ενός ιστοχώρου, που θα παρέχει καινοτόμες υπηρεσίες όπως:

- Διαδραστική online μηχανή κράτησης χειμερινού εξοπλισμού
- Άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση για την κατάσταση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων
- Οδηγός εκμάθησης χειμερινών σπορ για αρχάριους μέσω multimedia εφαρμογών
- Οδηγός ενημέρωσης χειμερινών τουριστικών προορισμών
- Οδηγός επιλογής κατάλληλου χειμερινού εξοπλισμού
- Δυνατότητα ολοκλήρωσης χειμερινού ταξιδιού
- Desktop και Smartphone application για εύχρηστη και φορητή χρήση των υπηρεσιών
- Υπηρεσίες Εικονικής Κοινότητας/Social Networking

Οι ολοκληρωμένες καινοτόμες υπηρεσίες της snow4all.gr στοχεύουν σε δύο γενικότερα target groups πελατών του κλάδου:

- ✓ Χειμερινούς τουρίστες
- ✓ Λάτρεις χειμερινών αθλημάτων/δραστηριοτήτων
- ✓ Καταστήματα λιανικής χειμερινού τουρισμού/αθλητισμού
- ✓ Επιχειρήσεις και άλλα portals που θα διαφημιστούν στο site μας

Ο ρυθμός τεχνολογικής καινοτομίας στον συγκεκριμένο κλάδο παρουσιάζεται σταθερός με έλλειψη στον τομέα καινοτομίας και ψηφιακής επιχειρηματικότητας κενό που θα καλύψει η snow4all.gr που είναι άλλωστε και η δραστηριότητα και ο στόχος της.

Το επιχειρηματικό αυτό εγχείρημα θα προσφέρει αξία στους πελάτες μέσω των νέων τεχνολογιών, απαλλάσσει τους πελάτες από χρονοβόρες αναζητήσεις προορισμών, μέσων μετακίνησης, καταλυμάτων, παρέχοντας τους γρήγορα και στις πλέον συμφέρουσες τιμές τις καλύτερες δυνατές επιλογές για χειμερινές αποδράσεις. Ακόμα με ένα πλήθος επιπλέον υπηρεσιών αναφορικά με τον χειμερινό/χιονοδρομικό τουρισμό θα αποτελεί την 1^η επιλογή για το καταναλωτικό κοινό.

Το είδος δραστηριότητας και γενικότερα ο κλάδος του χειμερινού/χιονοδρομικού τουρισμού διέπεται από ανταγωνισμό μικρού έως και ελάχιστου βαθμού. Πιο συγκεκριμένα η μόνη επιχείρηση που «πλησιάζει» την δραστηριότητά της snow4all.gr είναι η snowreport.gr η οποία προσφέρει εξίσου ελκυστικές υπηρεσίες σε basic interface και όχι με βελτιωμένη εμπειρία και διαδραστικότητα που θα προσφέρει η snow4all.gr. Στο γενικότερο ανταγωνιστικό περιβάλλον της επιχείρησης οι πελάτες δεν συμβάλλουν στην τιμολογιακή πολιτική αλλά επηρεάζουν την ζήτηση και την παροχή των υπηρεσιών. Οι προμηθευτές συμβάλλουν στην τιμολογιακή πολιτική και επηρεάζουν μόνο την επιχείρηση με κίνδυνο την μείωση εσόδων και η πιθανότητα ολοκλήρωσης προς τα εμπρός είναι πιθανή με απειλή για την snow4all.gr. Ακόμα η πιθανότητα εισόδου ανταγωνιστών είναι πιθανή αλλά υπάρχει το έδαφος για δημιουργία εμποδίων εισόδου νέων ανταγωνιστών. Τέλος δεν υπάρχει ιδιαίτερος βαθμός κινδύνου από υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες στον συγκεκριμένο κλάδο.

Οι παράγοντες που αποτελούν το διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και διαφοροποιούν την επιχείρηση από τους ανταγωνιστές είναι οι καινοτόμες υπηρεσίες όπου η καθεμία διατηρεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι του μικρού ανταγωνισμού στην συγκεκριμένη αγορά. Οι παράγοντες αυτοί αναλύονται μέσα στο επιχειρηματικό σχέδιο.

Τα προσφερόμενα αγαθά προς τους πελάτες διακρίνονται σε κύρια που περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες που θα παρέχονται και υποστηρικτικά που περιλαμβάνονται τα προϊόντα με το λογότυπο της εταιρείας τα οποία αποτελούν προϊόντα promotion και διαφήμισης. Στην στρατηγική μάρκετινγκ της snow4all.gr περιλαμβάνεται και η κατάκτηση του 70-75% του συνόλου της αγοράς της στο δεύτερο έτος παρουσίασης της, προσφέροντας τις καινοτόμες υπηρεσίες της. Ακόμα θα εφαρμοστεί συγκεκριμένη τιμολογιακή πολιτική σύμφωνα και με τις οικονομικές συνθήκες και προγράμματα customer loyalty για να επιτευχθεί η προσέλκυση νέων πελατών αλλά και η πιστότητα των υπάρχουσών πελατών της με προσφορές και εκπτώσεις. Το σύστημα διανομής που θα εφαρμόσει η snow4all.gr θα αποτελεί ένα σύγχρονο μοντέλο διανομής των υπηρεσιών της, το σύστημα αυτό θα τηρεί συγκεκριμένα κριτήρια διασφάλισης ποιότητας και ικανοποίησης των πελατών. Η snow4all.gr θα δώσει μεγάλη βαρύτητα στο κομμάτι προώθηση και επικοινωνία του marketing mix χρησιμοποιώντας καινοτόμα και τεχνολογικά διαδικτυακά εργαλεία προώθησης και επικοινωνίας όπως Google Ads, Facebook, Στατικές διαφημίσεις σε άλλους ιστοχώρους και Twitter marketing. Όλο το πλαίσιο επομένως του E-marketing και των Social Media όπου αποτελεί την καλύτερη δυνατή τακτική για προώθηση e-business επιχειρήσεων.

Το αρχικό ποσό χρηματοδότησης για έναρξη λειτουργίας της snow4all.gr προβλέπεται σε **89.500,00 €** το οποίο αποτελεί και τα έξοδα κατά το 1^ο έτος λειτουργίας. Τα προβλεπόμενα έξοδα για το 2^ο έτος λειτουργίας προβλέπονται σε **135.500,00 €**. Τα προβλεπόμενα έσοδα κατά την λειτουργία της snow4all.gr το 1^ο έτος ανέρχονται σε **101.000,00 €** και κατά το 2^ο έτος λειτουργίας σε **211.000,00 €**. Τα κέρδη της επιχείρησης τον 1^ο χρόνο λειτουργίας προβλέπονται σε **11.500,00 €** και κατά την διάρκεια του 2^{ου} χρόνου λειτουργίας σε **75.500,00 €** χωρίς να υπολογίζονται οποιεσδήποτε φορολογικές επιβαρύνσεις (Φ.Π.Α.) των παρεχόμενων υπηρεσιών σε αυτό το στάδιο (προ φόρων). Οι βασικές υποθέσεις των αποτελεσμάτων εσόδων-

εξόδων προέκυψαν ύστερα από έρευνα αγοράς για τα έξοδα τεχνολογίας, διαφήμισης και προώθησης, λειτουργικά καθώς και τα έξοδα κατασκευής προϊόντων με το logo της snow4all.gr. Ακόμα με συγκεκριμένη προτεινόμενη τιμολογιακή πολιτική και με έρευνα αγοράς προέκυψαν τα προβλεπόμενα έσοδα από το διαχειριστικό τέλος εισπρακτέο από τα καταστήματα λιανικής για κράτηση χειμερινού εξοπλισμού online, προμήθεια από τρίτους παρόχους, από διαφημίσεις στο site και από άλλες υποστηρικτές υπηρεσίες και δυνατότητες προσθήκης διαφημιστικών μηνυμάτων.

4 Χρήση διαδικτύου και ηλεκτρονικών υπηρεσιών

Έρευνα αναφορικά με την χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας, της ελληνικής; στατιστικής αρχής, από τα νοικοκυριά για το 2012 [36] έδειξε ότι πάνω από τα μισά νοικοκυριά διαθέτουν σύνδεση στο διαδίκτυο και ότι το 94,3% των συνδέσεων αυτών είναι ευρυζωνικές. Σημαντικά στοιχεία προκύπτουν και από την χρήση του διαδικτύου από φορητές συσκευές όπου το 69% των νοικοκυριών συνδέεται στο internet από κινητό τηλέφωνο ή smartphone ενώ στην ίδια έρευνα καταγράφηκε αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ακόμα, παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μία ολοένα αυξανόμενη τάση εξοικείωσης του ελληνικού κοινού με τις νέες τεχνολογίες και τις e-υπηρεσίες. Ακόμη, το ελληνικό κοινό φαίνεται να εμπιστεύεται σιγά-σιγά αλλά προοδευτικά τα συστήματα δικτυακής ασφάλειας και εμπιστευτικότητας, παρέχοντας προσωπικά στοιχεία για την πραγματοποίηση e-συναλλαγών. Σημαντική ανάπτυξη παρατηρείται στο ηλεκτρονικό εμπόριο όπου το 2012 1.9εκ. Έλληνες [36] αγόρασαν online προϊόντα ή υπηρεσίες.

Επιπλέον σύμφωνα με την έρευνα [35] του εργαστηρίου ηλεκτρονικού εμπορίου eltrun του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών το 93% των ερωτηθέντων χρησιμοποιεί online ταξιδιωτικές υπηρεσίες (κρατήσεις, ενοικιάσεις, κλπ.). Ακόμα η χρήση online ταξιδιωτικών υπηρεσιών παρουσίασε τέτοια αύξηση που η συγκεκριμένη κατηγορία βρέθηκε στην 1^η θέση από την 3^η το 2011. Συμπέρασμα αυτών των στοιχείων, είναι η ευκαιρία που παρατηρείται για καινοτομία και ανάπτυξη νέων υπηρεσιών στον τομέα των ηλεκτρονικών ταξιδιωτικών και τουριστικών υπηρεσιών.

5 Περιγραφή της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Γενικά στοιχεία

Επωνυμία επιχείρησης: **snow4all**

Νομική μορφή: **Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.)**

Κλάδος δραστηριότητας: **Χειμερινός-Χιονοδρομικός Τουρισμός**

Ιστότοπος: **www.snow4all.gr**

Όραμα

Το όραμα της snow4all είναι να αποτελέσει την πρώτη επιλογή του έλληνα χιονοδρόμου και χειμερινού τουρίστα για την παροχή καινοτόμων και προστιθέμενης αξίας υπηρεσιών αναφορικά με τον χειμερινό και χιονοδρομικό τουρισμό.

Δήλωση Αποστολής

Η αποστολή της snow4all είναι να παρέχει, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών και σύγχρονων καναλιών εξυπηρέτησης, ολοκληρωμένες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες αναφορικά με το χειμερινό τουρισμό, με κύριο γνώμονα την πλήρη ικανοποίηση των απαιτήσεων και αναγκών των πελατών της.

Στρατηγικοί στόχοι

Οι βασικές στρατηγικές επιδιώξεις της snow4all είναι:

- Να εδραιωθεί ως η πρώτη επιλογή των χειμερινών τουριστών και αθλητών στην Ελλάδα για την κάλυψη των αναγκών τους.
- Να εναρμονίζει τις νέες τεχνολογίες με τις προηγμένες μεθόδους βελτιστοποίησης και διαχείρισης σχέσεων, ώστε να μην αποκλίνει από την αποστολή της.
- Να παρέχει οικονομικές και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες στους πελάτες της.
- Να αναπτύξει διαδικασίες για την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών χειμερινών ταξιδιών.

5.1 Επιχειρηματική Ευκαιρία

Η παρούσα επιχειρηματική ιδέα αποτελεί μία ευκαιρία στον κλάδο τόσο από έλλειψη ισχυρού ανταγωνισμού όσο και από την κάλυψη των αναγκών των πελατών για ενημέρωση και προσφορά ενός πλήρους πακέτου υπηρεσιών το οποίο καλύπτει όλο το εύρος με παροχών αναφορικά με τον χειμερινό τουρισμό και αθλητισμό.

Καταρχάς, παρατηρείται τα τελευταία δύο χρόνια μία ολοένα αυξανόμενη τάση εξοικείωσης του ελληνικού κοινού με τις νέες τεχνολογίες και τις e-υπηρεσίες. Ακόμη, το ελληνικό κοινό φαίνεται να εμπιστεύεται σιγά-σιγά αλλά προοδευτικά τα συστήματα δικτυακής ασφάλειας και εμπιστευτικότητας, παρέχοντας προσωπικά στοιχεία για την πραγματοποίηση e-συναλλαγών και στρέφοντας στην χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου για την κάλυψη των αναγκών του. Ακόμα καλύπτοντας το demand της αγοράς αυτής όπου παρατηρείται αδυναμία από τις υπάρχουσες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις η ευκαιρία για έναρξη innovative startup θα καταστήσει την snow4all σε leader της αγοράς.

Επιπλέον, η τρέχουσα χρονική στιγμή είναι η καταλληλότερη για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής πρότασης, καθώς το συμπέρασμα από έρευνες σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο και το διαδίκτυο, το e-επιχειρείν ήρθε σαν trend για να μείνει στο προσκήνιο και e-commerce applications πετυχαίνουν σε μεγάλα ποσοστά σε διάφορους κλάδους και με ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών.

Τέλος, η πλήρη και αποτελεσματική εκμετάλλευση των σύγχρονων διαθέσιμων τεχνολογιών καθώς και των ραγδαία αναπτυσσόμενων κοινωνικών δικτύων αποτελούν δυνατά στοιχεία προκειμένου να γίνει αντιληπτή η ευκαιρία αλλά και η αδυναμία χρήσης αυτών από τον αδύναμο ανταγωνισμό. Ολοκληρώνοντας, αξίζει αν τονιστεί το στοιχείο του μεγάλου ποσοστού νεολαίας που συμπεριλαμβάνεται στα target group οι οποίοι γνωρίζουν σήμερα άριστη χρήση των νέων τεχνολογιών και θα συμπεριλαμβάνονται για μεγάλο χρονικό διάστημα μέρος των ομάδων πελατών.

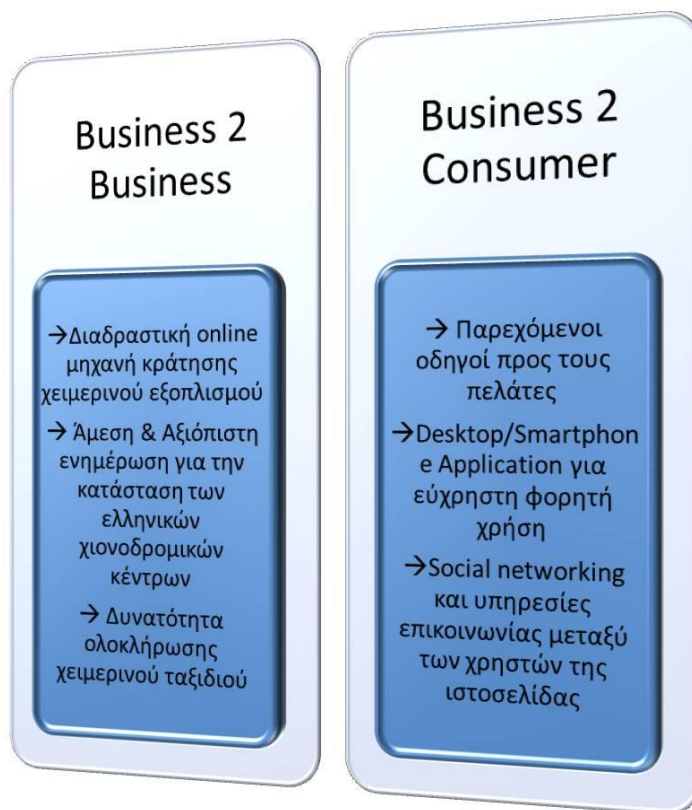
5.2 Πρότυπα B2C-B2B

Οι συναλλαγές που διεξάγονται στον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου διαχωρίζονται ανάλογα με το είδος των εμπλεκόμενων μερών. Οι κυριότερες κατηγορίες αφορούν συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων προς καταναλωτές το λεγόμενο Business 2 Consumer πρότυπο, συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων δηλαδή Business 2 Business και συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και κρατικών/δημόσιων υπηρεσιών & οργανισμών οι οποίες περιγράφουν το πρότυπο Business 2 Government.

Σύμφωνα με το είδος των συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου όπου δραστηριοποιείται η snow4all την κατηγοριοποιούμε σε *Business 2 Business (B2B)* και *Business 2 Consumer (B2C)* επιχείρηση:

Business2Business: Η δυνατότητα κράτησης χειμερινού εξοπλισμού θα πραγματοποιείτε μέσα από το site της snow4all και η διαδικασία παραλαβής από τα καταστήματα λιανικής παρατηρώντας πως πραγματοποιείτε μια συναλλαγή μεταξύ επιχειρήσεων. Το ίδιο συμβαίνει και στην παροχή ενημέρωσης για την κατάσταση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων αλλά και στην διαδικασία ολοκλήρωσης ενός πλήρους χειμερινού ταξιδιού. Οι διαδικασίες αυτές μερικών εκ των βασικών υπηρεσιών της επιχείρησης εμπλέκουν τρίτες επιχειρήσεις για τον λόγο αυτό εντάσσονται στην ανάλογη κατηγορία.

Business2Consumer: Αντίστοιχα, οι οδηγοί ενημέρωσης τουριστικών χειμερινών προορισμών, εκμάθησης χειμερινών σπορ μέσω Multimedia εφαρμογών και επιλογής κατάλληλου χειμερινού εξοπλισμού απευθύνονται στους τελικούς πελάτες και για αυτό εντάσσονται στην κατηγορία B2C. Όπως επίσης και οι Desktop/Smarthphone εφαρμογές αλλά και οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης και επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών απευθύνονται στους τελικούς πελάτες μας.

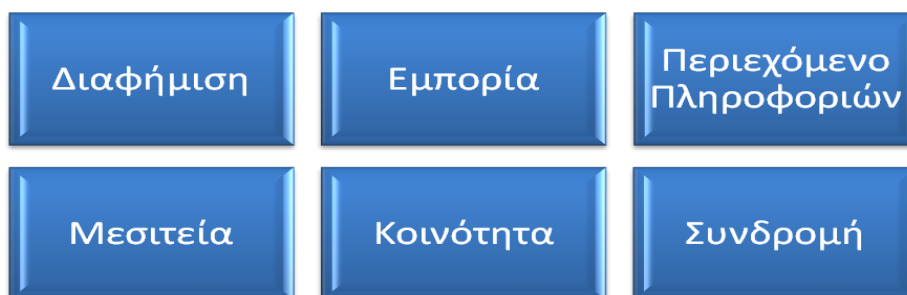


Εικόνα 2: Κατηγοριοποίηση των υπηρεσιών της snow4all βάσει του είδους συναλλαγών

5.3 E-business Model

Το επιχειρηματικό μοντέλο της επιχείρησης είναι ουσιαστικά η διαδικασία για την επιχειρηματική δραστηριότητα με την οποία μπορεί να αποφέρει βιωσιμότητα και έσοδα. Προσδιορίζεται έτσι η μέθοδος με την οποία η επιχείρηση θα αποφέρει κέρδη από την τοποθέτηση του επιχειρηματικού μοντέλου στην αλυσίδα αξίας της.

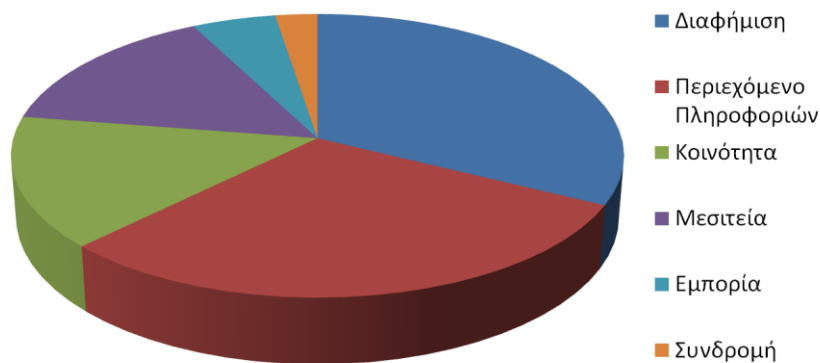
Μια σημαντική κατηγοριοποίηση επιχειρηματικών μοντέλων ηλεκτρονικών based επιχειρήσεων είναι αυτή του καθηγητή Michael Rappa [25]. Σύμφωνα με τον Michael Rappa η επιχειρηματική ιδέα της snow4all ως ανάλυση ηλεκτρονικού επιχειρηματικού μοντέλου βάσει των παρεχόμενων υπηρεσιών και των υποστηρικτών προϊόντων της επιχείρησης εντάσσεται στις κατηγορίες: Διαφήμιση, Εμπορία, Περιεχόμενο Πληροφοριών, Μεσιτεία, Κοινότητα και Συνδρομή.



Εικόνα 3: Οι κατηγορίες των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων της snow4all

Πηγή: Michael Rappa: Business models on the Web: managing the digital enterprise. North Carolina State University, USA, 2000

E-Business Model Snow4all



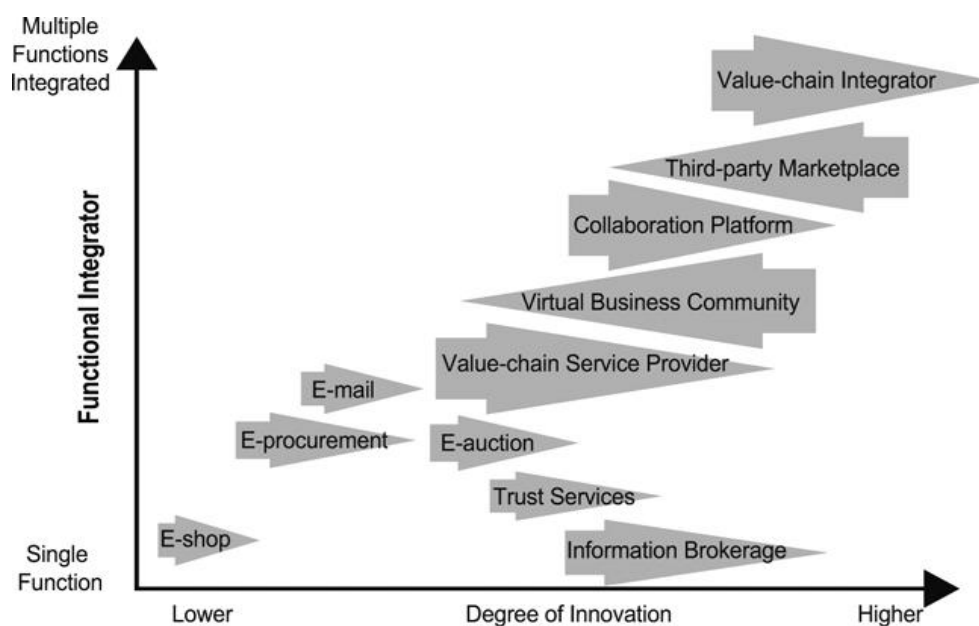
Εικόνα 4: Το προβλεπόμενο e-business model της snow4all βάσει των παρεχόμενων υπηρεσιών

Με βάση τις κατηγορίες ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων που εφαρμόζει η επιχείρηση γίνεται μια αρχική εκτίμηση και πρόβλεψη του αναμενόμενου ποσοστού που θα αντιστοιχεί στο καθένα. Η πρόβλεψη πραγματοποιείται σύμφωνα με την εκτιμώμενη χρήση των υπηρεσιών της snow4all από τους πελάτες της.

5.4 Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Μια αντίστοιχη προσέγγιση αναφορικά με την κατηγοριοποίηση των επιχειρηματικών μοντέλων στον κόσμο του e-επιχειρείν έχει και ο Timmers (1999)[7][10]. Ο Timmers (1999) προσδιορίζει 11 διαφορετικούς τύπους επιχειρηματικών μοντέλων που μπορούν να διευκολυνθούν και να δραστηριοποιηθούν στο διαδίκτυο:

1. Ηλεκτρονικά Καταστήματα
2. Ηλεκτρονικές Προμήθειες
3. Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα
4. Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες
5. Εικονικές Κοινότητες
6. Πλατφόρμες Συνεργασίας
7. Αγορές Τρίτων
8. Ολοκληρωτές Αλυσίδας Αξίας
9. Παροχείς Υπηρεσιών Αλυσίδας Αξίας
10. Μεσιτεία Πληροφοριών
11. Υπηρεσίες εμπιστοσύνης



Source: Timmers (1999)

Εικόνα 5: Κατηγοριοποίηση ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων από τον Timmers (1999)

Αφού παρουσιάστηκε παραπάνω μια «γενική» κατηγοριοποίηση των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων σύμφωνα με τον Rappa (2000) βάσει των παρεχόμενων υπηρεσιών της snow4all, παρακάτω θα κατηγοριοποιήσουμε πιο «ειδικά» πλέον με βάση το μοντέλο του Timmers (1999) τις παρεχόμενες κύριες υπηρεσίες της snow4all:

✚ Διαδραστική online μηχανή κράτησης χειμερινού εξοπλισμού

✓ **Ηλεκτρονική Προμήθεια (E-Procurement)**



Εικόνα 6: Το μοντέλο της ηλεκτρονικής προμήθειας

Πηγή: Τροποποιημένο από: e-Επιχειρηματικότητα από την ιδέα στην υλοποίηση (Μάρκελλος, Μαρκέλλου, Ρήγκου, Συρμακέσης, Τσακαλίδης)

✚ Άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση για την κατάσταση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων

✓ **Μεσιτεία Πληροφοριών (Information Brokerage)**

✓ **Πλατφόρμα Συνεργασίας (Collaboration Platform)**

✚ Οδηγός εκμάθησης χειμερινών σπορ για αρχάριους μέσω multimedia εφαρμογών

✓ *Εικονική Κοινότητα (Virtual Community)*

✚ Οδηγός ενημέρωσης χειμερινών τουριστικών προορισμών

✓ *Μεσιτεία Πληροφοριών (Information Brokerage)*

✓ *Εικονική Κοινότητα (Virtual Community)*

✚ Οδηγός επιλογής κατάλληλου χειμερινού εξοπλισμού

✓ *Μεσιτεία Πληροφοριών (Information Brokerage)*

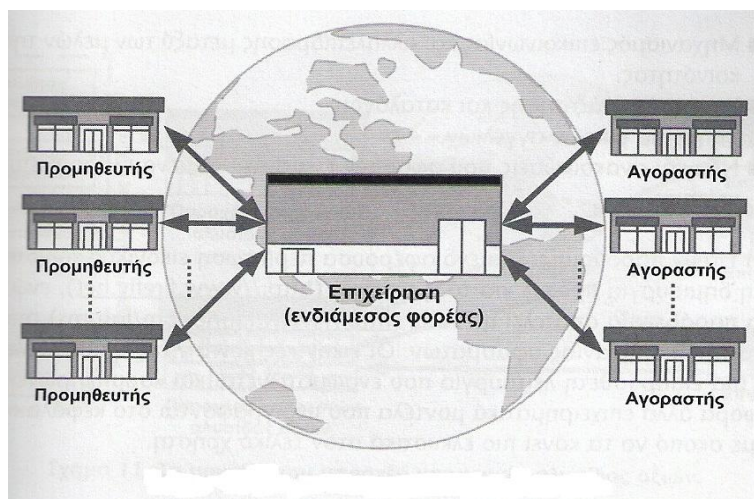
✚ Υπηρεσίες Εικονικής Κοινότητας/Social networking

✓ *Μεσιτεία Πληροφοριών (Information Brokerage)*

✓ *Εικονική Κοινότητα (Virtual Community)*

✚ Δυνατότητα ολοκλήρωσης χειμερινού ταξιδιού

✓ *Αγορά Τρίτου Φορέα (Third Party Marketplace)*



Εικόνα 7: Το μοντέλο της αγοράς τρίτου φορέα

Πηγή: e-Επιχειρηματικότητα από την ιδέα στην υλοποίηση(Μάρκελλος, Μαρκέλλου, Ρήγκου, Συρμακέσης, Τσακαλίδης)

5.5 Επιχειρηματική Στόχευση

Η κύρια επιχειρηματική στόχευση [37] της ιστοσελίδας εντάσσεται στις κατηγορίες *Transactional*, *Content* και *Relational*. Αρχικά, transactional στόχευση καθώς στην ιστοσελίδα της επιχείρησης θα πραγματοποιούνται εμπορικές συναλλαγές αλλά και η επιχείρηση θα ενεργεί ως διαμεσολαβητής των φυσικών καταστημάτων χειμερινού εξοπλισμού. Επιπλέον, θα παρέχεται αξιόπιστο συνεχώς ενημερωμένο και χρήσιμο πληροφοριακό περιεχόμενο, αναφορικά με το χειμερινό τουρισμό και αθλητισμό, προς τους πελάτες δωρεάν, μελλοντικά ίσως παρέχονται και πακέτα αναβάθμισης λογαριασμού επί πληρωμή για επιπλέον προστιθέμενες υπηρεσίες. Στην κατηγορία Content πέρα από περιεχόμενο που θα παρέχεται η snow4all στοχεύει και σε ισχυρά έσοδα από τις διαφημίσεις που προβάλλονται σε όλη την ιστοσελίδα. Τέλος, θα δοθεί έμφαση και στην παροχή ενός συνολικού πακέτου υπηρεσιών εικονικής κοινότητας για αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ πελατών και επιχείρησης και χρηστών της ιστοσελίδας.

6 *Service Blueprint-Προσχεδιασμός Βασικών Παρεχόμενων Υπηρεσιών*

Για μια επιχείρηση με δραστηριότητα την παροχή υπηρεσιών, η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών αποτελεί μια από τις σημαντικότερες αποφάσεις που μπορεί να λάβει. Όπως και για τη διαδικασία ανάπτυξης προϊόντων, στην υπάρχουσα βιβλιογραφία έχουν προταθεί διάφορα μοντέλα που περιγράφουν τη διαδικασία ανάπτυξης μιας νέας υπηρεσίας [26].

Ο προσχεδιασμός υπηρεσιών σύμφωνα με τον Αυλωνίτη (2004) [1] αποτελεί μία «εικόνα» ή «χάρτη» που απεικονίζει σχηματικά το σύστημα παραγωγής και διανομής της νέας υπηρεσίας προς ανάπτυξη. Το μοντέλο του προσχεδιασμού υπηρεσιών στην απλή και τροποποιημένη μέθοδο που παρουσιάζει ο Αυλωνίτης (2004) [1] τροποποιημένο από τον Lovelock(2000, 2007) [13] και [12] περιλαμβάνει τα εξής κύρια συστατικά:

- Γραμμή Συναλλαγής
- Γραμμή Ορατότητας
- Γραμμή Εσωτερικών Διεργασιών
- Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας

Στην γραμμή συναλλαγής περιλαμβάνονται οι ενέργειες των πελατών, πως μπορούν να ζητήσουν ή να κάνουν χρήση της υπηρεσίας. Στην γραμμή ορατότητας εντοπίζονται οι ενέργειες των εργαζομένων που γίνονται στο «προσκήνιο» παροχής της υπηρεσίας. Η γραμμή εσωτερικών διαδικασιών περιγράφει τις ενέργειες των εργαζομένων που δεν βρίσκονται στο «προσκήνιο», backstage actions, δηλαδή δεν είναι ορατές από τους πελάτες κατά την χρήση της υπηρεσίας. Τέλος στις διαδικασίες υποστήριξης περιγράφονται οι υποστηρικτές λειτουργίες για την διανομή και χρήση της υπηρεσίας. Παρακάτω γίνεται εφαρμογή της μεθόδου service blueprint στις βασικές υπηρεσίες της επιχειρηματικής ιδέας δημιουργώντας έτσι ένα χάρτη για κάθε υπηρεσία με τις βασικές της διαδικασίες:

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

Όπου Yi, για i=1,2...8 είναι οι βασικές παρεχόμενες υπηρεσίες από την 1^η μέχρι την 8^η

	Γραμμή Συναλλαγής	Γραμμή ορατότητας	Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών	Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας
Y1	<p>Χρήση της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου</p> <p>Προετοιμασία απαραίτητων στοιχείων (βάρος, ύψος επίπεδο κλπ) για την ενοικίαση του κατάλληλου εξοπλισμού (Χρήση του οδηγού επιλογής κατάλληλου εξοπλισμού)</p> <p>Πιστωτική/χρεωστική κάρτα, PayPal, Λογαριασμός τραπεζής, για την πληρωμή</p> <p>Παραλαβή από τον πελάτη του εξοπλισμού από το κατάστημα επιλογής του</p>	<p>Λήψη της κράτησης, επεξεργασία και προώθηση στο επιλεγόμενο κατάστημα λιανικής</p> <p>Αποστολή στον πελάτη ηλεκτρονικού ενημερωτικού κράτησης και απόδειξης</p> <p>Ενημέρωση πελάτη για παραλαβή του εξοπλισμού από το επιλεγόμενο κατάστημα</p>	<p>Διαδικασία χρέωσης και ελέγχου στοιχείων</p> <p>Τακτική ενημέρωση διαθεσιμότητας από το κατάστημα λιανικής</p> <p>Προετοιμασία εξοπλισμού για παραλαβή από το σημείο διανομής</p> <p>Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας και αντιμετώπιση προβλημάτων</p>	<p>Ηλεκτρονική παρακολούθηση της διαδικασίας κράτησης (στάδια) από τον πελάτη</p> <p>Υποστήριξη πελατών μέσω e-mail, eforum, social networks (facebook, twitter), live chat</p> <p>Τηλεφωνική υποστήριξη και εξυπηρέτηση προς τα συνεργαζόμενα καταστήματα για αντιμετώπιση προβλημάτων στην υπηρεσία κράτησης</p>

Πίνακας 1: Service Blueprint για την 1^η υπηρεσία

	Γραμμή Συναλλαγής	Γραμμή ορατότητας	Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών	Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας
Y2	<p>Χρήση της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου</p>	<p>Παροχή πληροφοριών</p>	<p>Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας και αντιμετώπιση προβλημάτων</p> <p>Ενημέρωση στοιχείων από τα χιονοδρομικά κέντρα με πρόσβαση σε ειδικό web interface με 24ωρη δυνατότητα αυτοματοποιημένης πρόσβασης</p> <p>24ωρη τηλεφωνική υποστήριξη για τα χιονοδρομικά κέντρα για αντιμετώπιση προβλημάτων στην πλατφόρμα ενημέρωσης</p>	<p>Παροχή δυνατότητας RSS Feed για ειδοποίηση προς τον πελάτη για αλλαγές και ενημέρωση των επιλογών του</p> <p>Δυνατότητα εγγραφής σε υποστηρικτική υπηρεσία e-mail notification για άμεση ενημέρωση τυχόν αλλαγών στην κατάσταση των χιονοδρομικών κέντρων(καιρός, κατάσταση λειτουργίας)</p> <p>Υποστήριξη πελατών μέσω email, eforum, social networks customer channel (facebook, twitter)</p>

Πίνακας 2: Service Blueprint για την 2^η υπηρεσία

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

	<i>Γραμμή Συναλλαγής</i>	<i>Γραμμή ορατότητας</i>	<i>Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών</i>	<i>Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας</i>
Υ3	Χρήση της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου	Διάθεση πληροφοριών και multimedia αρχείων	<p>Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας και αντιμετώπιση προβλημάτων</p> <p>Τακτική ενημέρωση(update) στοιχείων και πληροφοριών</p>	<p>Παροχή δυνατότητας RSS Feed για ειδοποίηση ενημερώσεων και προσθήκης νέων αρχείων στην υπηρεσία</p> <p>Δυνατότητα εγγραφής σε υποστηρικτική υπηρεσία e-mail notification για ειδοποίηση ενημερώσεων και προσθήκης νέων αρχείων</p> <p>Υποστήριξη πελατών μέσω e-mail, eforum, social networks (facebook, twitter)</p>

Πίνακας 3: Service Blueprint για την 3^η υπηρεσία

	<i>Γραμμή Συναλλαγής</i>	<i>Γραμμή ορατότητας</i>	<i>Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών</i>	<i>Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας</i>
Υ4	Χρήση της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου	Διάθεση πληροφοριών	<p>Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας και αντιμετώπιση προβλημάτων</p> <p>Τακτική ενημέρωση στοιχείων και πληροφοριών</p>	<p>Παροχή δυνατότητας RSS Feed και e-mail notification για άμεση ειδοποίηση ενημερώσεων και προσθήκη νέων αρχείων</p> <p>Υποστήριξη μέσω e-mail, eforum , social networks (facebook, twitter) των πελατών και των τοπικών φορέων για σωστή και αξιόπιστη παροχή πληροφοριών για τους προορισμούς</p>

Πίνακας 4: Service Blueprint για την 4^η υπηρεσία

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

	<i>Γραμμή Συναλλαγής</i>	<i>Γραμμή ορατότητας</i>	<i>Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών</i>	<i>Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας</i>
Υ5	Χρήση της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου	Διάθεση πληροφοριών και αποτελεσμάτων	<p>Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας και αντιμετώπιση προβλημάτων</p> <p>Τακτική ενημέρωση του μηχανισμού επιλογής του κατάλληλου εξοπλισμού βάσει κριτηρίων (Βάρος ύψος, κλπ)</p>	<p>Παροχή δυνατότητας RSS Feed για ειδοποίηση ενημερώσεων</p> <p>Υποστήριξη και πληροφόρηση των πελατών μέσω e-mail, eforum , social networks (facebook, twitter)</p>

Πίνακας 5: Service Blueprint για την 5^η υπηρεσία

	<i>Γραμμή Συναλλαγής</i>	<i>Γραμμή ορατότητας</i>	<i>Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών</i>	<i>Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας</i>
Υ6	Χρήση της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου	Παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών μέσω τρίτων συνεργαζόμενων επιχειρήσεων (Κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων. Κράτηση διαμονής, Ενοικίαση μεταφορικού μέσου)	Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας και αντιμετώπιση προβλημάτων	<p>Εύχρηστο interface</p> <p>Υποστήριξη και πληροφόρηση μέσω e-mail, eforum, social networks (facebook, twitter) των πελατών</p> <p>Υποστήριξη για αντιμετώπιση των συγκεκριμένων υπηρεσιών και μέσω των υπηρεσιών εξυπηρέτησης των συνεργαζόμενων εταιρειών</p>

Πίνακας 6: Service Blueprint για την 6^η υπηρεσία

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

	Γραμμή Συναλλαγής	Γραμμή ορατότητας	Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών	Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας
Υ7	Χρήση των υπηρεσιών της snow4all από Η/Υ και φορητές συσκευές με δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο	Διάθεση πληροφοριών Ενημέρωση περιεχομένου	Υποστήριξη και τακτική διάθεση ενημερώσεων (updates) των εφαρμογών για αντιμετώπιση προβλημάτων, σφαλμάτων κλπ Παρακολούθηση της ορθής λειτουργίας της υπηρεσίας	Υποστήριξη μέσω τηλεφώνου, VoIP (Skype, Google Hangouts), e-mail, eforum , social networks (facebook, twitter)

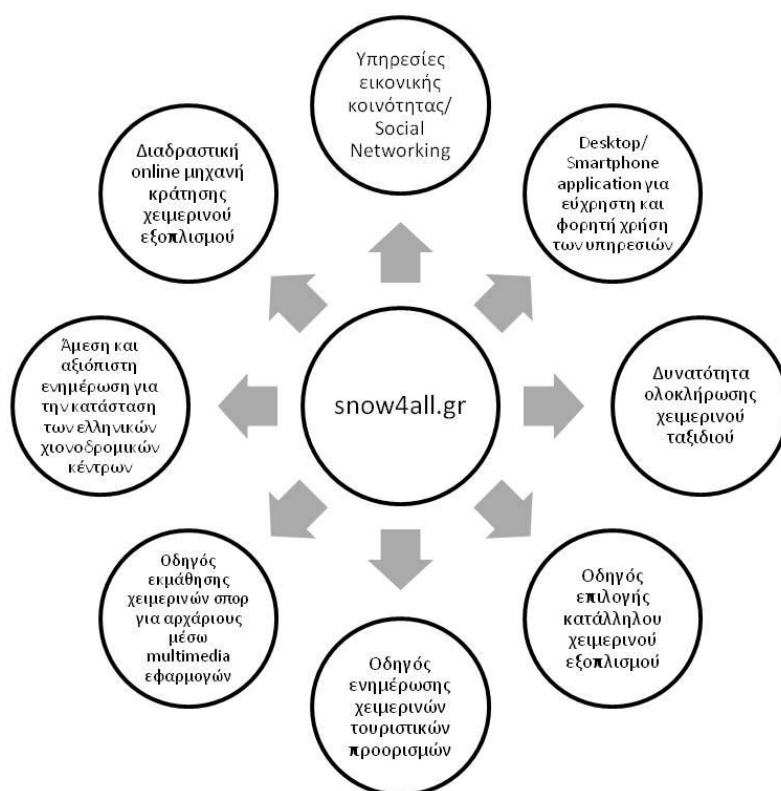
Πίνακας 7: Service Blueprint για την 7^η υπηρεσία

	Γραμμή Συναλλαγής	Γραμμή ορατότητας	Γραμμή Εσωτερικών Διαδικασιών	Διαδικασίες Υποστήριξης της Υπηρεσίας
Υ8	Χρήση των υπηρεσιών μέσω διαδικτύου	Αναρτήσεις χρησμών στοιχείων και πληροφοριών στην εικονική κοινότητα	Παρακολούθηση ορθής λειτουργίας των υπηρεσιών (chat, forum κλπ) και αντιμετώπιση τεχνικών προβλημάτων	Υποστήριξη των υπηρεσιών και αντιμετώπιση προβλημάτων μέσω e-mail, eforum , social networks (facebook, twitter)

Πίνακας 8: Service Blueprint για την 8^η υπηρεσία

7 Υπηρεσίες

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες της επιχειρηματικής ιδέας σχεδιάστηκαν έτσι ώστε να επιτυγχάνουν την μεγαλύτερη αξία προς τον πελάτη και να υπερτερούν έναντι των ελάχιστων ανταγωνιστών στον κλάδο. Στο σύνολο τους παρέχουν ένα σύστημα υπηρεσιών που καλύπτει πλήρως τις ανάγκες των target groups που στοχεύει η ιδέα αναφορικά με τον χειμερινό χιονοδρομικό τουρισμό και επιτυγχάνεται η μέγιστη δυνατή κερδοφορία της επιχείρησης.



Εικόνα 8: Οι παρεχόμενες υπηρεσίες της snow4all.gr

Διαδραστική online μηχανή κράτησης χειμερινού εξοπλισμού & Δυνατότητα ολοκλήρωσης χειμερινού ταξιδιού.

Ερευνώντας την αγορά παρατηρούμε ότι μια ανάλογη υπηρεσία απουσιάζει από τον κλάδο του χειμερινού και χιονοδρομικού τουρισμού στην Ελλάδα. Ουσιαστικά οι υπηρεσίες που λαμβάνει σήμερα ο χρήστης από τα ελληνικά sites χειμερινού και χιονοδρομικού τουρισμού είναι η ενημέρωση σχετικά με τα στοιχεία επικοινωνίας, τις διευθύνσεις των χιονοδρομικών κέντρων και των καταστημάτων ενοικίασης

χειμερινού εξοπλισμού. Ωστόσο, μία αντίστοιχη υπηρεσία παρέχεται από sites του εξωτερικού (www.snowrental.net και www.skiset.co.uk), τα οποία όμως μειονεκτούν λόγω έλλειψης διαδραστικότητας με το χρήστη (εξυπηρέτηση μέσω απλών τυποποιημένων φορμών), ορθής δομής και εύχρηστης πλοήγησης και επιπλέον δε δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά. Συνοπτικά, ο χρήστης θα εισάγει τα απαραίτητα στοιχεία σωματότυπου (π.χ. βάρος, ύψος), προορισμό, είδος εξοπλισμού, επίπεδο γνώσης αθλήματος (π.χ. αρχάριος) και το σύστημα θα του επιστρέφει τις βέλτιστες δυνατές και διαθέσιμες επιλογές. Επιπλέον, η snow4all.gr στοχεύοντας σε ευρύτερα target groups θα εισάγει τη δυνατότητα ολοκλήρωσης χειμερινού ταξιδιού, καθώς έτσι θα πραγματοποιηθεί μία προσέγγιση και σε άτομα που δεν ενδιαφέρονται για χειμερινά αθλήματα ωστόσο είναι λάτρεις του χειμερινού τουρισμού. Η υπηρεσία θα παρέχεται μέσω συνεργασίας με sites παροχής αξιόπιστων τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. airtickets.gr, skyscanner.net, booking.com) για κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων, καταλυμάτων/ξενοδοχείων σε χιονοδρομικούς προορισμούς και ενοικίαση αυτοκινήτου. Εστιάζοντας στην ελληνική αγορά, υπάρχει πλήρη διαφοροποίηση καθώς δεν υπάρχει μέχρι πρότινος κάποια άλλη επιχείρηση, η οποία να παρέχει παράλληλα τις συγκεκριμένες υπηρεσίες, αποκτώντας με αυτόν τον τρόπο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: Εστιάζοντας στην ελληνική αγορά, υπάρχει πλήρη διαφοροποίηση καθώς δεν υπάρχει μέχρι πρότινος κάποια άλλη επιχείρηση, η οποία να παρέχει παράλληλα τις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Για την ακρίβεια μέχρι σήμερα δεν έχει παρουσιαστεί ελληνική επιχείρηση η οποία να παρέχει online τη δυνατότητα κράτησης χειμερινού εξοπλισμού αλλά και ολοκλήρωσης χειμερινού ταξιδιού (υπάρχουν εταιρίες που παρέχουν μεμονωμένες υπηρεσίες όπως π.χ. ενοικίαση αυτοκινήτου). Παρατηρώντας την ευρωπαϊκή αγορά, υπάρχουν εταιρίες οι οποίες παρέχουν διαδικτυακά τη δυνατότητα κράτησης χειμερινού εξοπλισμού, ωστόσο για τη διεκπεραίωση της υπηρεσίας απαιτείται από το χρήστη η συμπλήρωση δύσχρηστων φορμών. Αντιθέτως, η snow4all.gr θα παρέχει στο χρήστη ένα user friendly book engine μηχανισμό προκειμένου να ολοκληρώσει την διαδικασία εύκολα και σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Συνοπτικά τα κυριότερα στοιχεία που διαφοροποιούν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες και παρέχουν όφελος και αξία στο χρήστη είναι:

- ✓ **Παροχή νέων δυνατοτήτων στους χρήστες**
- ✓ **Ολοκληρωμένο και ενιαίο προσφερόμενο πακέτο υπηρεσιών**
- ✓ **Παροχή των υπηρεσιών μέσω σύγχρονων τεχνολογιών και συστημάτων πληροφορίας**
- ✓ **Άμεση ενημέρωση του χρήστη για την πορεία της όλης διαδικασίας κράτησης**
- ✓ **Διαφορετικοί και state-of-the-art μέθοδοι πληρωμής για την παραγγελία του χρήστη**

Άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση για την κατάσταση των χιονοδρομικών κέντρων:

Η απότομη αλλαγή των καιρικών φαινομένων ιδίως κατά την περίοδο του χειμώνα αποτελεί ένα σημαντικό ζήτημα κυρίως στον χειμερινό αθλητισμό και απαίτηση του στοχευόμενου πελάτη. Τα υπάρχοντα site με θεματολογία περί χειμερινών αθλημάτων και τουρισμού, παρέχουν ενημέρωση σχετικά με την κατάσταση των χιονοδρομικών κέντρων, ωστόσο, οι μέχρι πρότινος ενημερώσεις γίνονται έμμεσα. Οι υπεύθυνοι των χιονοδρομικών κέντρων ενημερώνουν τους διαχειριστές των αντίστοιχων sites μέσω τηλεφώνου, e-mails ή fax και εκείνοι με τη σειρά τους πραγματοποιούν τις πρέπουσες ενημερώσεις στο σύστημα. Ωστόσο, αυτή η τακτική αφενός διακυβεύει την εγκυρότητα και την αμεσότητα της ενημέρωσης, καθώς ενδέχεται να υπάρξουν προβλήματα κατά την επικοινωνία αλλά και καθυστερημένη ενημέρωση των χιονοδρόμων, ενώ προϋποθέτει και την ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού από την διοίκηση του εκάστοτε site, το οποίο να είναι πάντα διαθέσιμο ώστε να λαμβάνει και να υλοποιεί την όποια ειδοποίηση από τα χιονοδρομικά. Η διαφοροποίηση της snow4all στην συγκεκριμένη υπηρεσία είναι ότι θα παρέχει πραγματικά έγκυρη και άμεση ενημέρωση, καθώς η ανανέωση του συγκεκριμένου πεδίου στο site, θα γίνεται από τους υπεύθυνους των χιονοδρομικών κέντρων άμεσα, μέσω ενός εύχρηστου συστήματος δομής web interface (εξατομικευμένος πίνακας διαχείρισης). Έτσι, θα παρέχεται μία πραγματικά έγκυρη και άμεση ενημέρωση όλο το 24ωρο, καθώς θα πραγματοποιείται απευθείας από τους υπεύθυνους λειτουργίας

των χιονοδρομικών κέντρων και άμεση, αφού θα ανανεώνεται η κατάσταση του χιονοδρομικού κέντρου την στιγμή που παρατηρείται οποιαδήποτε καιρική αλλαγή και θα εμφανίζεται στον χρήστη on time. Αξίζει να σημειωθεί πως ευθύνη για την παροχή της ενημέρωσης και των πληροφοριών έχει το εκάστοτε χιονοδρομικό, όπου και θα αναγράφεται ρητώς στην σελίδα παροχής της υπηρεσίας, αυτό σημαίνει ότι χρειάζεται μια καλή στρατηγική επικοινωνίας και μάρκετινγκ με τις διοικήσεις των χιονοδρομικών κέντρων προκειμένου να κατανοήσουν τα οφέλη από την ορθή χρήση της παροχής αυτής.

Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα: Η συγκεκριμένη υπηρεσία διαφοροποιείται, από τις όμοιες της στην αγορά, καθώς:

- ✓ **Πραγματοποιείται απευθείας ενημέρωση από τους υπεύθυνους του χιονοδρομικού και όχι από κάποιο διαχειριστή συστήματος**
- ✓ **Δεν απαιτεί περαιτέρω έξοδα (π.χ. τηλέφωνα, υπάλληλος)**
- ✓ **Η ενημέρωση θα αφορά την τρέχουσα κατάσταση και όχι εκείνη που μπορεί να υπήρχε πριν από αρκετές ώρες**
- ✓ **Η υπηρεσία θα είναι διαθέσιμη όλο το 24ωρο συνεχώς και όλες τις ημέρες**
- ✓ **Ο πελάτης απολαμβάνει αξιόπιστη, άμεση και έγκυρη ενημέρωση για τα χιονοδρομικά κέντρα**

Desktop & Smartphone Application και Social Networking/Υπηρεσίες εικονικής Κοινότητας

Desktop Application:

Υπάρχει μια μεγάλη μερίδα χρηστών οι οποίοι επιθυμούν να έρχονται σε επαφή με συγκεκριμένες υπηρεσίες όσο πιο άμεσα γίνεται από τη στιγμή που ενεργοποιούν τον υπολογιστή τους. Για να προσεγγίσει και αυτή τη κατηγορία του καταναλωτικού κοινού η snow4all, θα διαθέτει και μία desktop εφαρμογή. Φυσικά, θα υπάρχει πεδίο ρυθμίσεων από το οποίο ο χρήστης θα μπορεί να προσθέτει και να αφαιρεί υπηρεσίες που θέλει ή όχι να δέχεται και δυνατότητα εύκολης και άμεσης τροποποίησης των

επιλογών του. Η ενημέρωση των δεδομένων της εφαρμογής θα γίνεται μέσω διαδικτύου που σημαίνει online. Επιπλέον ο χρήστης θα έχει δυνατότητα άμεσης πρόσβασης και στις υπόλοιπες υπηρεσίες της snow4all από τον υπολογιστή του.

Smartphone Application:

Διανύοντας την εποχή της φορητότητας και της ασύρματης δικτύωσης, παρατηρείται μία σταδιακά αναπτυσσόμενη χρήση των συγκεκριμένων τεχνολογιών. Πλέον, υπάρχει ένα ευρύ τμήμα της αγοράς το οποίο θέλει να λαμβάνει υπηρεσίες σε οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκεται, οποιαδήποτε στιγμή και εν κινήσει. Ιδιαίτερα με την συνεχή ανάπτυξη των smartphones και tablets η εν κινήσει λήψη υπηρεσιών τείνει να γίνει απαίτηση του καταναλωτικού κοινού. Συνεπώς, με την ανάπτυξη μίας τέτοιας εφαρμογής σε γλώσσα προγραμματισμού java και συμβατής με τα λειτουργικά συστήματα smartphones και tablets Android, Windows Phone και iOS, το snow4all.gr θα είναι άμεσα προσπελάσιμο στους εν κινήσει χρήστες/πελάτες. Όπως και στην περίπτωση της Desktop εφαρμογής, ο χρήστης θα μπορεί να θέσει εξ αρχής επιλεγμένες υπηρεσίες, τις οποίες και επιθυμεί να του παρέχονται.

Social Networking/Υπηρεσίες Εικονικής Κοινότητας:

Η κοινωνική δικτύωση είναι ένα φαινόμενο το οποίο βρίσκεται σε έξαρση και θα εξακολουθεί να βρίσκεται, όσο οι χρήστες απαιτούν διαδραστικότητα και επικοινωνία στο διαδίκτυο. Με αυτό τον τρόπο, θα μπορούν να αναπτύσσουν εικονικές φιλίες, να ανταλλάσσουν εικόνες και videos από χειμερινές εξορμήσεις και αθλήματα, άρθρα σχετικά με το χειμερινό τουρισμό και αθλητισμό, θα μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους σε πραγματικό χρόνο μέσω live chat εφαρμογής, και να κανονίζουν κοινές εξορμήσεις προς χιονοδρομικούς προορισμούς για μείωση του κόστους μετάβασης.

Η βασική διαφοροποίηση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις είναι ότι δεν παρέχεται από τις τελευταίες κάποια αντίστοιχη ενιαία και εύχρηστη υπηρεσία. Παρέχοντας επομένως υπηρεσίες όπως διαδικτυακή συνομιλία των χρηστών, forum συζητήσεων και ανταλλαγής απόψεων θα δημιουργηθεί μια μεγάλη εικονική κοινότητα ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα και αγάπη για τον χειμερινό τουρισμό.

Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα: Με τις συγκεκριμένες υπηρεσίες, η snow4all.gr εκμεταλλεύεται τεχνολογίες αιχμής και δυνατότητες που είναι trend στον κόσμο του διαδικτύου ώστε να αποτελέσει το συνολικό της portal πιο διαδραστικό. Η βασική διαφοροποίηση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις είναι ότι δεν παρέχεται από τις τελευταίες ένα συνολικό πακέτο αντίστοιχων δυνατοτήτων, αλλά μόνο συγκεκριμένες παροχές προς τον τελικό χρήστη.

Επομένως υπάρχει διαφοροποίηση καθώς:

- ✓ Δεν υπάρχουν αντίστοιχες υπηρεσίες σε ολόκληρη την ελληνική αγορά του χειμερινού τουρισμού όπου απευθύνεται η snow4all
- ✓ Η ανάπτυξή τους δεν αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό κόστος επένδυσης
- ✓ Διευρύνουν άμεσα τις δυνατότητες των χρηστών
- ✓ Δημιουργία μιας μεγάλης εικονικής κοινότητας (Social Community) για τον ελληνικό και όχι μόνο χειμερινό τουρισμό και αθλητισμό.

Οδηγοί εκμάθησης χειμερινών αθλημάτων μέσω multimedia, επιλογής χειμερινού εξοπλισμού και ενημέρωσης χειμερινών προορισμών.

Οδηγοί εκμάθησης χειμερινών αθλημάτων & επιλογής χειμερινού εξοπλισμού:

Η snow4all με αποτελεσματικό τρόπο θα αποφύγει τα κουραστικά και μονότονα εγχειρίδια χρήσης σε μορφή κειμένου και θα εφαρμόσει τεχνολογίες πολυμέσων. Θα υπάρχουν διαθέσιμα videos με επαγγελματίες δασκάλους χειμερινών αθλημάτων οι οποίοι σε πρώτη φάση θα ενημερώνουν τους χρήστες σχετικά με τα κριτήρια επιλογής χειμερινού εξοπλισμού και στη συνέχεια θα μπορούν να παρακολουθούν μαθήματα βασικής εκμάθησης με αναλυτικές οδηγίες. Επιπλέον, μέσω του οδηγού επιλογής του κατάλληλου χειμερινού εξοπλισμού, δίνοντας ο χρήστης τα κατάλληλα στοιχεία σωματότυπου (βάρος, ύψος, επίπεδο, κλπ) στον μηχανισμό, θα εμφανίζεται η κατάλληλη επιλογή και είδος εξοπλισμού για αυτόν. Η snow4all, όπως δηλώνει και η επωνυμία της απευθύνεται σε όλους και όχι αποκλειστικά σε έμπειρους χιονοδρόμους. Οπότε αποτελεί ηθική υποχρέωση της επιχείρησης να παρέχει κατάλληλη ενημέρωση στους αρχάριους και να θυμίζει κάποια στοιχεία στους έμπειρους πελάτες της. Για να το επιτύχει αυτό η snow4all.gr με αποτελεσματικό

τρόπο θα αποφύγει τα κουραστικά εγχειρίδια χρήσης σε μορφή pdf και θα εισάγει αρχεία πολυμέσων. Θα υπάρχουν videos με δασκάλους χειμερινών σπορ οι οποίοι σε πρώτη φάση θα ενημερώνουν τους χρήστες σχετικά με τα κριτήρια επιλογής χειμερινού εξοπλισμού και στη συνέχεια θα ακολουθούν μαθήματα άθλησης.

Παράλληλα με τα videos θα εμφανίζεται και ένα πεδίο προσομοίωσης ώστε ο χρήστης να λαμβάνει ένα πλήρες οπτικοακουστικό διδακτικό υλικό αλλά και χρήσιμες συμβουλές. Επιπλέον, θα παρέχεται προς τους πελάτες εφαρμογή για την σωστή επιλογή του κατάλληλου εξοπλισμού χειμερινού αθλητισμού ανάλογα με τον σωματότυπο αλλά και το επίπεδο του χρήστη ώστε τα αποτελέσματα να είναι αξιόπιστα κα έγκυρα

Οδηγοί ενημέρωσης χειμερινών προορισμών:

Σε συνδυασμό με τους οδηγούς επιλογής χειμερινού εξοπλισμού και εκμάθησης χειμερινών αθλημάτων, θα παρέχονται στους χρήστες και οδηγοί, σε μορφή online catalogue/database, παρουσίασης χειμερινών προορισμών. Εφαρμογές state-of-the-art multimedia και διαδραστικό περιεχόμενο θα ενημερώνουν το χρήστη για τους τρόπους μετάβασης στο συγκεκριμένο προορισμό, τους χώρους διαμονής και αναψυχής, θα παρουσιάζουν τις φυσικές και τεχνητές ομορφιές του τόπου, τις παραδόσεις του και τα χιονοδρομικά κέντρα που βρίσκονται σε κοντινή ακτίνα.

Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα: Οπότε οι οδηγοί που θα παρέχει το snow4all.gr διαφοροποιούνται από τους υπάρχοντες οδηγούς στα εξής σημεία:

- ✓ Παρέχουν έναν μεγάλο ηλεκτρονικό κατάλογο πληροφοριών όπου ο χρήστης θα μπορεί να βρει εύκολα και άμεσα με μερικά μόνο «κλικ»
- ✓ Παροχή ενότητας σχολιασμού και rating των προορισμών για διαδραστικότητα και αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών του portal.
- ✓ Ειδικά διαμορφωμένος χώρος για δημοσίευση υλικού από τους χρήστες

8 Τεχνολογία

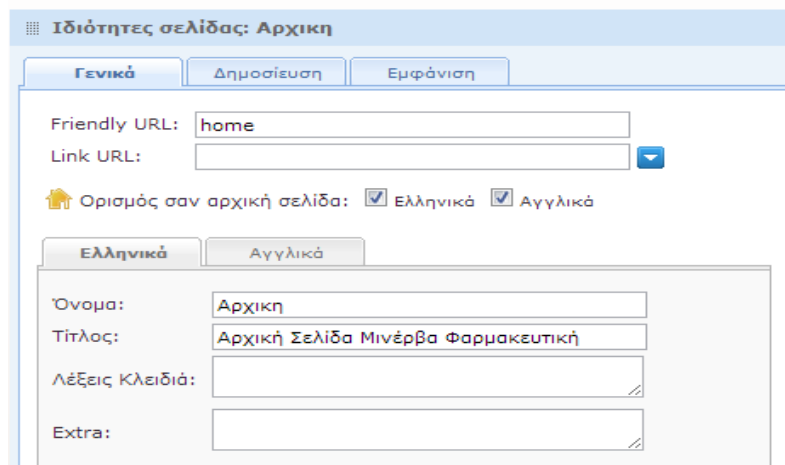
Καθώς η επιχειρηματική ιδέα αποτελεί online business, αυτό σημαίνει πως για να γίνει η ανάπτυξη και κατασκευή, από την τεχνική σκοπιά, θα χρειαστεί ένα σύνολο εργαλείων και τεχνολογιών αλλά και υπηρεσιών.

Αρχικά, απαιτείται η καταχώρηση του ονόματος του ιστότοπου της επιχείρησης σε κάποιο επίσημο καταχωρητή. Στην συνέχεια, πραγματοποιείται έρευνα αγοράς των διαθέσιμων πακέτων φιλοξενίας του website βάσει του επιχειρηματικού σχεδιασμού των απαιτήσεων και των αναγκών. Συμπεριλαμβάνοντας, την αναμενόμενη επισκεψιμότητα του ιστότοπου, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που πρέπει να περιλαμβάνει, την λειτουργικότητα και την συμβατότητα σε φορητές συσκευές.

Αναφορικά με την τεχνολογία υλοποίησης της συγκεκριμένης ηλεκτρονικής επιχείρησης θα χρησιμοποιηθούν τεχνολογίες ανάπτυξης όπως: 1)HTML, 2)Databases (MySQL), 3)Secure Socket Layer SSL, 4)Content Management Systems (Joomla, Drupal, Wordpress). Η γλώσσα HTML θα χρησιμοποιηθεί κυρίως για ενσωματωμένα μενού και drop-down lists, για την αρχική δόμηση και κατασκευή του website, καθώς και για παρεμβάσεις στο περιεχόμενο όπου τα CMS δεν θα μπορούν να υλοποιήσουν. Η χρήση Databases για την αποθήκευση δεδομένων κρίνεται αναγκαία αλλά ακόμα και για την διατήρηση στοιχείων πελατών και συνεργατών με διεπαφή με σύστημα κάποιο σύστημα CRM (Customer Relationship Management). Φυσικά η σημαντικότερη και ανταγωνιστικότερη υπηρεσία της snow4all αποτελεί η κράτηση χειμερινού εξοπλισμού μέσω διαδικτύου συνεπώς η διασφάλιση της συναλλαγής για την ανταλλαγή ευαίσθητων δεδομένων καθιστά απαραίτητη την χρήση δικλείδων ασφαλείας όπως είναι η μέθοδος SSL. Η μέθοδος κρυπτογράφησης αυτή η οποία θα παρέχεται από τρίτο φορέα θα παρέχει την σιγουριά στους χρήστες για την ασφάλεια και εμπιστευτικότητα των προσωπικών στοιχείων αλλά και πληρωμής προκειμένου να κερδίσει άμεσα την εμπιστοσύνη τους για την μαζική χρήση της υπηρεσίας.

Ακόμα, ενσωματώνοντας ένα σύγχρονο CMS tool μπορούμε να δημιουργήσουμε εύκολα και άμεσα διαδραστικό και δημιουργικό περιεχόμενο στην σελίδα. Ένα configured και συνδυαστικό CMS θα αποτελέσει την ιδανική λύση για

την snow4all καθώς θα πρέπει να παραμετροποιηθεί για τις ανάγκες της επιχείρησης και την συνεχή παρέμβαση στο δυναμικό content της ιστοσελίδας. Επιπλέον, η επιλογή χρήσης «κλειστού» CMS έναντι των αντίστοιχων open source θα αποφέρει περισσότερη ασφάλεια από κακόβουλες επιθέσεις ευκολότερη διαχείριση περιεχομένου και επεκτασιμότητα για μελλοντικές προσθήκες χαρακτηριστικών και νέων δυνατοτήτων. Ο συνδυασμός διάφορων στοιχείων από τα open source CMS εργαλεία που κυκλοφορούν θα μπορέσει να ενσωματώσει και τεχνικές SEO (Search Engine Optimization). Η snow4all προκειμένου να εναρμονίζεται με την σύγχρονη ψηφιακή εποχή που μεταβάλλεται καθημερινά με νέες τεχνικές digital marketing, έχει προβλέψει για την αποτελεσματικότερη και βελτιστοποιημένη προώθηση στις μηχανές αναζήτησης. Το τελευταίο trend για επιτυχημένη στρατηγική SEO είναι η ενσωμάτωση στον κώδικα του CMS, που θα χρησιμοποιηθεί, στην ενότητα των pages πεδίου «Λέξεις Κλειδιά» όπου θα περιλαμβάνονται οι κυριότερες λέξεις του περιεχομένου της εκάστοτε σελίδας προκειμένου να διαβάζεται εύκολα και άμεσα από τα ρομποτάκια της Google. Με αυτόν τον τρόπο ο ιστότοπος θα κερδίζει «points» στο rating της Google, με αποτέλεσμα την εμφάνιση της ιστοσελίδας στην μηχανή αναζήτησης στις πρώτες θέσεις.



The image shows a screenshot of a CMS configuration interface titled "Ιδιότητες σελίδας: Αρχική". It features three tabs: "Γενικά", "Δημοσίευση", and "Εμφάνιση". Under the "Γενικά" tab, there are fields for "Friendly URL" (set to "home") and "Link URL". Below these, there are checkboxes for "Ορισμός σαν αρχική σελίδα" (checked) and language options "Ελληνικά" and "Αγγλικά" (both checked). A sub-section for "ΕΛΛΗΝΙΚΑ" and "Αγγλικά" contains fields for "Όνομα" (set to "Αρχική"), "Τίτλος" (set to "Αρχική Σελίδα Μινέρβα Φαρμακευτική"), "Λέξεις Κλειδιά", and "Extra".

Εικόνα 9: Configured CMS με δυνατότητα SEO

8.1 Υπηρεσίες

Πιο συγκεκριμένα, αναφορικά με την τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί στις βασικές παρεχόμενες υπηρεσίες της snow4all οι αναμενόμενες επιλογές είναι:

Για τον μηχανισμό κράτησης χειμερινού εξοπλισμού η χρήση έτοιμης εφαρμογής-module με παραμετροποίηση αυτής στις απαιτήσεις για κράτηση χειμερινού εξοπλισμού. Ακόμα, η χρήση διαχειριστικού εργαλείου κρατήσεων ή η διασύνδεση του μηχανισμού με ένα CRM σύστημα κρίνεται αναγκαία για την καλύτερη παροχή της υπηρεσίας ενώ για την διασφάλιση των ευαίσθητων δεδομένων των πελατών θα χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία Secure Socket Layer. Το πιστοποιητικό θα εκδοθεί από εταιρεία ασφάλειας ηλεκτρονικών συναλλαγών ή από τον συνεργαζόμενο οργανισμό (τράπεζα, third party business) που θα χρησιμοποιηθεί για να ολοκληρώνεται η διαδικασία πληρωμής της συναλλαγής μέσω πιστωτικής/χρεωστικής κάρτας. Τέλος προκειμένου να παρέχουμε ευελιξία στον πελάτη θα δοθεί η δυνατότητα ολοκλήρωσης της διαδικασίας πληρωμής μέσω PayPal ή και κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό.

Για τον μηχανισμό ενημέρωσης στοιχείων και της κατάστασης του εκάστοτε χιονοδρομικού, θα κατασκευαστεί εξ ολοκλήρου ένα web interface με δομή control panel όπου θα δοθεί πρόσβαση στον υπεύθυνο του κάθε χιονοδρομικού. Η κατασκευή του μηχανισμού αυτού απαιτεί προγραμματισμό και κώδικα αλλά και χρήση του CMS για γραφιστικές παρεμβάσεις.

Για τους διαθέσιμους οδηγούς που θα προσφέρουμε στους πελάτες μας η τοποθέτηση του content μπορεί να υλοποιηθεί εύκολα από το διαχειριστικό εργαλείο με μικρές προγραμματιστικές παρεμβάσεις. Το περιεχόμενο θα αναπτυχθεί με τα τελευταία trends στον χώρο των multimedia εφαρμογών και θα διασυνδεθεί με τα social media της snow4all, ενώ και το περιεχόμενο θα είναι shareable, κανόνας που πρέπει να εφαρμόζεται στα σύγχρονα e-business websites.

Για την παροχή ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών προς τους χρήστες του ιστότοπου θα ενσωματωθεί μέσω κώδικα και εξαγωγή του widget της συνεργαζόμενης εταιρείας μέσω της οποίας, αρχικά, θα παρέχονται οι λοιπές τουριστικές υπηρεσίες όπως κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων. Η όλη υπηρεσία θα

ολοκληρώνεται μέσα από το site της snow4all ή στον ιστότοπο του συνεργάτη με δική του ευθύνη.

Σχετικά με την υλοποίηση των υπηρεσιών εικονικής κοινότητας, συγκεκριμένα η παροχή online chat θα υλοποιηθεί μέσω έτοιμου module/application από τρίτο developer, όπως επίσης και η υπηρεσία forum όπου θα έχει επιλεγεί ένα από τα καλύτερα applications με ευρεία χρήση και χρηστικότητα παγκοσμίως σε site που παρέχουν υπηρεσίες virtual community.

Ολοκληρώνοντας, η ανάπτυξη των εφαρμογών desktop & mobile θα γίνει από external ή in-house developers προκειμένου να υλοποιηθούν οι απαιτήσεις και η συμβατότητα των υπηρεσιών του κεντρικού ιστότοπου σε φορητή και desktop μορφή. Η τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη αυτών των εφαρμογών θα είναι tools για κατασκευή και design αντίστοιχων εφαρμογών, καθώς και η αντικειμενοστραφής γλώσσα προγραμματισμού java.

9 Ανάλυση Αγοράς - Ανταγωνισμού

9.1 Ανάλυση Αγοράς

Χειμερινός-Χιονοδρομικός Τουρισμός

Ο χιονοδρομικός τουρισμός, αποτελεί αναμφισβήτητα ένα ξεχωριστό και μεγάλο κομμάτι του τουρισμού της υπαίθρου, αφενός γιατί είναι μια κατεξοχήν ορεινή τουριστική δραστηριότητα (λόγω των κλιματολογικών συνθηκών που απαιτεί) και αφετέρου γιατί, για αρκετές χώρες του κόσμου (π.χ. Αυστρία, Ελβετία, Γαλλία, Καναδάς) αποτελεί το κύριο εθνικό τουριστικό προϊόν. Ο συγκεκριμένος κλάδος στην χώρα μας έχει παρουσιάσει τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη και περιθώρια νέων καινοτόμων επιχειρηματικών επενδύσεων.

Προκειμένου να συγκεκριμενοποιήσουμε τις ομάδες πελατών που στοχεύουμε, οι ολοκληρωμένες καινοτόμες υπηρεσίες της snow4all.gr στοχεύουν σε δύο γενικότερα target groups πελατών του κλάδου:

- ✓ Χειμερινούς τουρίστες
- ✓ Λάτρεις χειμερινών αθλημάτων/δραστηριοτήτων
- ✓ Καταστήματα λιανικής χειμερινού τουρισμού/αθλητισμού
- ✓ Επιχειρήσεις και άλλα portals που θα διαφημιστούν στο site μας

Αυτό δεν σημαίνει ότι αποκλείονται και άλλα target group πελατών τα οποία θα είναι πιθανό να καλύψουν τις ανάγκες τους μέσω των παρεχόμενων υπηρεσιών και της snow4all.

Τα στοιχεία από δημοσιεύματα δείχνουν ότι οι επισκέπτες στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα ανέρχονται σε 500.000/χρόνο και ο τζίρος των 18 Ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων που δραστηριοποιούνται σήμερα υπολογίζεται στα 50εκ. €/ετησίως. Στην χώρα μας υπάρχουν 190χλμ χιονοδρομικών πιστών και 110 τουριστικοί αναβατήρες από τους οποίους οι 30 είναι εναέριοι με μεταφορική ικανότητα 70.000 άτομα/ώρα. Έρευνα της Alco [33] για το υπουργείο τουρισμού με

δείγμα 1500 ατόμων στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας έδειξε ότι το 23.1% κάνει χειμερινό τουρισμό. Επιπλέον, όσοι δεν κάνουν χειμερινό τουρισμό απάντησαν ότι θα έκανα χειμερινό τουρισμό στην Ελλάδα το 75.6% των ερωτηθέντων (που δεν κάνουν χειμερινό τουρισμό). Ακόμα, όσοι δεν κάνουν χειμερινό τουρισμό το 67% θα τους παρακινούσε οικονομικές προσφορές για Ελλάδα ενώ σημαντικό στοιχείο αποτελεί ότι το 50.2% θα έκανε χειμερινό τουρισμό αν υπήρχε καλύτερη ενημέρωση για προορισμούς και τις δυνατότητες που υπάρχουν. Επιπλέον, το 16.3% θα τους παρακινούσε να κάνουν χειμερινό τουρισμό αν υπήρχε καλύτερη οργάνωση των χειμερινών σπορ. Από την άλλη μεριά όσοι κάνουν χειμερινό τουρισμό το 65.2% έκανε στην Ελλάδα και το 17.6% χρησιμοποίησε τουριστικό πρακτορείο για την οργάνωση του ταξιδιού τους σε χειμερινούς προορισμούς ενώ το 72% οργάνωσε μόνο του το χειμερινό ταξίδι χρησιμοποιώντας άλλα κανάλια ταξιδιωτικών υπηρεσιών κυρίως το διαδίκτυο. Τέλος, σημαντικό εύρημα αποτελεί ότι το 80,7% όσων κάνουν χειμερινό τουρισμό θα τους παρακινούσε να κάνουν περισσότερο χειμερινό τουρισμό οικονομικές προσφορές, το 60.1% η καλύτερη ενημέρωση προορισμών και δυνατοτήτων και το 38.2% η καλύτερη οργάνωση των χειμερινών σπορ.

Ο ρυθμός τεχνολογικής καινοτομίας στον συγκεκριμένο κλάδο παρουσιάζεται σταθερός με έλλειψη στον τομέα καινοτομίας και ψηφιακής επιχειρηματικότητας. Αποτελεί ευκαιρία για την snow4all.gr για εισαγωγή στον συγκεκριμένο κλάδο και λαμβάνοντας υπόψη την αύξηση των χρηστών διαδικτύου και των χρηστών που μπορούν να κάνουν χρήση των νέων τεχνολογιών, θα μπορέσει να προσελκύσει πελάτες αξιοποιώντας αυτές.

9.2 Ανάλυση Ανταγωνισμού

Η snow4all.gr εισάγει στον κλάδο του χειμερινού/χιονοδρομικού τουρισμού καινοτόμες υπηρεσίες για την κάλυψη αναγκών των πελατών της και αποτελεί innovative company στον χώρο δραστηριότητας της. Μοναδικό ανταγωνιστή, που ίσως μπορούμε να θεωρήσουμε, είναι η επιχείρηση snowreport.gr που προσφέρει μερικές μόνο εξίσου ελκυστικές (equally attractive) υπηρεσίες αλλά σε απλή μορφή

και όχι με βελτιωμένη εμπειρία και διαδραστικότητα που θα προσφέρει η snow4all.gr.

Αξίζει να σημειωθεί για τον μοναδικό, ίσως, ανταγωνιστή της snow4all.gr ότι βάσει στοιχείων από ένα case study που υλοποιήθηκε στο τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας αναφορικά με την ημερήσια επισκεψιμότητα σε sites αντίστοιχης επιχειρηματικής δράσης, όπως είναι και η snowreport.gr, παρατηρήθηκε ότι η snowreport.gr είναι στην 1^η θέση ανάμεσα στα ελάχιστα ανταγωνιστικά sites με 11.000 επισκέπτες/ημέρα κατά την διάρκεια της χειμερινής σεζόν.

Επιπρόσθετα, σύμφωνα και με τα αποτελέσματα του web analytics metric tool Alexa, παρατηρούμε τα τέσσερα πιο γνωστά site με αντίστοιχη επιχειρηματική δραστηριότητα με την snow4all. Λόγω του ορίου minimum επισκέψεων που έχει θέσει το εργαλείο προκειμένου να αποδώσει δεδομένα εμφανίζεται μόνο η snowreport.gr με σημαντική κίνηση κατά το 2012 και 2013. Τα peaks εμφανίζονται σαφέστατα κατά την χειμερινή περίοδο και το ανταγωνιστικό πλαίσιο που έχει να αντιμετωπίσει η snow4all κατά την είσοδο της στην συγκεκριμένη αγορά θα είναι ο ένας και μόνο αξιόμαχος ανταγωνιστής.



Εικόνα 10: Alexa web traffic metric tool

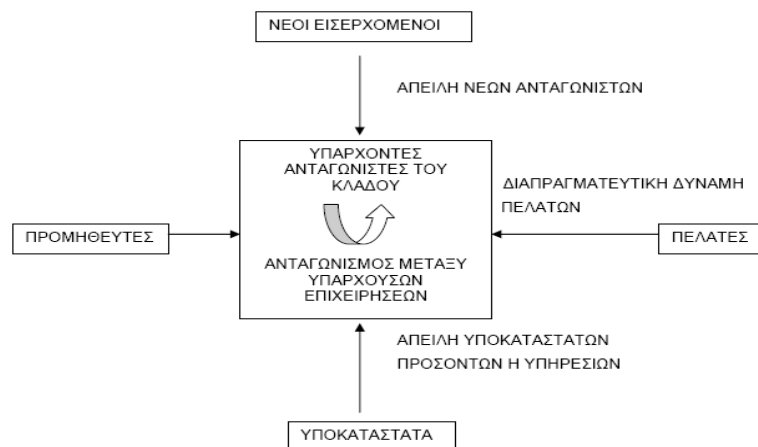
Σύμφωνα με τα παρακάτω δεδομένα από την intro σελίδα του εργαλείου παρατηρούμε ότι ο ιστότοπος της snowreport κατατάσσεται στην θέση 2.105 όσον αφορά το reputation της σελίδας βάση των επισκέψεων από χρήστες εντός της χώρας και τον τελευταίο μήνα. Το συγκεκριμένο νούμερο δεν είναι μικρό για το σύνολο των ελληνικών ενεργών websites και το συμπέρασμα από real-based εργαλεία είναι ότι το

traffic του μοναδικού «δυνατού» ανταγωνιστή κυμαίνεται σε πολύ καλά επίπεδα, τα νούμερα τα οποία στοχεύει και η snow4all.



Εικόνα 11: Alexa web traffic metric tool statistics/Ιούνιος 2013

9.3 Ανάλυση Porter

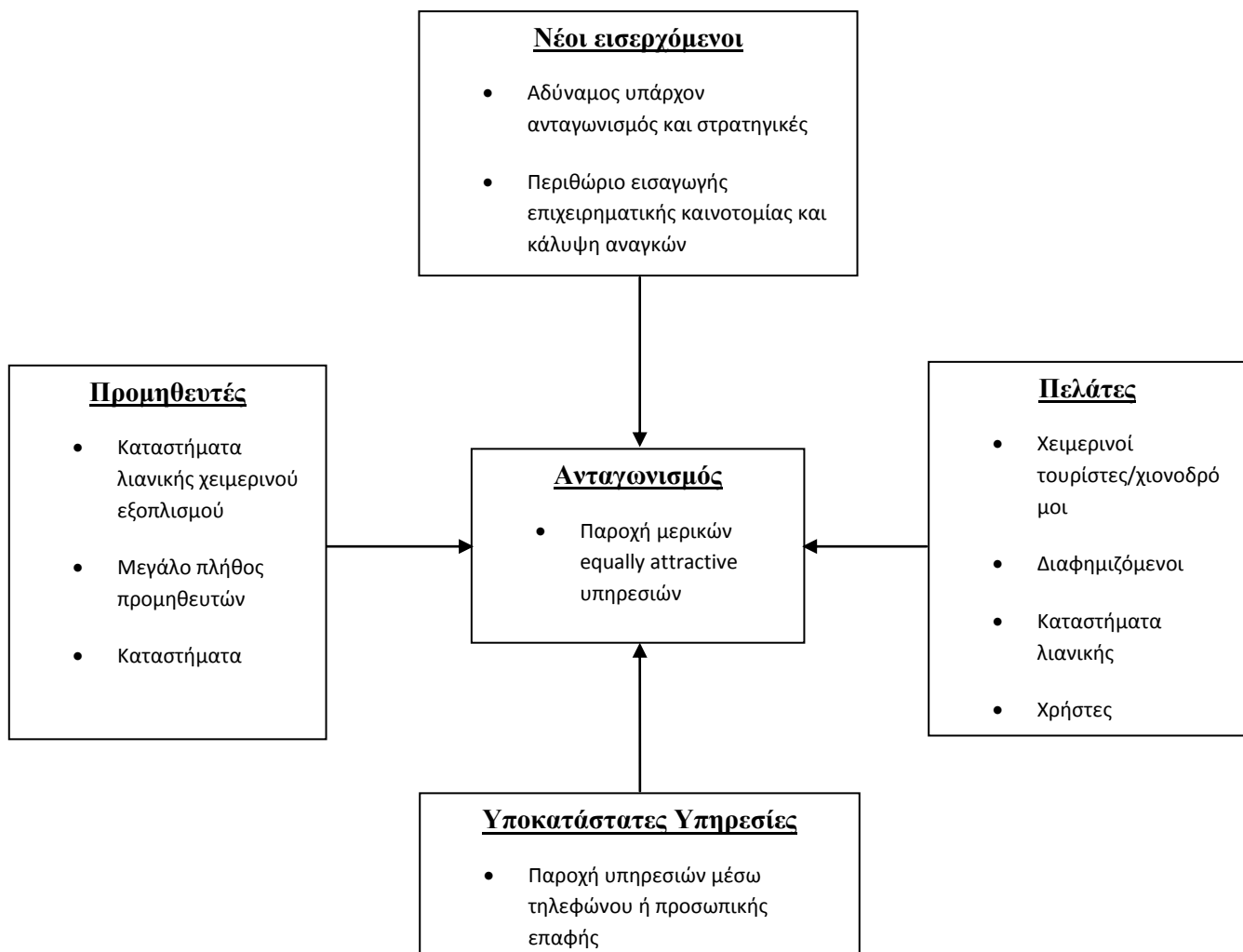


Πηγή : Porter [1985]

Εφαρμόζοντας το μοντέλο της ανάλυσης Porter γίνεται αντιληπτό, πως οι πελάτες διαθέτουν ελάχιστη διαπραγματευτική δύναμη, δεν συμβάλλουν στην τιμολογιακή πολιτική αλλά επηρεάζουν την ζήτηση. Οι προμηθευτές (καταστήματα λιανικής) διαθέτουν ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη καθώς συμβάλλουν στην τιμολογιακή πολιτική και επηρεάζουν την εταιρεία με κίνδυνο την μείωση εσόδων. Ακόμα η πιθανότητα μετατροπής τους σε ανταγωνιστές, μέσω της ολοκλήρωσης προς τα εμπρός είναι πιθανή για αυτό πρέπει να υπάρξει δυναμικό σχέδιο και πλάνο δημοσίων σχέσεων και προώθησης της εταιρείας με τους προμηθευτές προκειμένου να κατανοηθεί το όφελος από την συνεργασία των 2 μερών. Υπάρχει κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών αλλά εκμεταλλευόμενοι της έλλειψης ανταγωνισμού αυτήν την χρονική στιγμή η snow4all με σωστό σχεδιασμό, πολιτική και στρατηγική μπορεί να καθιερωθεί ως η 1^η επιλογή των πελατών της και να δημιουργήσει εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων στον χώρο αξιοποιώντας την πιστότητα των πελατών της. Τέλος,

δεν υπάρχει ιδιαίτερος βαθμός κινδύνου από υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες στον συγκεκριμένο κλάδο ενώ και ο ανταγωνισμός με αντίστοιχη επιχειρηματική δραστηριότητα διαθέτει μικρή διαπραγματευτική δύναμη για την διαμόρφωση του είδους της αγοράς στον κλάδο.

Παρατηρούμε ότι υπάρχει έλλειψη ισχυρού ανταγωνισμού στον κλάδο και περιθώρια εύκολης εισαγωγής της νέας επιχειρηματικής πρότασης. Με σωστό σχεδιασμό και άμεση προώθηση της snow4all.gr υπάρχει η ευκαιρία να καθιερωθεί με το συνολικό πακέτο υπηρεσιών που θα προσφέρει στους πελάτες της ως η 1^η επιλογή για την κάλυψη των αναγκών τους στον κλάδο του χειμερινού/χιονοδρομικού τουρισμού. Οι καινοτόμες υπηρεσίες, πρωτόγνωρες για τον κλάδο θα αποτελέσουν την «καρδιά» της στρατηγικής της επιχείρησης αλλά και θα την διαφοροποιήσουν από τον μοναδικό δυνατό ανταγωνιστή στον χώρο.



Σχήμα 1: Μοντέλο/Ανάλυση Porter της επιχείρησης

9.4 Ανάλυση του ευρύτερου περιβάλλοντος

Η ανάλυση του ευρύτερου περιβάλλοντος της επιχείρησης συνεισφέρει στην καλύτερη κατανόηση των αλλαγών που πραγματοποιούνται ή ενδέχεται να πραγματοποιηθούν αλλά και στην εκτίμηση των επιδράσεων αυτών στον κλάδο που δραστηριοποιείται η επιχείρηση αλλά ακόμα και στην ίδια.

PEST Analysis:

Πολιτικό – Political:

- ✓ Το κράτος δεν χρηματοδοτεί/επιδoteί μέσω προγραμμάτων και κρατικών κονδυλίων τον κλάδο του χειμερινού τουρισμού και αθλητισμού
- ✓ Υποβάθμιση των χειμερινών αθλημάτων σε κατηγορία Β' από το κράτος
- ✓ Πολιτική κρίση και αστάθεια στην χώρα μας

Οικονομικό – Economical:

- ✓ Οικονομική κρίση στην χώρα μας
- ✓ Οικονομική κρίση που επηρεάζει τις νέες επενδύσεις και περιβάλλεται από αβεβαιότητα
- ✓ Μεγάλη γραφειοκρατική διαδικασία για επιχορήγηση ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων

Κοινωνικό – Social:

- ✓ Οικονομική κρίση που οδηγεί σε αλλαγές στις τάσεις των καταναλωτών και την στροφή τους σε βασικές καταναλωτικές ανάγκες προτεραιότητας
- ✓ Υψηλές απαιτήσεις και αξιοπιστία στην παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές
- ✓ Συνεχής αυξανόμενη τάση εκμάθησης και χρήσης των νέων τεχνολογιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου από το καταναλωτικό κοινό

Τεχνολογικό – Technological:

- ✓ Έλλειψη τεχνογνωσίας και χρήσης των νέων τεχνολογιών στον κλάδο
- ✓ Ραγδαία και συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας με οφέλη για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις
- ✓ Νέες τεχνολογικές καινοτόμες τάσεις στο κλάδο του τουρισμού τόσο σε επίπεδο προϊόντων αλλά και υπηρεσιών

9.5 Swot Analysis

Ανάλυση ΔΑΕΑ :

Σύμφωνα με τις πιο πάνω αναλύσεις εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, μπορούν να εντοπιστούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης αλλά και οι ευκαιρίες και απειλές που προκύπτουν.

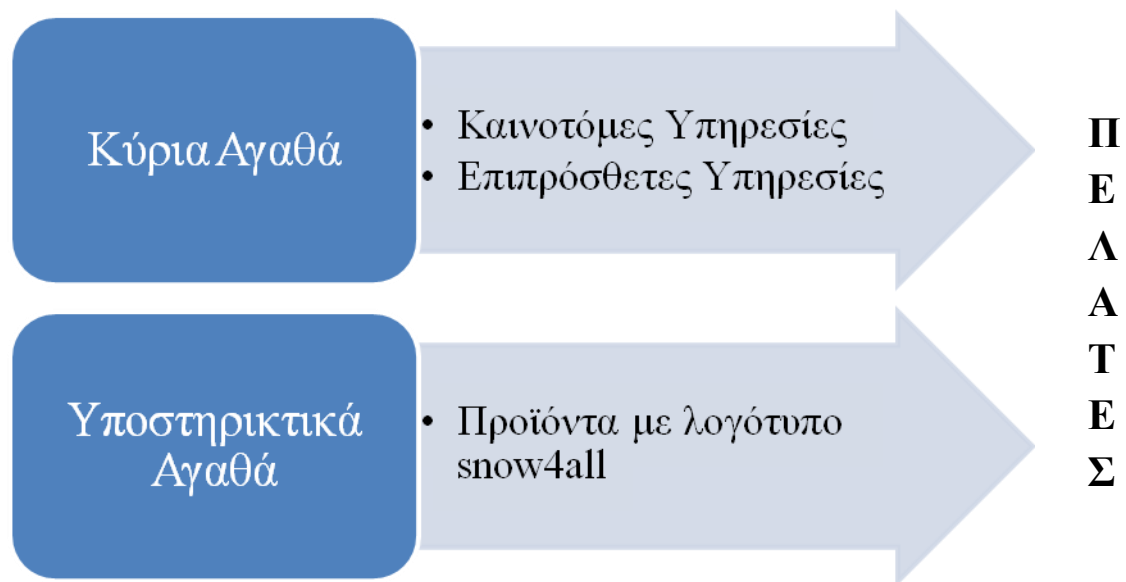
<p style="text-align: center;"><u>Δυνάμεις</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Παροχή καινοτόμων και εύχρηστων υπηρεσιών ✓ Παροχή αξιόπιστης ενημέρωσης για την κατάσταση και τον καιρό των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων ✓ Παροχή εφαρμογών Mobile και Desktop για φορητή χρήση των υπηρεσιών της snow4all ✓ Μεγάλο ποσοστό των target group κάνει χρήση και έχει εμπειρία από το διαδίκτυο και τις νέες τεχνολογίες 	<p style="text-align: center;"><u>Αδυναμίες</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Η μη παροχή Live streaming εικόνας από τα χιονοδρομικά κέντρα όπου εφαρμόζεται από τον ανταγωνιστή μας ✓ Έλλειψη εμπιστοσύνης κατά την έναρξη λειτουργίας από τους πελάτες λόγω νέας πλατφόρμας στον χώρο
<p style="text-align: center;"><u>Ευκαιρίες</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Εμφάνιση gras στον κλάδο για ισχυρή εισαγωγή ✓ Αύξηση της δυνατότητας άμεσης πρόσβασης στον καταναλωτή μέσω πολλαπλών τεχνολογικών καναλιών ✓ Αυξανόμενη τάση χρήσης του διαδικτύου και του e-commerce από τους Έλληνες ✓ Αδυναμία εφαρμογής νέων τεχνολογιών και εργαλείων για τα παροχή υψηλών υπηρεσιών προς τους πελάτες από τους ελάχιστους ανταγωνιστές 	<p style="text-align: center;"><u>Απειλές</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Πιθανή μακροπρόθεσμη εισαγωγή innovative ✓ Αυξανόμενος ανταγωνισμός από το εξωτερικό και κυρίως σε γειτονικές χώρες με χαμηλότερο κόστος χειμερινών εξορμήσεων ✓ Οικονομική κτίση στην χώρα μας επηρεάζοντας το καταναλωτικό κοινό ✓ Μη πλήρως ευνοϊκές καιρικές συνθήκες

Πίνακας 9: Snow4all's Swot Analysis

10 Σχεδιασμός Μάρκετινγκ

10.1 Υπηρεσίες και Προϊόντα

Τα προσφερόμενα προς τους πελάτες αγαθά της snow4all διακρίνονται σε κύρια και υποστηρικτικά. Τα κύρια αγαθά περιλαμβάνουν τις βασικές παρεχόμενες υπηρεσίες ενώ τα υποστηρικτικά τα προϊόντα προώθησης τα οποία θα διατίθενται για διαφήμιση προς το καταναλωτικό κοινό.



Εικόνα 12: Σχεδιασμός μάρκετινγκ της snow4all.gr

Κύρια αγαθά:

➤ Καινοτόμες Υπηρεσίες:

- *Διαδραστική online μηχανή κράτησης χειμερινού εξοπλισμού*

Θα παρέχεται η δυνατότητα στους επισκέπτες του snow4all.gr να αλληλεπιδρούν με το σύστημα και να πραγματοποιούν κρατήσεις χειμερινού εξοπλισμού. Η διαδικασία θα υποστηρίζεται από ένα σύστημα κρατήσεων αντίστοιχο με αυτό των κρατήσεων για αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία κλπ, το οποίο θα

δέχεται τα απαραίτητα στοιχεία που πρέπει να εισάγει ο χρήστης προκειμένου να ολοκληρώνεται σωστά η διαδικασία, να λαμβάνει το καλύτερο αποτέλεσμα και να του παρουσιάζονται οι βέλτιστες δυνατές επιλογές με πολλαπλά κριτήρια. Φυσικά, με κάθε νέα παραμετροποίηση που θα ορίζεται από το χρήστη, θα πραγματοποιείται άμεση ανανέωση των διαθέσιμων προτάσεων.

- *Άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση για την κατάσταση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων.*

Η snow4all θέλοντας να παρέχει στους χρήστες της ενημέρωση σε άμεσο πραγματικό χρόνο σχετικά με την κατάσταση του κάθε χιονοδρομικού κέντρου, θα παρέχει στους υπεύθυνους ενημέρωσης των χιονοδρομικών κέντρων δωρεάν κωδικούς πρόσβασης. Με χρήση των τελευταίων, οι εν λόγω υπεύθυνοι θα δύναται να εισέρχονται στο ανάλογο πεδίο του snow4all.gr και να τροποποιούν το κείμενο ενημέρωσης μόνο για το χιονοδρομικό κέντρο από το οποίο προέρχονται. Η ενημέρωση θα αφορά για παράδειγμα το ύψος του χιονιού, τη λειτουργία των χιονοδρομικών πιστών και των αναβατήρων, την κατάσταση των δρόμων και άλλες πληροφορίες, τις οποίες οι υπεύθυνοι των χιονοδρομικών θεωρούν απαραίτητες. Με αυτό τον τρόπο, οι χρήστες θα μπορούν να λαμβάνουν μία πραγματικά άμεση και έγκυρη ενημέρωση, η οποία αποτελεί ένα σαφώς βελτιωμένο τύπο εξυπηρέτησης των πελατών και μεγάλο όφελος για αυτούς.

- *Desktop & Smartphone Application και Υπηρεσίες Εικονικής Κοινότητας*

Η snow4all θέλοντας να εκμεταλλευθεί τα φαινόμενα της φορητότητας και της κοινωνικής δικτύωσης, θα επενδύσει και στην ανάπτυξη κατάλληλων εφαρμογών. Οι συγκεκριμένες εφαρμογές θα προσδίδουν στη snow4all την απαραίτητη ευελιξία και τη δυνατότητα να απευθύνεται σε ένα ευρύτερο κοινό, καθώς υπάρχει ένα μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού που αναζητά εναλλακτικούς τρόπους για να λαμβάνει τις διάφορες υπηρεσίες. Οι εφαρμογές θα αναπτυχθούν με γνώμονα να ικανοποιούν πλήρως τους χρήστες και να διαθέτουν υπολογιστική και κυρίως προγραμματιστική πληρότητα και αρτιότητα. Στις υπηρεσίες virtual community πέρα

από τις δυνατότητες shoutbox και chat μεταξύ χρηστών θα παρέχεται και επιπρόσθετα μια μεγάλη διαδικτυακή κοινότητα, γνωστό και ως forum συζητήσεων. Το συγκεκριμένο forum παρέχεται ώστε οι χρήστες του site να ανταλλάσουν απόψεις και ιδέες σχετικά με το site, τα χιονοδρομικά κέντρα, τα αθλήματα, τις τοποθεσίες και για ότι άλλο τους απασχολεί. Η συγκεκριμένη δυνατότητα θα είναι διαθέσιμη στους χρήστες με μία απλή εγγραφή (στο forum και όχι στο site) και την καταχώρηση του ονοματεπωνύμου τους και του έτους γεννήσεως του κάθε χρήστη, καθώς και του ψευδωνύμου με το οποίο θα θέλουν (αν θέλουν) να συμμετέχουν στις συζητήσεις του forum. Θα τηρείται μία αυστηρή πολιτική ως προς τις απρεπείς και προσβλητικές εκφράσεις, ώστε να διατηρείται μία κομψή και ευπρεπή παρουσία σε κάθε πτυχή του snow4all.gr. Ακόμα το forum μπορεί να αξιοποιηθεί για λόγους μάρκετινγκ όπως την προώθηση προσφορών αλλά και των συνολικών δυνατοτήτων των υπηρεσιών μέσα από την υποβολή ενημερωτικού και χρηστικού content.

- *Οδηγοί εκμάθησης χειμερινών αθλημάτων μέσω multimedia, επιλογής χειμερινού εξοπλισμού και ενημέρωσης χειμερινών προορισμών.*

Η παροχή εγκυρότερης, ποιοτικότερης και πιο ωφέλιμης ενημέρωσης είναι από τους βασικότερους σκοπούς της snow4all. Η παρουσίαση ενημερωτικών οδηγιών και οδηγιών εκμάθησης με τη χρήση multimedia περιεχομένου, κυρίως videos, αποτελεί ομολογουμένως μία αποδοτικότερη μέθοδο από τα κλασσικά μακροσκελή εγχειρίδια χρήσης, τα οποία ενδέχεται να κουράσουν το χρήστη. Το οπτικοακουστικό υλικό θα διατίθεται σε βέλτιστη ανάλυση τόσο ήχου όσο και εικόνας, ώστε οι χρήστες να παραμένουν ικανοποιημένοι. Τέλος, θα αναρτώνται polls αξιολόγησης των παρεχόμενων οδηγιών καθώς και αντίστοιχα θέματα συζητήσεων στο forum του snow4all.gr.

➤ Επιπρόσθετες Υπηρεσίες:

- *Αξιόπιστη ενημέρωση για την πρόβλεψη του καιρού.*

Στα πλαίσια της έγκυρης ενημέρωσης, θα υπάρχει πεδίο στο site το οποίο θα τροφοδοτείται από τη snow-forecast.com και με ευθύνη του συγκεκριμένου site θα

παρέχεται καιρική πρόβλεψη για όλα τα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας. Ακόμα, πληροφορίες θα συγκεντρώνονται και θα δημοσιεύονται και από κάποιο αξιόπιστο ελληνικό site καιρικών προβλέψεων ενώ για την τρέχουσα καιρική κατάσταση των χιονοδρομικών θα μπορούν αν ενημερώνουν ontime τα ίδια τα κέντρα μέσω της υπηρεσίας ενημέρωσης της κατάστασής τους.

- *Υπηρεσία customer loyalty για τα εγγεγραμμένα μέλη υπό προϋποθέσεις.*

Ανάλογα με τις πραγματοποιηθείσες αγορές και κρατήσεις, θα παρέχονται διάφορες εκπτώσεις και δώρα στους πελάτες με τις συχνότερες αγορές. Με το συγκεκριμένο τρόπο, θα ενισχυθεί η εκτίμηση και η πιστότητα από πλευράς πελατών, καθώς και η snow4all από τη δική της πλευρά θα αναδεικνύει την εκτίμηση της προς τους πελάτες της.

- *Υπηρεσία ενημέρωσης για την κατάσταση των χιονοδρομικών κέντρων μέσω SMS.*

Η συγκεκριμένη υπηρεσία αποτελεί μία ακόμη ένδειξη της αφοσίωσης της snow4all στους πελάτες της. Οι πελάτες της στέλνοντας μήνυμα με περιεχόμενο την τοποθεσία ή την ονομασία του χιονοδρομικού, θα λαμβάνουν απάντηση σχετικά με την κατάσταση του χιονοδρομικού κέντρου. Ακόμα θα υπάρχει η δυνατότητα αυτόματης ειδοποίησης σε περίπτωση αλλαγής της κατάστασης του επιλεγμένου χιονοδρομικού του χρήστη και εφόσον έχει ζητήσει ο ίδιος την υπηρεσία. Το κόστος για την υπηρεσία ορίζεται αρχικά σε 0,20€/SMS αρκετά αποδεκτό και προσφέρει επιπλέον έσοδα για την εταιρεία.

- *Υπηρεσία rating καταστημάτων λιανικής χειμερινού εξοπλισμού*

Σε συνδυασμό με την υπηρεσία κράτησης χειμερινού εξοπλισμού θα δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες/πελάτες για αξιολόγηση της παραγγελίας τους, αντίστοιχα με το rating κράτησης υπηρεσιών διαμονής. Έτσι θα βαθμολογείται η συνολική εμπειρία των πελατών από την χρήση της υπηρεσίας αλλά και των καταστημάτων λιανικής που χρησιμοποίησαν. Με την υποστηρικτική υπηρεσία αυτή, παρέχεται

στους χρήστες της snow4all μια μεγάλη βάση δεδομένων ουσιαστικά σχετικά με την ποιότητα, των καταστημάτων λιανικής χειμερινού εξοπλισμού.

Υποστηρικτικά Αγαθά:

- Προϊόντα με το λογότυπο της snow4all:
 - *Στυλό & Τετράδια*
 - *Μπλουζάκια με το λογότυπο της εταιρείας*
 - *USB sticks*

10.1.1 Μεριδίιο Αγοράς

Ο 1^{ος} χρόνος λειτουργίας της επιχείρησης θα είναι ουσιαστικά περίοδος προώθησης και επαφής με το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε. Εκτιμάται ότι σε διάρκεια 2 χρόνων λειτουργίας το snow4all.gr θα επικρατήσει στην αγορά κατακτώντας κατά προσέγγιση το 70-75% της αγοράς στην οποία απευθύνεται καθώς:

- Εισάγει μία σειρά καινοτομιών από άποψη διαδικασιών με άμεσο αντίκτυπο στους πελάτες της.
- Απουσία ισχυρών ανταγωνιστών.
- Θα παρέχει όλες τις υπηρεσίες ως free use και επιπρόσθετα χαρακτηριστικά θα παρέχονται σε premium users.

10.1.2 Τιμολογιακή Πολιτική

Όπως έχει ήδη αναφερθεί οι υπηρεσίες της snow4all δε θα παρέχονται έναντι χρηματικού ποσού και γενικότερα κάποιου αντιτίμου προς τους τελικούς πελάτες. Πιο συγκεκριμένα, πηγή εσόδων σε αρχικό στάδιο αποτελούν η υπηρεσία κράτησης χειμερινού εξοπλισμού μέσω διαδικτύου με προμήθεια επί της κράτησης του

χειμερινού εξοπλισμού, στατικές διαφημίσεις στο site, premium accounts, διαφημίσεις στην mobile/desktop εφαρμογή, διαφημίσεις μέσω του δικτύου της Google, την επιπρόσθετη υπηρεσία ενημέρωσης μέσω SMS και από προμήθεια επί των κρατήσεων άλλων ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

Η προμήθεια για την κράτηση χειμερινού εξοπλισμού online ακολουθεί περίπου την ίδια τακτική με τις κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων/διαμονής, επομένως η προμήθεια υπολογίζεται ενδεικτικά σε 1€/κράτηση.

Η χρέωση για στατικές διαφημίσεις στο site με direct placement ποικίλουν και εξαρτώνται από το traffic της σελίδας τον 1^ο χρόνο λειτουργίας όπου και θα αναπτυχθεί μια πολιτική χρεώσεων ξεκάθαρη με όλες τις δυνατές επιλογές. Ενδεικτικά, το κόστος για στατική προβολή banner υπολογίζεται σε 1000€/μήνα με συγκεκριμένο ρυθμό εναλλασσόμενης προβολής στο home page και στις υποσελίδες του website σε αυτό το αρχικό στάδιο σχεδιασμού της τιμολογιακής πολιτικής. Μεταγενέστερα θα διαμορφωθεί πολιτική όπως αναφέραμε με συγκεκριμένες επιλογές και χρονικό ρυθμό προβολής και εμφάνισης αλλά και σε συγκεκριμένα pages μέσα στον ιστότοπο. Αντίστοιχα τα έσοδα από τις διαφημίσεις μέσω του δικτύου της Google (network/Ad Sense) υπολογίζεται κατά μέσο όρο το κλικ να αποφέρει έσοδα 0,20€/κλικ.σε homepage και στις υπόλοιπες διαθέσιμες κατηγορίες. Τέλος οι direct placement διαφημίσεις στην mobile/desktop εφαρμογή θα υπολογιστούν, σε αυτήν την φάση, σε 500€/μήνα με συγκεκριμένο ρυθμό προβολής και σημεία τοποθέτησης.

Η επιπρόσθετη υπηρεσία άμεσης ενημέρωσης μέσω SMS με τις επιλογές του πελάτη θα λαμβάνει σε καθαρό ποσό 0,20€/SMS.

Ολοκληρώνοντας, η προμήθεια επί των κρατήσεων άλλων ταξιδιωτικών υπηρεσιών υπολογίζεται ενδεικτικά ανάλογα με το είδος κράτησης (διαμονή, αεροπορικό εισιτήριο) και το ποσό και είναι επί τοις εκατό (%). Στην φάση σχεδίασης της επιχειρηματικής ιδέας υπολογίζουμε τα έσοδα από την προμήθεια αυτή ενδεικτικά σε 1€/κράτηση αντίστοιχης υπηρεσίας.

Τα πιθανά πακέτα προσφορών/εκπτώσεων που θα παρέχονται στους πελάτες σχετικά με την κράτηση χειμερινού εξοπλισμού και προκειμένου να επιτύχουμε customer loyalty είναι:

Ενδεικτικές Εκπτώσεις – Προσφορές:

- Αν ένας πελάτης είναι μέλος στο snow4all.gr και πραγματοποιήσει τουλάχιστον τέσσερις κρατήσεις χειμερινού εξοπλισμού σε διάστημα 2 μηνών, τότε στην επόμενη κράτηση θα του παρέχεται 10% έκπτωση.
- Αν ένας πελάτης είναι μέλος στο snow4all.gr και πραγματοποιήσει τουλάχιστον δέκα κρατήσεις σε διάστημα 4 μηνών, τότε θα του προσφέρεται ένα σετ εξοπλισμού ski/snowboard δωρεάν.
- Αν ένας πελάτης δεν είναι μέλος στο snow4all.gr και πραγματοποιήσει τουλάχιστον 2 κρατήσεις εξοπλισμού και διαμονής σε διάστημα 2 μηνών, τότε θα του προσφέρεται κουπόνι αξίας 3 €.

Προκειμένου να επιτύχουμε ένα μεγάλο ποσοστό πελατειακής πιστότητας θα δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα πιστότητας πελάτη με ένα πακέτο προσφορών και προνομίων. Έτσι θα επιτευχθεί η επιστροφή του πελάτη στις υπηρεσίες της εταιρείας αλλά και μια θετική αξιολόγηση του ονόματος και των παροχών που του προσφέρονται. Αυτό οδηγεί άλλωστε και στο viral marketing όπου ο πελάτης μας θα αποτελεί ambassador της εταιρείας και στην ουσία θα προωθεί το brand name σε φίλου, συγγενείς κλπ ανέξοδα για τον σχεδιασμό μάρκετινγκ.

10.1.3 Σύστημα Διανομής

Αναφορικά με το δίκτυο διανομής των υπηρεσιών των τρίτων μερών (π.χ. χιονοδρομικών κέντρων) αποτελεί ευθύνη των ίδιων των επιχειρήσεων/οργανισμών. Ωστόσο, λόγω της δέσμευσης της snow4all προς τους πελάτες της για βέλτιστη εξυπηρέτηση και ταχεία ανταπόκριση, οι συνεργάτες θα επιλέγονται με αυστηρά κριτήρια τόσο ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών και προϊόντων τους όσο και ως προς το πλήρη δίκτυο διανομής που διαθέτουν. Δηλαδή, η snow4all θα ασκεί έλεγχο στα δίκτυα διανομής των τρίτων μερών, με σκοπό την ανάπτυξη και εξέλιξη της διευρυμένης εφοδιαστικής αλυσίδας.

Τέλος, το μοναδικό σύστημα κυρίως διανομής αφορά την πιο σημαντική υπηρεσία της snow4all, όπου είναι η κράτηση χειμερινού εξοπλισμού μέσω του site

της. Σχετικά με το κομμάτι πληρωμής θα χρησιμοποιηθεί υπηρεσία πληρωμών από τρίτο φορέα όπως external σύστημα τραπεζής ή και η ελληνική καινοτόμα πατέντα Viva Payments με πολύ χαμηλό κόστος υπηρεσίας. Έπειτα θα γίνεται η παράδοση του επιλεγμένου εξοπλισμού από τα επιλεγμένα κατά τόπους καταστήματα λιανικής χειμερινού εξοπλισμού.

10.1.4 Προώθηση και Επικοινωνία

Η snow4all είναι μία κατεξοχήν ηλεκτρονική επιχείρηση και αυτό καθιστά ευκολότερη τη χρήση δικτυακών μεθόδων προώθησης, οι οποίες ακολουθούν τη σημερινή τάση και παρουσιάζουν κατά πολύ καλύτερα αποτελέσματα από τις κλασσικές προωθητικές ενέργειες σε χαμηλότερες τιμές.

Οπότε η προώθηση των υπηρεσιών της snow4all θα γίνει πρωτίστως μέσω e-marketing και social media στρατηγικών και τεχνικών. Εξαίρεση στις δικτυακές μεθόδους διαφήμισης θα αποτελούν οι αφίσες σε χιονοδρομικά κέντρα, Πανεπιστήμια και άλλους χώρους μαζικών συγκεντρώσεων. Φυσικά, είδος προώθησης θα αποτελούν και τα μπλουζάκια με το λογότυπο της εταιρίας, ενώ τα υπόλοιπα προϊόντα δε θεωρείται ότι θα συνδράμουν ιδιαίτερα στη διαφήμιση της snow4all.

10.1.5 E-Marketing & Social Media Strategy

Καθώς ζούμε στην σύγχρονη ηλεκτρονική εποχή και στην άνθηση των electronic marketplaces, η digital προώθηση και παρουσία στα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα της snow4all είναι απαραίτητη για να γίνει company awareness και να συνδεθεί το όνομα της με τον χειμερινό και χιονοδρομικό τουρισμό [34].

E-marketing Strategy

Οι κυριότερες τεχνικές και μεθοδολογίες e-marketing που θα χρησιμοποιηθούν είναι: Μηνιαίο Newsletter, Direct Placement διαφήμιση σε άλλα site, Google Ad words, Google Network (Ad Sense), Search Engine Optimization.

Με την αποστολή e-newsletter σε μηνιαία βάση στους εγγεγραμμένους χρήστες του site ή/και του newsletter group, καταρχάς δεν κουράζει τους αναγνώστες καθώς δεν είναι σε πολύ συχνή βάση και επιπλέον ενημερώνει για προσφορές και νέα της επιχείρησης. Επιπλέον, με την διαφήμιση σε websites με direct placement μπορούμε να τοποθετήσουμε banners, skins και animations για την προβολή της snow4all. Με την τακτική της διαφήμισης direct placement μπορούμε να επιτύχουμε πολύ καλές τιμές και καλό σημείο τοποθέτησης του ηλεκτρονικού υλικού διαφήμισης μέσω καλών συνεργασιών B2B. Είναι τεράστιος ο αριθμός των χρηστών που χρησιμοποιούν την μηχανή αναζήτησης της Google, συνεπώς η χρήση του εργαλείου Ad Words είναι ιδανική για να επιτύχουμε προβολή και διαφήμιση στην μηχανή αυτή. Γενικά, η δομή λειτουργίας του εργαλείου Google Ad Words είναι η εισαγωγή keywords σχετικά με τις υπηρεσίες/προϊόντα της επιχείρησης τα οποία ανάλογα με το κόστος ανά κλικ που θα τεθεί αλλά και το περιεχόμενο της αναζήτησης του χρήστη θα εμφανίζονται στην μηχανή αναζήτησης της Google σε διάφορες ενδεδειγμένες περιοχές διαφήμισης. Από την άλλη, το εργαλείο Google Ad Sense, διαθέτει ένα σύνολο συνεργατών με sites, micro-sites και blogs όπου σε μορφή banner μπορούμε να καταχωρήσουμε την διαφήμιση μας με χαμηλό κόστος και το πλεονέκτημα του είναι ότι η χρέωση πραγματοποιείται με CPC (Cost per Click) και εδώ. Δηλαδή αν δεν πατηθεί το banner και απλά ο χρήστης το δει δεν υπάρχει χρέωση για τον διαφημιζόμενο συνεπώς έχει μεγάλο όφελος στην ηλεκτρονική διαφήμιση. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διαφημίσεις Ad Sense/Network ενεργοποιούνται βέβαια κατά απαίτηση του διαχειριστή του εκάστοτε site, blog που συνεργάζεται με αυτό το δίκτυο της Google. συνεπώς σε περιόδους αιχμής δεν είναι εξασφαλισμένο ότι θα παίζει online η διαφήμιση καθώς μπορεί να συμφέρει τον administrator να κλείσει direct placement συμφωνίες. Τέλος, η στρατηγική SEO (Search Engine Optimization) αποτελεί την πλέον περιζήτητη τακτική e-marketing καθώς μπορούμε να επιτύχουμε δωρεάν προβολή και αν βελτιώσουμε την τοποθέτηση των συνδέσμων του κεντρικού

site αλλά και των υποενοτήτων του στις μηχανές αναζήτησης. Σημαντικό κομμάτι αποτελεί η εισαγωγή στον κώδικα του διαχειριστικού εργαλείου περιεχομένου ενότητα με ξεχωριστό κομμάτι για αναφορά σε keywords, προκειμένου αυτά να είναι διαθέσιμα για σκανάρισμα από τα ρομποτάκια των μηχανών αναζήτησης. Επιπρόσθετα, οι λέξεις κλειδιά θα πρέπει να έχουν σχέση με το περιεχόμενο της κάθε σελίδας και να αναφέρονται σε αυτό για να επιτύχουμε υψηλές βαθμολογίες από τους αυτόματους αυτούς μηχανισμούς. Κύριος στόχος της τακτικής SEO αποτελεί η εμφάνιση του site και των υποενοτήτων στην 1^η σελίδα και στις πρώτες θέσεις αναζήτησης.

Social Media Strategy

Τα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα αποτελούν το ιδανικότερο μέσο για την αποτελεσματική και βέλτιστη προώθηση και διαφήμιση της snow4all. Οι Έλληνες χρήστες του Facebook φτάνουν σχεδόν τους 4.000.000 ενώ το κοινωνικό δίκτυο Twitter τους 210.000 unique users, συνεπώς στα social media υπάρχει ένα μεγάλο εύρος χρηστών που μπορεί να είναι πιθανοί μελλοντικοί πελάτες. Για αυτό η στρατηγική της εταιρείας πρέπει να αποτελείται από στοχευμένη προώθηση και όχι αόριστα. Πιθανόν να γίνει και χρήση της τακτικής storytelling στα κοινωνικά δίκτυα για να προσεγγίσουμε το κοινό. Ακόμα, θα υπάρχει στρατηγική social media monitoring για την παρακολούθηση των κοινωνικών δικτύων σχετικά με το τι γράφεται και τι ακούγεται για την επιχείρηση και προκειμένου να εφαρμόζεται σωστό crisis management σε περίπτωση που συμβεί κάτι δυσάρεστο με την εταιρεία. Η στρατηγική της snow4all στα social media αποτελείται από:

Facebook

Δημιουργία ομάδας και fan page της snow4all στο κοινωνικό δίκτυο Facebook. Αρχικά θα γίνει προσέγγιση των target group με content marketing, για παράδειγμα με δημοσίευση χρήσιμων πληροφοριών και συμβουλών για τον χειμερινό τουρισμό και τον χιονοδρομικό αθλητισμό. Σε μεταγενέστερο στάδιο μπορεί στις αντίστοιχες σελίδες να ενσωματωθούν μερικές από τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Επιπλέον, θα χρησιμοποιηθούν τα facebook ads σαν εργαλείο διαφημίσεις στο συγκεκριμένο δίκτυο καθώς έχουν πολύ καλή αποτελεσματικότητα. Τέλος, οι σελίδες της snow4all

θα χρησιμοποιούνται για customer service καθώς μπορεί να γίνει η εξυπηρέτηση του πελάτη άμεσα και γρήγορα και με διαδραστικό τρόπο.

Twitter

Η σελίδα στο Twitter της snow4all θα έχει δραστηριότητα παρόμοια με το facebook και θα χρησιμοποιείται για την εξυπηρέτηση των πελατών. Ακόμα θα αναζητηθούν groups του κλάδου που παρέχουν αξιόπιστη και χρήσιμη πληροφορία η οποία θα δημοσιεύεται στο κεντρικό wall. Τέλος, για να επιτύχουμε ένα αποτελεσματικό προφίλ και να ανεβάσουμε το rating του group θα χρησιμοποιηθούν σχετικά με τον χειμερινό τουρισμό keywords στο εταιρικό προφίλ.



Εικόνα 13: Ο κόσμος των social media

LinkedIn

Η δημιουργία εταιρικού προφίλ στο επαγγελματικό δίκτυο LinkedIn στην σημερινή σύγχρονη digital εποχή κρίνεται αναγκαία και η σωστή αξιοποίηση αυτού του εργαλείου μπορεί η εταιρεία να προσελκύσει πιθανούς πελάτες, να γνωρίσει καλύτερα τους υπάρχοντες αλλά και να βρει μελλοντικά στελέχη και εργαζομένους εύκολα και αποτελεσματικά. Ακόμα μπορεί να αποτελέσει εργαλείο επικοινωνίας με τους προμηθευτές και να αντληθούν σημαντικές πληροφορίες για αυτούς αλλά και μελλοντικούς συνεργάτες.

Pinterest/Instagram/Flickr

Οι κοινότητες αυτές αποτελούν κοινωνικά δίκτυα όπου οι χρήστες αποθηκεύουν, μοιράζουν και βρίσκουν ενδιαφέρουσες φωτογραφίες. Μία χρήση των εργαλείων αυτών θα ήταν το upload μιας φωτογραφίας από ένα χιονοδρομικό το πρωί και ένα

έξυπνο tag κάτι το οποίο θα διαμοιραζόταν από τους χρήστες σε άλλους και πάει λέγοντας. Έτσι όχι μόνο βρισκόμαστε σε επαφή με τους υπάρχοντες χρήστες και πελάτες αλλά υπάρχει η δυνατότητα με αποτελεσματικό content marketing να βρεθούν και να προσελκύσουμε νέους.

Youtube

Η χρήση του Youtube θα είναι συχνή από την snow4all καθώς θα ανεβαίνει και θα υπάρχει διαθέσιμο αρκετό multimedia υλικό της σελίδας. Θα χρησιμοποιήσουμε το Youtube έναντι κάποιου άλλου εργαλείου media player για να δυνατόν να εξαχθούν σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με το engagement των χρηστών

11 Οικονομικός Σχεδιασμός

Έξοδα	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος
Κόστος εκκίνησης επιχειρηματικής δράσης Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας (Ίδρυση ΙΚΕ)	1.000,00	-
Κατασκευή προϊόντων με logo της εταιρείας	2.500,00	2.000,00
Έντυπο διαφημιστικό υλικό	500,00	500,00
Web Advertisement (Google, ads, διαφημίσεις σε άλλα site, Social Media Marketing)	27.000,00	25.000,00
Σύνολο Εξόδων Διαφήμισης	30.000,00	27.500,00
Κόστη μετακίνησης	5.000,00	3.500,00
Διοικητικά έξοδα	5.000,00	70.000,00
Τηλεπικοινωνιακά κόστη (Κινητή/Σταθερή Τηλεφωνία, Internet)	1.000,00	1.500,00
Κόστος κατασκευής/domain name/web hosting του site/Αναβάθμιση (Τεχνικά Λειτουργικά Κόστη)	15.000,00	10.000,00
Κόστος συστήματος πληρωμής για την κράτηση χειμερινού εξοπλισμού	7.500,00	15.000,00
Κόστος ανάπτυξης mobile & desktop εφαρμογών	15.000,00	-
Κόστη φυσικών εγκαταστάσεων	10.000,00	8.000,00
Σύνολο Λειτουργικών Εξόδων	58.500,00	68.000,00
ΣΥΝΟΛΟ	89.500,00	135.500,00

Πίνακας 10: Προβλεπόμενα έξοδα διετίας

Όλα τα παραπάνω μεγέθη είναι εκφρασμένα σε €

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

Έσοδα	1^ο έτος	2^ο έτος
Διαχειριστικό τέλος εισπρακτέο από τα καταστήματα λιανικής για κράτηση χειμερινού εξοπλισμού online	10.000,00	30.000,00
Προμήθεια από αεροπορικές εταιρίες	500,00	500,00
Προμήθεια από καταλύματα διαμονής	4.000,00	8.000,00
Προμήθεια από μεταφορικά μέσα	500,00	500,00
Προμήθεια από υπηρεσία ενημέρωσης SMS	2.000,00	2.500,00
Συνδρομές premium account users	45.000,00	80.000,00
Σύνολο εσόδων από τρίτους παρόχους	58.500,00	123.500,00
Διαφημίσεις στο site (στατικές)	30.000,00	50.000,00
Διαφημίσεις μέσα από το δίκτυο της Google	2.500,00	3.500,00
Διαφημίσεις στην mobile εφαρμογή	3.000,00	3.000,00
Διαφημίσεις στην desktop εφαρμογή	3.000,00	3.000,00
Σύνολο εσόδων από διαφημίσεις	38.500,00	59.500,00
ΣΥΝΟΛΟ	101.000,00	211.000,00

Πίνακας 11: Προβλεπόμενα έσοδα διετίας

Όλα τα παραπάνω μεγέθη είναι εκφρασμένα σε €.

Έξοδα

Η νομική μορφή επιχείρησης που επιλέχθηκε είναι Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία*. Το κόστος εκκίνησης δραστηριότητας υπολογίζεται σε 1.000 βάσει και το επενδύμενο κεφάλαιο και τα επιπλέον απαιτούμενα κόστη. Το συνολικό κόστος διαφήμισης και προώθησης για τον 1^ο χρόνο λειτουργίας υπολογίζεται ενδεικτικά σε 30.000,00€ με χρήση όλων των απαραίτητων μέσω για awareness του ονόματος της snow4all. Ακόμα, τα κόστη μετακίνησης που θα χρειαστούν κατά τον 1^ο χρόνο έναρξης και λειτουργίας της επιχείρησης υπολογίζονται σε 5.000€ όπως επίσης και τα διοικητικά έξοδα τα οποία συμπεριλαμβάνουν λογιστική, νομική, consulting και λοιπή υποστήριξη, ενώ για τον 2^ο χρόνο έχουν υπολογιστεί και κάποια αρχικά έξοδα των βασικών διοικητικών στελεχών. Στην συνέχεια, υπολογίζονται τα τηλεπικοινωνιακά έξοδα με 1.000€ βασικών αναγκών αλλά και τα τεχνικά λειτουργικά έξοδα όπου περιλαμβάνουν όλη το τεχνικό κόστος για την κατασκευή και υποστήριξη της ιστοσελίδας. Έχει εκτιμηθεί και το κόστος του συστήματος πληρωμών μέσω τρίτου συνεργάτη ή τράπεζας με βάση τον τιμοκατάλογο που δημοσιεύουν ενώ το κόστος των φυσικών εγκαταστάσεων, ενοίκιο και λοιπά έξοδα συντήρησης και λειτουργίας αναμένεται για επαρκής χωρητικότητα σε 10.000,00€. Τέλος, το κόστος ανάπτυξης της mobile & desktop εφαρμογής αναμένεται σε 15.000€ λόγω και των απαιτήσεων αλλά και των συγκεκριμένων χαρακτηριστικών που θα ενσωματώνουν.

*Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία: (IKE)

Η IKE έχει σχεδιαστεί ως κεφαλαιουχική Εταιρία (δηλαδή διαθέτει εταιρικό κεφάλαιο και περιορισμένη ευθύνη των μελών της για τα εταιρικά χρέη) και είναι εμπορική ακόμα και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορική επιχείρηση. Ευθύνεται μόνο αυτή με τη περιουσία της για τις εταιρικές υποχρεώσεις κι όχι οι εταίροι, με μοναδική εξαίρεση την ευθύνη που αναλαμβάνει πρωτογενώς ο εταίρος που συμμετέχει με εγγυητικές εισφορές.

Η νέα αυτή εταιρική μορφή χαρακτηρίζεται από την ευελιξία στον σχεδιασμό και την λειτουργία της, αφού περιορίστηκε στο ελάχιστο το διοικητικό κόστος λειτουργίας (π.χ. παραστάσεις δικηγόρων/συμβολαιογράφων) απλοποιήθηκαν οι σχέσεις των εταίρων και η λειτουργία της εταιρίας και υπάρχει ευελιξία στη δυνατότητα επιλογής και μεταβολής μεταξύ ενός αμιγώς κεφαλαιουχικού σχήματος και μιας έντονα προσωπικής εταιρείας.

Έσοδα

Η προμήθεια από την υπηρεσία κράτησης χειμερινού εξοπλισμού μέσω διαδικτύου θα είναι περίπου 1€/κράτηση με συνολικές κρατήσεις 10.000. Οι ενδεικτικές προμήθειες από τις επιπρόσθετες υπηρεσίες από τρίτο συνεργάτη υπολογίζονται ενδεικτικά και επί τοις εκατό του ποσού κράτησης εισιτηρίου ή καταλύματος. Οι συνδρομές premium χρεώνονται με 3€/μήνα με αναμενόμενη υπολογίσιμη ζήτηση περί τις 15.000. Επιπλέον, τα έσοδα από την χρήση της υπηρεσίας ενημέρωσης μέσω SMS αναμένεται ζήτηση περί τα 10.000 μηνύματα όλη την σεζόν με κόστος περίπου 0,20€. Ακόμα τα έσοδα από διαφημίσεις στο site υπολογίζονται ως 30 επιχειρήσεις όπου θα διαφημιστούν στο site, σε διάφορες τοποθετήσεις σε αυτό διαφημιστικών μηνυμάτων, με κόστος 500-1000€/μήνα για τουλάχιστον 4 μήνες που διαρκεί η χειμερινή σεζόν και με περιθώριο extend της συνεργασίας. Μέσα από το δίκτυο της Google αναμένουμε να έχουμε έσοδα από τα περίπου 10.000 κλικ σε αυτές τις διαφημίσεις, σε μορφή banner ή κειμένου, με CPC 0,25€ ενδεικτικά. Τέλος, τα έσοδα που υπολογίζονται από τις διαφημίσεις και τις προωθητικές ενέργειες στην mobile και desktop εφαρμογή υπολογίζονται 500-600€/μήνα με περίπου 5 διαφημιζόμενους έκαστος. Τα ποσά είναι για όλη την ενεργή χειμερινή σεζόν ενώ αντίστοιχα υπολογίζονται και για τον 2^ο χρόνο προσθέτοντας σημαντική αύξηση της ζήτησης λόγω του αποτελεσματικού σχεδιασμού μάρκετινγκ για σωστή και αποτελεσματική προώθηση και επικοινωνία.

Ακολουθεί το προβλεπόμενο ενδεικτικό κοστολόγιο για κάθε ενέργεια και το συνολικό ετήσιο κόστος των ενεργειών διαφήμισης για τον 1^ο χρόνο λειτουργίας.

Τύπος διαφήμισης	Κόστος σε €
Προϊόντα promo με λογότυπο	2.500,00
Αφίσες/Εντυπο Υλικό	500,00
Στατικές διαφημίσεις σε άλλα sites	25.000,00
Google Ads (Network/Ad Sense)	1.000,00
Social media Advertisement	1.000,00
ΣΥΝΟΛΟ	30.000,00

Πίνακας 12: Προβλεπόμενα έσοδα διετίας

Όλα τα παραπάνω μεγέθη είναι εκφρασμένα σε €.

12 Μελλοντικές Στρατηγικές/Επεκτασιμότητα

Ο μελλοντικός στρατηγικός σχεδιασμός της ηλεκτρονικής επιχείρησης είναι η επέκταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε αγορές του εξωτερικού, κυρίως στις γειτονικές Βαλκανικές χώρες, με έμφαση και προτεραιότητα την χιονοδρομική αγορά της Βουλγαρίας, όπου παρατηρείται μια αυξημένη χειμερινή τουριστική δραστηριότητα τα τελευταία χρόνια από Έλληνες. Σε μεταγενέστερο στάδιο προβλέπεται η επέκταση και σε άλλες γειτονικές χώρες όπου παρατηρείται σημαντική χειμερινή τουριστική κίνηση από την χώρα μας.

Επιπλέον, ο σχεδιασμός για την προσθήκη νέων υπηρεσιών στο υπάρχον σύνολο είναι: 1) Η εισαγωγή υπηρεσίας βαθμολογίας (rating) και σχολιασμού των χειμερινών τουριστικών προορισμών αλλά και των χιονοδρομικών κέντρων. Έτσι ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα να βαθμολογεί την συνολική του εμπειρία από την επίσκεψη σε έναν προορισμό ή χιονοδρομικό κέντρο έτσι ώστε να υπάρχει ένα feedback προς τα κέντρα και τους προορισμούς για περαιτέρω βελτίωση και αναβάθμιση. 2) Η απεικόνιση σημείων ενδιαφέροντος μέσω της υπηρεσίας Google Maps/Earth των χιονοδρομικών κέντρων και χειμερινών προορισμών ώστε να γνωρίζουν οι χρήστες που είναι τι. Για παράδειγμα το ακριβές σημείο του ιατρείου του χιονοδρομικού σε περίπτωση ανάγκης κάτι που δεν παρέχουν όλα τα χιονοδρομικά ακόμα και στους μεμονωμένους ιστότοπους τους.

13 Παρουσίαση demo εφαρμογής της ηλεκτρονικής επιχείρησης

Το υλικό εικόνων (printscreen) που ακολουθεί είναι από μια δοκιμαστική προσπάθεια ανάπτυξη με την χρήση νέων τεχνολογιών του ιστότοπου της snow4all. Το website είναι σχεδιασμένο με το CMS Wordpress ενώ η φιλοξενία του γίνεται σε δωρεάν server με το domain name www.snow4all.gr.

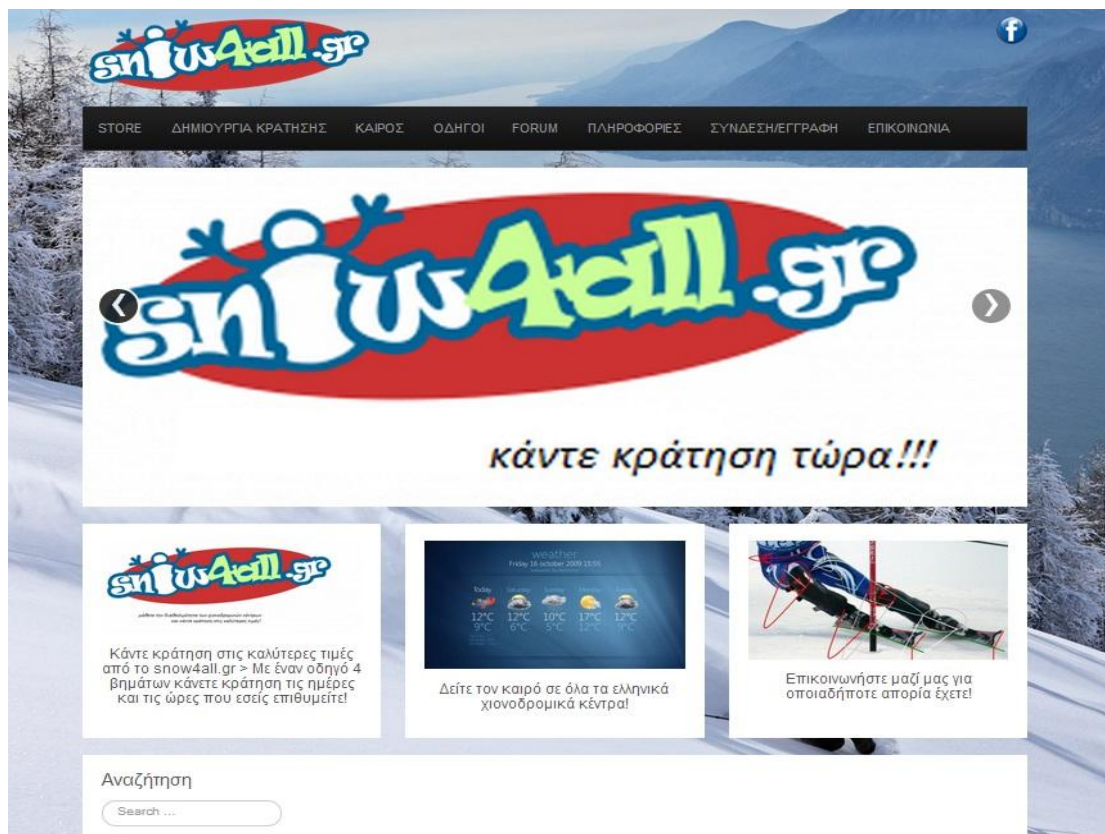
The screenshot shows the WordPress admin dashboard for a WooCommerce store. The top navigation bar includes links for StoreCart, Dashboard, Settings, Products, Customers, Orders, Marketing, Affiliates, Statistics, and Help. Below the navigation bar, there are several promotional banners for plugins like Customer Shirts, Mugs, and UPS Shipping Quotes. The main content area is divided into two sections: 'Recent Sales' on the left and 'RECENT ORDERS' on the right. The 'Recent Sales' section includes a bar chart showing sales for the last 30 days, with a total of €8EUR. The 'RECENT ORDERS' section displays a table with the following data:

ID	Order Status	Cart Contents	Payment Processor	Price	Shipping	User	Email	Affiliate	Date
10	Pending	---	checkmoneyorder	0.00	0.00	snow4all	thanasis.naousa@gmail.com	-	20130620
9	Pending	Elan intermediate ski set	paypal	8.00	0.00	snow4all	thanasis.naousa@gmail.com	-	20130620
8	Completed	Elan intermediate ski set	checkmoneyorder	8.00	0.00	snow4all	thanasis.naousa@gmail.com	-	20130429

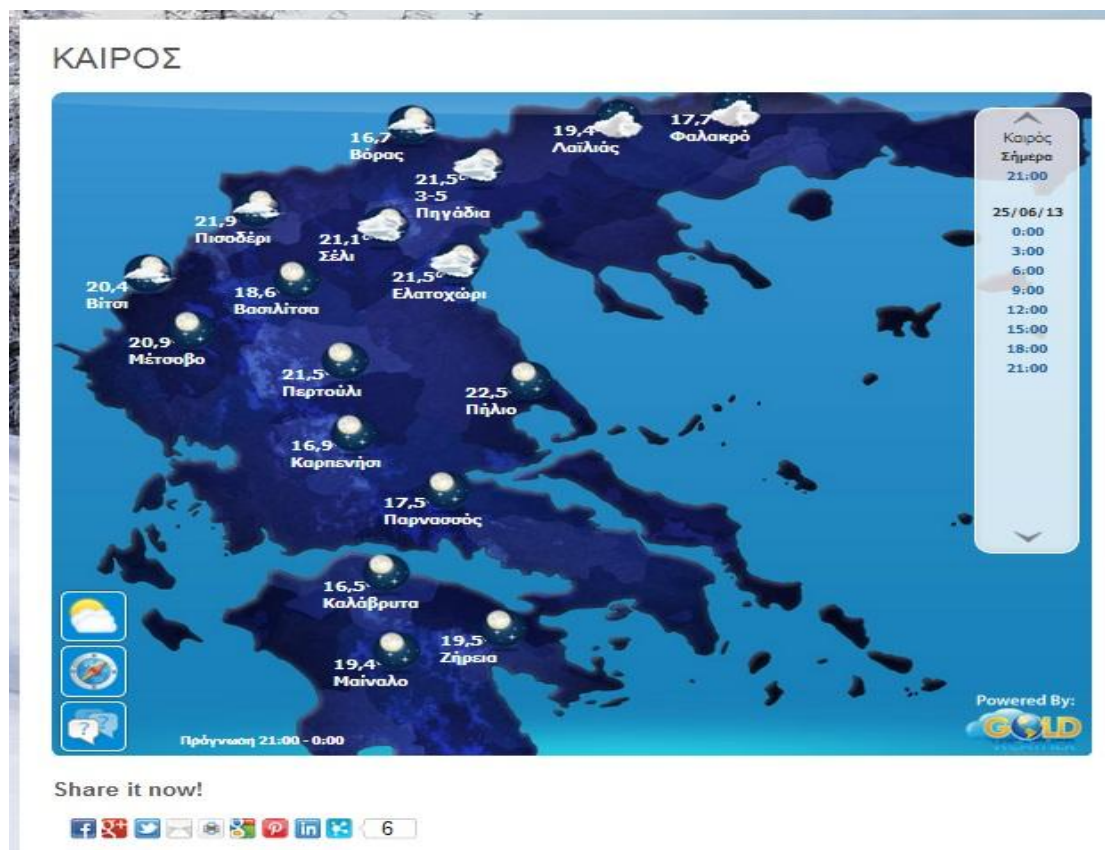
The table also includes a search bar and a footer indicating 'Showing 1 to 7 of 7 entries'.

Εικόνα 14: Η admin διαχείριση κρατήσεων

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

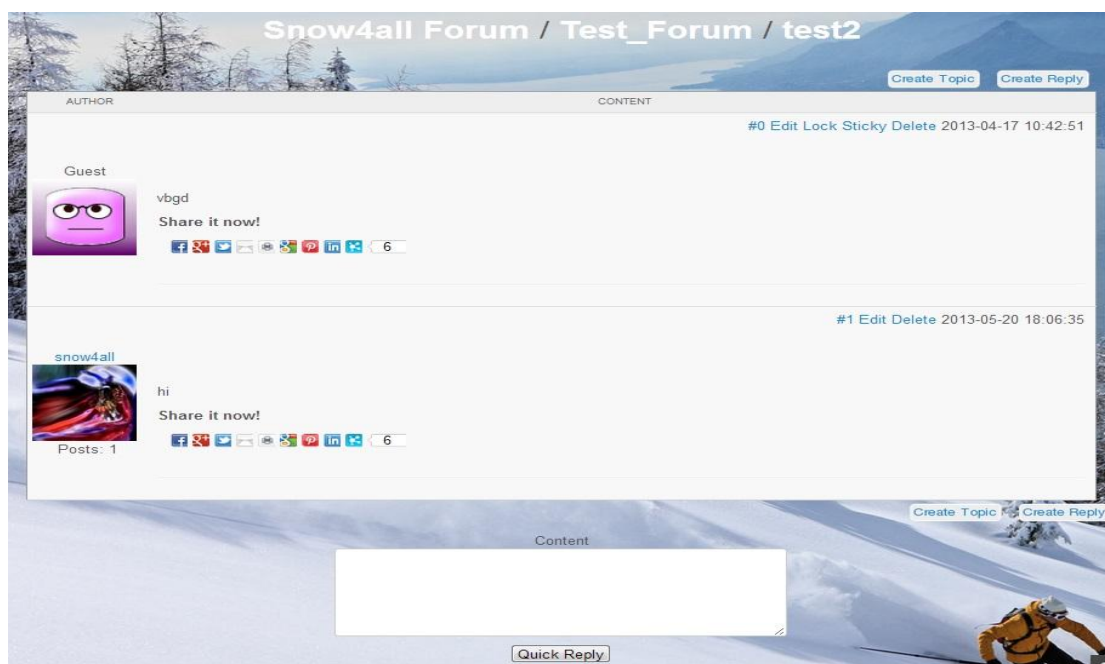


Εικόνα 15: Κεντρική Σελίδα

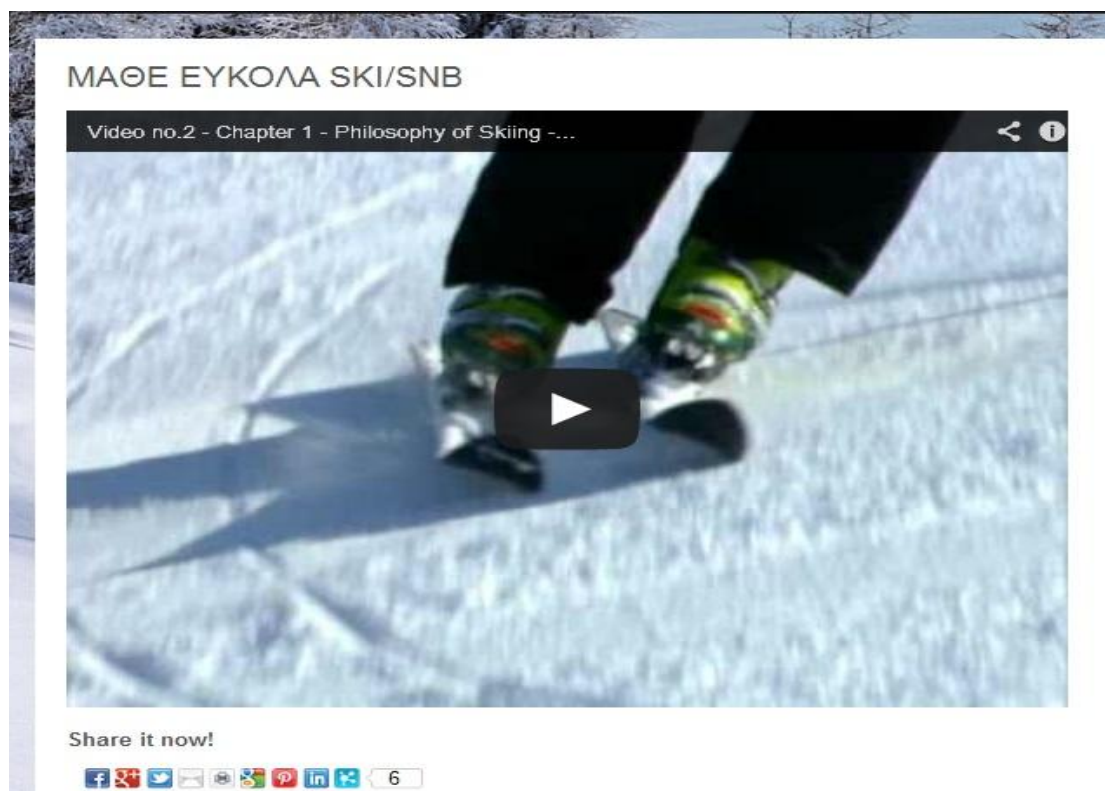


Εικόνα 16: Widget (Module) weather application

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»



Εικόνα 17: Σελίδα forum

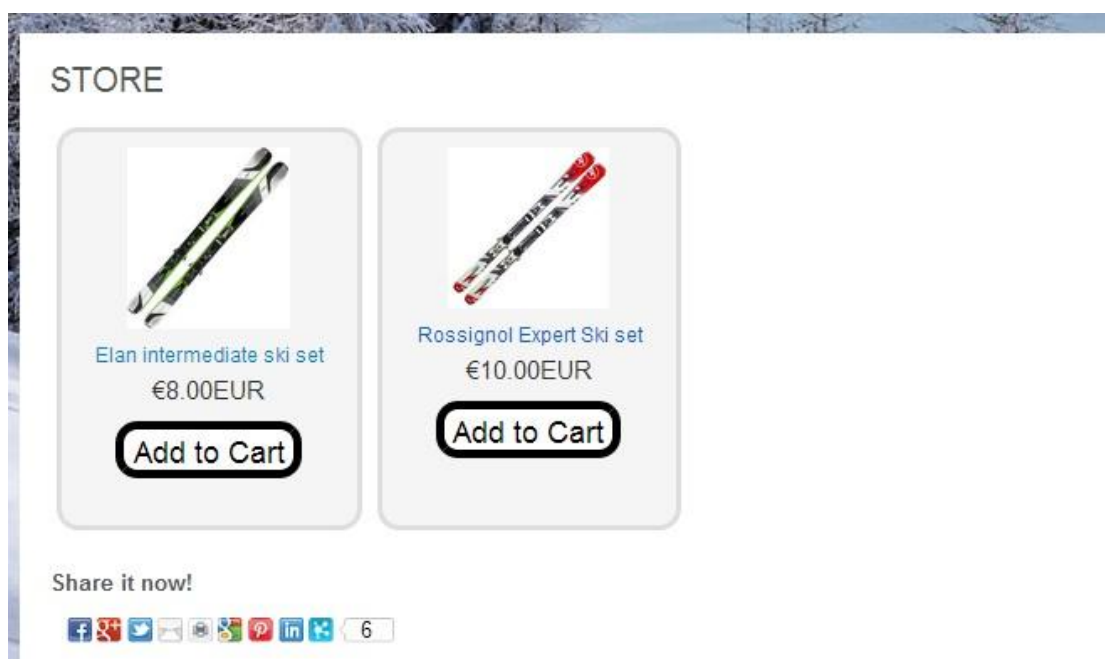


Εικόνα 18: Ενότητα Οδηγοί με ενδεικτικό multimedia περιεχόμενο

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»



Εικόνα 19: Login σελίδα με δυνατότητα Social Media Login




Εικόνα 20: 1^η Σελίδα του web booking engine

Checkout

Step 1 Step 2 Step 3
Your Info Review Your Order Pay

Shopping Cart (1 Item)

 Elan intermediate ski set €8.00EUR [remove](#)

Enter coupon:

Subtotal: €8.00EUR

Shipping: €0.00EUR

Total: €8.00EUR

Share it now!



Εικόνα 21: 2^η Σελίδα του web booking engine

STORE

Order total: €8.00EUR

Please wait you are proceeding to the payment secure page

Share it now!



Εικόνα 22: 3^η Σελίδα του web booking engine

«Μελέτη Περίπτωσης Ανάπτυξης Καινοτόμων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών: Επιχειρηματικό Σχέδιο Δημιουργίας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης Χειμερινού Τουρισμού»

RECENT ORDERS

Search:

ID	Order Status	Cart Contents	Payment Processor	Price	Shipping	User	Email	Affiliate	Date
11	Pending	✖ Elan intermediate ski set	checkmoneyorder	8.00	0.00	snow4all	thanasis.naousa@gmail.com	-	20130624
10	Pending	---	checkmoneyorder	0.00	0.00	snow4all	thanasis.naousa@gmail.com	-	20130620
9	Pending	✖ Elan intermediate ski set	paypal	8.00	0.00	snow4all	thanasis.naousa@gmail.com	-	20130620
8		✖ Elan							

Showing 1 to 8 of 8 entries

Εικόνα 23: Η προηγούμενη παραγγελία στο εργαλείο διαχείρισης κρατήσεων

14 Παράρτημα

14.1 Logos snow4all.gr



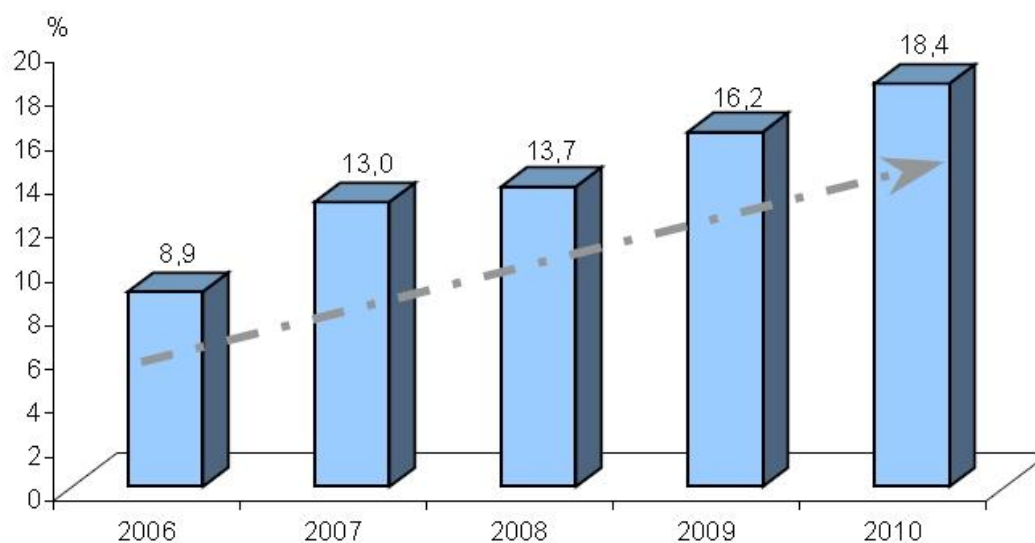


- ✓ Τα logo του snow4all.gr είναι σε μορφοποίηση jpg και png, σχεδιάστηκαν σε web 2.0 χρώματα και μπορούν να ενσωματώσουν κάποιο moto-σλόγκαν της εταιρείας.

Σχεδιασμός logo

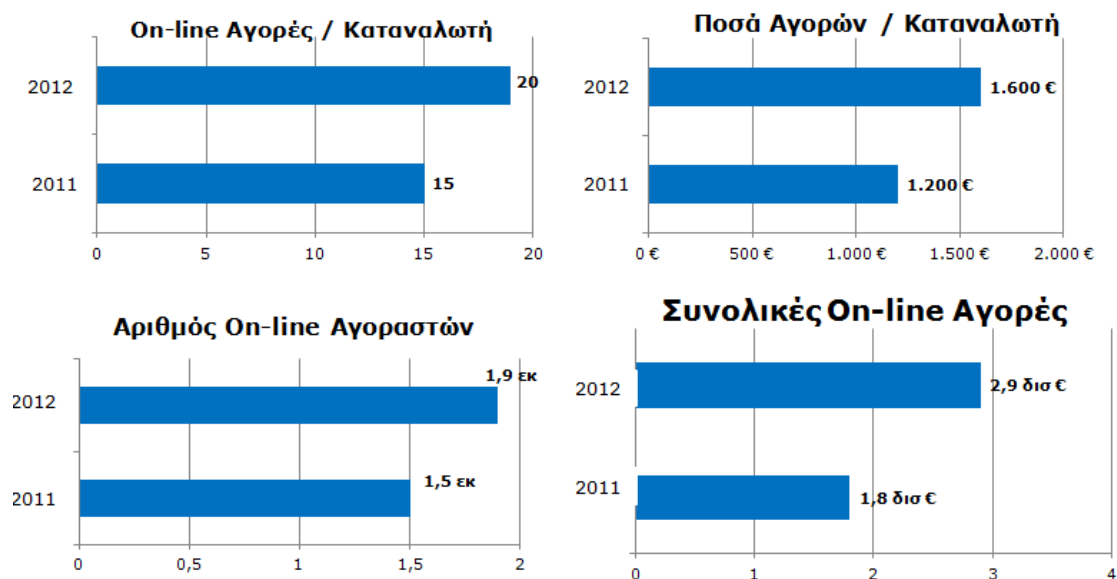
Ευχαριστώ ιδιαίτερα τον συμφοιτητή **Νίκο Παπαδόπουλο** τελειόφοιτο του τμήματος Διοίκησης Τεχνολογίας, Πανεπιστημίου Μακεδονίας για την πολύτιμη βοήθειά του στην κατασκευή των logo της snow4all.gr

14.2 Πίνακες Στοιχείων



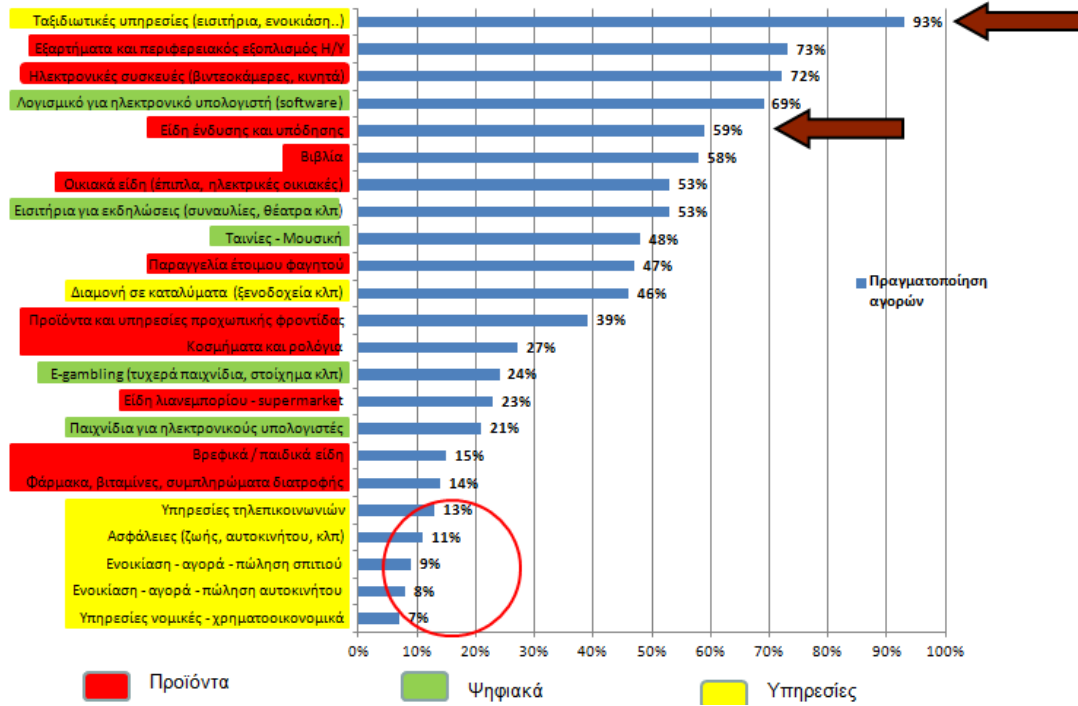
Πίνακας Π1: Ηλεκτρονικό εμπόριο: Α' τρίμηνο 2006 – 2010
Πηγή:

Αύξηση της Έντασης Αγορών και του Μεγέθους της On-line Αγοράς



Πίνακας Π2: On-line Αγορές 2011/2012
Πηγή: Eltrun

Εύρος Προϊόντων και Υπηρεσιών για τις On-line Αγορές



Πίνακας Π3: Κατηγορίες On-line Αγορών 2012
Πηγή:Eltrun

15 Βιβλιογραφία

Πηγές Internet

- <http://www.ski.gr/news/2010/12/article950>
- <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=371852>
- http://www.hellasnow.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=244:2011-03-10-17-47-57&catid=1:latest-news
- http://www.hellasnow.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=244:2011-03-10-17-47-57&catid=1:latest-news
- <http://www.diorismos.gr/Dpages/news/viewnews.php?nid=14082>
- Πουτέτση Χ., (2010), Χιονοδρομικά Κέντρα (Ηλεκτρονικό άρθρο), Εφημερίδα Το Βήμα

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Βιβλία

- [1] Αυλωνίτης Γ. Ι., Παπασταθοπούλου Πολίνα (2004), Αποτελεσματική Διοίκηση Χαρτοφυλακίου Προϊόντων και Υπηρεσιών, Εκδόσεις Σταμούλη
- [2] Γούναρης Σπύρος, (2003), Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Εκδόσεις, Εκδόσεις Rosili
- [3] Κίτσιος Φ., Ζοπουνίδης Κ., (2008), Ανάπτυξη Νέων Υπηρεσιών: Τουρισμός, Υγεία, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- [4] Μάρκελος Κ., (2005), e-Επιχειρηματικότητα: Από την ιδέα στην υλοποίηση, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
- [5] Παπαδάκης Β. (2007), Στρατηγική των επιχειρήσεων: Ελληνική και διεθνή εμπειρία, Εκδόσεις Μπένου
- [6] Σαμαράς Γ., Turban E., (2008), Ηλεκτρονικό εμπόριο: Αρχές, εξελίξεις. στρατηγική από την σκοπιά του manager, Εκδόσεις Γκιούρδας
- [7] Chaffey Dave, (2008), Ηλεκτρονικό επιχειρείν και ηλεκτρονικό εμπόριο: Στρατηγική και υλοποίηση, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- [8] Cunningham M., (2006). Έξυπνες ιδέες e-επιχειρείν, Εκδόσεις Γκιούρδας

[9] Frank J., (2001), E-business: Επιχειρηματικές εφαρμογές στο Internet Εκδόσεις Γκιούρδας

Ξενόγλωση Βιβλιογραφία

Βιβλία

[10] Chaffey D., (2004), E-business and e-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, F.T. Prentice Hall

[11] Eglash Joanne, (2000), How to write a .com business plan, McGraw-Hill Publishing

[12] Lovelock C., (2007), Services Marketing, Pearson/Prentice Hall

[13] Lovelock C., (2000), Services Marketing: People, Technology, Strategy, Prentice Hall

[14] Ross Manning, (2000), How to write an eCommerce business plan (Businessplan.com), PSI Successful Business Library

Άρθρα

[15] Bitner M., Ostrom A.,Morgan F., (2007), Service Blueprint: A Practical Technique for Service Innovation, Working Paper, Center for Services Leadership, Arizona State University

[16] Flieb S., Kleinaltenkamo M., (2004), Blueprinting the service company: Managing service processes efficiently, Journal of Business Research, Vol.57, pp392-404

[17] Gersch M.,Hewing M., Scholer B., (2011), Business process Blueprinting-an enhanced view on process performance, Business Process Management Journal, Vo.17, pp732-747

[18] Hulton P., Bjorkstrand H., (2009), A Case Study of the Development of an e-Service for the Swedish Mining Industry, Services Marketing Quarterly, Vol.30, pp 18-38

[19] Hummel E.,Murphy K., (2011), Using Services Blueprint to Analyze Restaurant Service Efficiency, Center for Hospitality research of Cornell University, Sage Publications

- [20] Kitsios F., Angelopoulos S., Papadogonas T., (2009), Strategic innovation in tourism services: Managing Emergent Technologies, International Journal of Management Research and Technology, Vol. 3, No, 1, pp 217-237
- [21] Kitsios F., Angelopoulos S., Babulac E., (2008), From e to u: Towards an innovative digital era, Idea Group Publishing, pp 415-426
- [22] Menor L.,Tatikonda M.,Sampson S., (2002), New service development: areas for exploitation and exploration, Journal of Operations Management, Vol.20, pp135-157
- [23] Melao Nuno, (2009), E-Business processes and e-Business Process Modelling: a state-of-the-art overview, International Journal of Services Technology and Management, Vol.11, pp293-322
- [24] Norton D., Hansen L., (2000), The E-commerce Blueprint: Creating Online Brand Experiences, Journal of Design Management, Vol.11, pp 25-35
- [25] Rappa M., (2000), Business Models on the Web: Managing the Digital Enterprise, North Carolina State University, USA
- [26] Shostack L., (1982). How to Design a Service, European Journal of Marketing, Vol.16, Issue 1, pp49-63
- [27] Spraragen S., Chan C., (2008), Service Blueprint: When Customer Satisfaction Numbers are not enough, International DMI Education Conference Proceedings
- [28] Sumathisri B., (2012), Service Blueprint: An Effective Tool for Designing and Specifying Intangible Service Processes: An Outlook, Journal of International Business Management, Vol.6, pp 294-297

Μεταπτυχιακές Εργασίες

- [29] Παναγιωτίδης Δημήτριος, Επιβλέπων καθηγητής: Σουμπενιώτης Δημήτριος. (2010), Στρατηγικός σχεδιασμός της εταιρείας Interscala ABEE, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Δ.Π.Μ.Σ. Στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη Επιχειρήσεων
- [30] Κωστόπουλος Ιωάννης, Επιβλέπων Καθηγητής: Γούναρης Σπύρος, (2006), Η εφαρμογή της μεθόδου Blueprinting στην διοίκηση διαδικασιών παροχής υπηρεσιών: Η περίπτωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Π.Μ.Σ. Μάρκετινγκ & Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες
- [31] Αθανασίου Γρηγόρη, Επιβλέπων Καθηγητής: Βλαχοπούλου Μάρω, (2012). Business Plan Νέας Ηλεκτρονικής Επιχείρησης (Δημιουργία-Εφαρμογή),

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Δ.Π.Μ.Σ. στα Πληροφοριακά Συστήματα

[32] Ζαμπετάκη Ζακελίνα, Επιβλέπων καθηγητής: Βασιλειάδης Χρήστος, (2012), Στρατηγικές ανάπτυξης του χειμερινού τουριστικού προϊόντος: Η περίπτωση των χιονοδρομικών κέντρων της Ελλάδος, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων με Εξειδίκευση Μάρκετινγκ

Κλαδικές Έρευνες

[33] Alco, Ποσοτική Έρευνα Για Τον Χειμερινό Τουρισμό 2011

[34] Eltrun/ΟΠΑ (2012), Ετήσια Έρευνα Κοινωνικών Δικτύων 2012

[35] Eltrun/ΟΠΑ (2012), Ετήσια Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου 2012

[36] ΕΛ.ΣΤΑΤ. (2012), Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης Και Επικοινωνίας Από Τα Νοικοκυριά

Επαγγελματικοί/Επιστημονικοί Οδηγοί

[37] ΚΕΜΕΛ, (2012), Οδηγός Σύνταξης Επιχειρηματικού Σχεδίου Για Νέα Ηλεκτρονική Επιχείρηση, (Κέντρο Εθελοντών Μάνατζερ Ελλάδος)

[38] ΚΕΜΕΛ, (2012), Οδηγός Σύνταξης Επιχειρηματικού Σχεδίου Για Νέα Επιχείρηση, (Κέντρο Εθελοντών Μάνατζερ Ελλάδος)

[39] Πραματάρη Α.,Μπαρδάκη Κ., (2012), Πρότυπο Επιχειρηματικό σχέδιο για επιχειρήσεις e-business, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Μονάδα καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας-Eltrun