

MARKETING GREECE

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΕΩΝ

ΔΗΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ – ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2024

5 στρατηγικοί άξονες

- Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών
- Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος
- Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός
- Προστασία περιβάλλοντος & αειφορία
- Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας



26 προτεινόμενες δράσεις με άμεσο ορίζοντα υλοποίησης

- Εντός 2ετίας



Στόχευση σε κύριες αγορές *

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές:
Γερμανία, Αγγλία, Τουρκία, Ιταλία,
Βαλκανικές αγορές

**Υφιστάμενες αγορές προς ανάπτυξη/
ενίσχυση:**

Πολωνία, Ολλανδία, Γαλλία, Αυστρία,
Σουηδία, Ελβετία, ΗΠΑ



* με βάση τις αγορές του Σχεδίου Δράσης και προτεραιοποίησης για ενέργειες προβολής σε ορίζοντα 2ετίας

Στρατηγικός Άξονας

1

Βελτίωση & Ανάπτυξη Υποδομών

Στρατηγική Κατεύθυνση

Ενίσχυση Συνδεσιμότητας



Προτεινόμενες Δράσεις



Ευθυγράμμιση στρατηγικής με τουριστικούς φορείς, οργανισμούς & επιχειρήσεις (π.χ. τα μέλη της Σύμπραξης Τουρισμού Κεντρικής Μακεδονίας, το Λιμάνι Θεσσαλονίκης, το Thessaloniki Convention Bureau κλπ.) για τη χάραξη στρατηγικής και την ανάπτυξη νέων αγορών/ δρομολογίων μέσω της διοργάνωσης τακτικών συναντήσεων



Επαφές **με αεροπορικές εταιρείες** με στόχο την ενίσχυση των υπάρχουσών συνεργασιών και τη διερεύνηση δυνατοτήτων για έναρξη & καθιέρωση νέων δρομολογίων από/προς την Θεσσαλονίκη

Στρατηγικός Άξονας

2

Αναβάθμιση και προώθηση
τουριστικού προϊόντος

Στρατηγική Κατεύθυνση

i

Ανάπτυξη βιωματικών εμπειριών



Προτεινόμενες Δράσεις



Ολοκληρωμένη χαρτογράφηση υπαρχόντων πολιτιστικών και γαστρονομικών προϊόντων & εμπειριών της Θεσσαλονίκης.



Διοργάνωση ημερίδας με τη συμμετοχή επιχειρηματιών, οργανισμών και φορέων (π.χ. ξενοδόχων, παρόχων εμπειριών, πρακτόρων, μουσείων, ξεναγών κ.ά.), η οποία θα λειτουργήσει ως **όχημα ενεργοποίησης και ενίσχυσης συνεργασιών** για την αναβάθμιση, προβολή και ανάδειξη των εμπειριών του προορισμού.



Υλοποίηση ψηφιακής θεματικής **Social Media καμπάνιας**, με την αξιοποίηση υπάρχοντος και την δημιουργία νέου υλικού.



Συνάντηση με τον ΕΟΤ για τη **διερεύνηση συνεργασίας με τον οδηγό Michelin** για την περαιτέρω ενίσχυση της Θεσσαλονίκης ως γαστρονομικού προορισμού.

Στρατηγικός Άξονας

2

Αναβάθμιση και προώθηση
τουριστικού προϊόντος

Στρατηγική Κατεύθυνση

ii

Συστηματική παρακολούθηση
κοινών στόχευσης



Προτεινόμενες Δράσεις

Συλλογή και επέκταση μελετών/ερευνών για τα κοινά της Θεσσαλονίκης, μέσω συνεργασίας με τα μέλη της Σύμπραξης Κεντρικής Μακεδονίας και άλλους φορείς & Οργανισμούς Τουρισμού, για την επέκταση και αξιοποίηση ευρημάτων υφιστάμενων ερευνών.



Παράλληλα, ενίσχυση συνεργασίας με ερευνητικούς φορείς (π.χ. INSETE Intelligence) και Πανεπιστήμια.



Στρατηγικός Άξονας
Αναβάθμιση και προώθηση
τουριστικού προϊόντος

2

Στρατηγική Κατεύθυνση iii

Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας
της Θεσσαλονίκης ως City Break
προορισμού



Προτεινόμενες Δράσεις

Αξιοποίηση υπάρχοντος υλικού, κάτω από το concept "**Vibing in Thessaloniki**".



Ενίσχυση του Film Office της Θεσσαλονίκης για την προσέλκυση κινηματογραφικών παραγωγών σε συνεργασία με το Film Office της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας

Νέο Content (short videos) με άξονες τα εξής:

- Γαστρονομία (unesco city of gastronomy)
- Πολιτισμός (μουσεία, αξιοθέατα)
- Θρησκευτικός τουρισμός (Λατρευτική εβδομάδα, Αγίου Δημητρίου κ.ά.)
- Events/ festivals (π.χ. Thessaloniki Film Festival, Δημήτρια, Olympic run κ.ά.)



Υλοποίηση **Programmatic καμπάνιας** με στόχευση κοινών που επιλέγουν city breaks, από κύριες αγορές της Θεσσαλονίκης



Διοργάνωση **Social Media καμπάνιας** σε υφιστάμενες και με περιθώριο ανάπτυξης αγορές.
Έμφαση στην υλοποίηση **TikTok** καμπάνιας για νεανικά κοινά >30 ετών



Διοργάνωση **ταξιδιών δημοσιότητας** για τη δημιουργία νέων ιστοριών για τη Θεσσαλονίκη αλλά και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού σε κύρια κοινά στόχευσης του εξωτερικού

Στρατηγικός Άξονας

2

Αναβάθμιση και προώθηση
τουριστικού προϊόντος

Στρατηγική Κατεύθυνση

iv

Ενίσχυση της εικόνας της
Θεσσαλονίκης ως προορισμού MICE



Προτεινόμενες Δράσεις



Ευθυγράμμιση στρατηγικής με το Thessaloniki Convention Bureau



Αξιοποίηση υπάρχοντος υλικού και δημιουργία νέου με **concept**, για την υλοποίηση καμπάνιας προώθησης του MICE



Δημιουργία **Social Media** καμπάνιας προβολής, με έμφαση στο **Bleisure travel** .

Στρατηγικός Άξονας

2

Αναβάθμιση και προώθηση
τουριστικού προϊόντος

Στρατηγική Κατεύθυνση

v

Ανάδειξη Θεσσαλονίκης ως
προορισμού για digital nomads.



Προτεινόμενες Δράσεις



Πιλοτικό πρόγραμμα φιλοξενίας digital content creators και influencers.



Διοργάνωση **Digital Nomads Workshop** στη Θεσσαλονίκη, με σκοπό την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών φορέων (ξενοδοχείων, coworking hubs, χώρων ψυχαγωγίας, εστιατορίων κλπ.) για τη βελτίωση της προσφοράς προς τους digital nomads.



Υλοποίηση στοχευμένης **Social Media καμπάνιας**, με όχημα την πλατφόρμα **WorkFormGreece.com**.

Στρατηγικός Άξονας

3

Ψηφιακή αναβάθμιση και
μετασχηματισμός

Στρατηγική Κατεύθυνση

Αξιοποίηση της τεχνολογίας και των
ψηφιακών λύσεων για την ενίσχυση
της εμπειρίας επισκεπτών



Προτεινόμενες Δράσεις



Δημιουργία **Audio-guided tours** που θα αναδεικνύουν
γειτονιές/ walking tour της πόλης και **Podcasts** για μουσεία
που αξίζει να αναδειχθούν περαιτέρω (π.χ. Εβραϊκό
μουσείο, Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα, MOMus-Μουσείο
Φωτογραφίας, Ολυμπιακό Μουσείο).



Αξιολόγηση του **website & travel app της Θεσσαλονίκης** και
αναβάθμισή τους, ώστε να παρέχουν βελτιωμένες
λειτουργίες/εμπειρία στους επισκέπτες.

Στρατηγικός Άξονας

4

Προστασία περιβάλλοντος και
αιιφορία

Στρατηγική Κατεύθυνση

Υιοθέτηση δράσεων βιώσιμου
τουρισμού



Προτεινόμενες Δράσεις



Αξιολόγηση της Θεσσαλονίκης, σύμφωνα με τα παγκόσμια πρότυπα για την αιιφορία στα ταξίδια και τον τουρισμό, γνωστά και ως κριτήρια του **Global Sustainable Tourism Council** (Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού), ακολουθώντας το παράδειγμα της Αθήνας, του Ηρακλείου και της Κέρκυρας.

Στρατηγικός Άξονας

5

Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας

Στρατηγική Κατεύθυνση

Ενίσχυση δεξιοτήτων μέσω δικτύωσης, συνεργασίας και εκπαίδευσης



Προτεινόμενες Δράσεις



Δημιουργία **ομάδας εργασίας** από επιχειρηματίες του τουρισμού με σκοπό το σχεδιασμό και την ανάπτυξη νέων βιωματικών εμπειριών για την πόλη.



Υλοποίηση **Σχολείου Τουρισμού OnTour** στη Θεσσαλονίκη, σε συνεργασία με το INSETE.



Διοργάνωση **Live mentoring workshop** από έμπειρους διεθνείς experience providers.

Ευχαριστούμε!