



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Λευκωσία, 22 Ιανουαρίου 2015

ΠΡΟΣ: Όλους τους ενδιαφερόμενους
ΑΠΟ: Γενικό Γραμματέα
ΘΕΜΑ: «**INNOVATIVE EMARKETING AND ECOMMERCE METHODS FOR TOURISM ENTERPRISES IN CYPRUS**» **(100% Επιχορήγηση από την ΑνΑΔ)**
Πάφος 1η Φάση: 03-04/03/2015 (Ξενοδοχείο ANEMI)

Κύριοι,

Το Κυπριακό Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο μέσα στα πλαίσια της πάγιας πολιτικής του για διοργάνωση επιμορφωτικών προγραμμάτων που να ανταποκρίνονται άμεσα στις εξακριβωμένες ανάγκες του εμποροβιομηχανικού κόσμου, διοργανώνει σε συνεργασία με το ΕΒΕ Πάφου και τη Μονάδα Ενημέρωσης του Ευρωπαϊκού Κέντρου Επιχειρηματικής Στήριξης Κύπρου σεμινάριο με θέμα:

« INNOVATIVE EMARKETING AND ECOMMERCE METHODS FOR TOURISM ENTERPRISES IN CYPRUS »

Ο Τουρισμός αποτελεί το βασικότερο αιμοδότη της Κυπριακής οικονομίας. Το ανταγωνιστικό περιβάλλον για τα ξενοδοχεία καθώς και για τους τουριστικούς πράκτορες καθίσταται ολοένα και πιο δύσκολο.

Αν και υπάρχει καθολική αποδοχή της τεράστιας σημασίας της σωστής και ολοκληρωμένης παρουσίας στο διαδίκτυο εντούτοις μερικές μόνο Κυπριακές Τουριστικές επιχειρήσεις είναι σε θέση να σχεδιάζουν και να διατηρούν αποτελεσματικά ηλεκτρονικά συστήματα προώθησης και προβολής των υπηρεσιών τους και διεξαγωγής εκστρατειών μάρκετινγκ (On line Marketing Campaigns).

Σήμερα, η τεχνολογία στον τομέα του e-Marketing έχει προχωρήσει στο σημείο που ένα ξενοδοχείο ή ένας τουριστικός πράκτορας μπορεί εύκολα να χρησιμοποιήσει τα δεδομένα επισκεπτών και πελατών για καμπάνιες προωθησεις.

Το στρατηγικό αυτό επιμορφωτικό πρόγραμμα είναι σχεδιασμένο ακριβώς να βοηθήσει τους συμμετέχοντες που προέρχονται από τον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων πώς να χαράξουν μέσω καινοτόμων προσεγγίσεων την στρατηγική των επιχειρήσεων τους σε σχέση με τα ηλεκτρονικά συστήματα προώθησης και προβολής των υπηρεσιών τους αξιοποιώντας πλήρως τις τεράστιες προοπτικές και δυνατότητες που προσφέρουν οι εφαρμογές του E-Marketing και E-Commerce.

Μετά την ολοκλήρωση της κατάρτισης οι καταρτιζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να:

- αντιλαμβάνονται τη τεράστια σημασία που έχει για την τουριστική επιχείρηση / οργανισμό τους η ανάπτυξη στρατηγικής για ηλεκτρονική προώθηση (eMarketing) και ηλεκτρονικό εμπόριο (eCommerce) και να γνωρίζουν τις απαιτήσεις και υποχρεώσεις που έχει μια τέτοιου είδους επένδυση
- γνωρίζουν τις τεχνικές εκείνες που θα τους επιτρέπουν να επιτυγχάνουν ψηλότερη κατάταξη στις διάφορες μηχανές αναζήτησης (search engine optimisation – SEO)
- γνωρίζουν πώς να παρακολουθούν και να αξιοποιούν πλήρως τις στατιστικές και άλλες πληροφορίες σε σχέση με την ιστοσελίδα τους από την χρησιμοποίηση των εργαλείων Google Analytics, Google Webmaster, Google MyPlace και Google Adwords Keyword Tool
- γνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν το Google Adwords και το Facebook για να αναπτύξουν ηλεκτρονική διαφήμιση (pay-per-click Advertising)
- γνωρίζουν τις διάφορες επιλογές διαδικτυακής διαφήμισης (online advertising) καθώς και τα πλεονεκτήματα / μειονεκτήματα της κάθε μεθόδου
- αξιοποιούν τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης (social media) για να προσελκύουν και να δημιουργούν πιστούς πελάτες, χρησιμοποιώντας το Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, and Instagram (όπως και άλλα προγράμματα και εφαρμογές)
- διαχειρίζουν την περιγραφή του ξενοδοχείου ή άλλο τουριστικό προϊόν στο TripAdvisor, Booking.com, και άλλων πλατφόρμων για σκοπούς search engine optimization και καλύτερες κρατήσεις
- ετοιμάζουν σωστά τον προϋπολογισμό που απαιτείται για τις σχετικές τους ενέργειες
- σχεδιάζουν σύστημα διαχείρισης περιεχομένου για να ενισχύουν τις ιστοσελίδες τους

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν με εργοδοτούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τα κριτήρια της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.



Αρχή Ανάπτυξης
Ανθρώπινου
Δυναμικού
Κύπρου



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

-2-

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε Ιδιοκτήτες, Γενικούς Διευθυντές και Υποδιευθυντές Τμημάτων Πληροφορικής, Μάρκετινγκ και στρατηγικού σχεδιασμού τουριστικών επιχειρήσεων.

Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα που είναι πρακτικής φύσης περιλαμβάνει τόσο Ιδρυματική όσον και Ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση.

ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ

Εγγύηση για την επιτυχία του Επιμορφωτικού προγράμματος αποτελεί το γεγονός ότι σ' αυτό θα διδάξει ο **Ελληνοαμερικάνος εμπειρογνώμονας κος Philip Ammerman**.

Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική. Σημειώνεται όμως ότι παρεμβάσεις θα μπορούν να γίνονται και στην Ελληνική εκεί όπου κρίνεται αναγκαίο αφού ο κος Philip Ammerman είναι γνώστης και της Ελληνικής γλώσσας.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΧΩΡΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Διάρκεια: 14 ώρες Ιδρυματική Κατάρτιση, 7 ώρες Ενδοεπιχειρησιακή Κατάρτιση. Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί **στο Ξενοδοχείο ANEMI στη Πάφο**.

ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (€1785+€339,15 Φ.Π.Α.)

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού σαν πρόγραμμα ζωτικής σημασίας.

Το πρόγραμμα επιχορηγείτε εξ' ολοκλήρου από την ΑνΑΔ και ως εκ τούτου **δεν υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση** για τις επιχειρήσεις εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. Να σημειωθεί ότι και το Φ.Π.Α. επιστρέφεται στις εταιρείες και δεν αποτελεί κόστος για τις επιχειρήσεις.

Πρόκειται πραγματικά για μια **ανεπανάληπτη και οικονομικά συμφέρουσα** ευκαιρία που προσφέρεται για αναβάθμιση των Κυπριακών τουριστικών Επιχειρήσεων αφού το πραγματικό κόστος συμμετοχής αν δεν υπήρχε η επιχορήγηση της Αρχής θα ήταν τουλάχιστο **€1785** και προτρέπονται όλοι όπως την εκμεταλλευθούν στο έπακρο.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

Το ΚΕΒΕ θα εφοδιάσει όλους τους συμμετέχοντες με Πιστοποιητικό Παρακολούθησης.

Η πρακτική φύση και ο τύπος του προγράμματος είναι φανερό ότι θέτουν περιορισμούς στον αριθμό των συμμετοχών (25 επιχειρήσεις) γι' αυτό θα γίνονται δεκτές αιτήσεις κατά σειράν προτεραιότητας. Τελευταία ημερομηνία για δηλώσεις συμμετοχής είναι **η Τετάρτη 25 Φεβρουαρίου 2015**.

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλείσθε όπως επικοινωνείτε με τον κ. Χρίστο Ταντελέ στο ΚΕΒΕ, τηλ. 22889840, φαξ: 22668630, Τ.Κ. 21455, 1509 Λευκωσία.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελές
για Γενικό Γραμματέα

/ΓΒ



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Tuesday 03/03/2015

08:30 – 08:45	Registration
08:45 – 10:45 (2.00)	Innovation in eCommerce and eMarketing Strategy and Methods in the Cyprus Tourism Sector <ul style="list-style-type: none">• Basic Analysis of online tourism searches, bookings and different players• Understanding the Web 2.0 and Web 3.0 concepts• Website design and content• Balancing between graphic design and SEO• Understanding Content Management Systems and dynamic website• Review of social media marketing and latest trends in Facebook promotion• Analytical tools• Understanding the prioritisation matrix for online activities: brochures – sales-customer interaction-online promotion. Understanding “pure” online versus “clicks and bricks” models for online• Using the Navigation Framework for evaluating the quality and integrity of websites, ecommerce and emarketing for tourism service providers• Case Study (Website Reviews)
10:45 – 11:00	Coffee Break
11:00 – 12:30 (1.50)	Current Status of Tourism eCommerce and eMarketing in Cyprus <ul style="list-style-type: none">• Successful examples of eCommerce and eMarketing in Cyprus and internationally• Defining individual and corporate expectations for eCommerce & eMarketing• Establishing a sales funnel and 5 measurable objectives for small businesses in Cyprus: a) website visits, b) repeat visits, c) visitor interaction / call-to-action take-up, d) website requests, e) website bookings• Developing a budgeting framework for ecommerce and eMarketing• Measuring return on investment (ROI)• Analytical tools• Setting company and online objectives per category and per company• Budgeting and ROI frameworks using Microsoft Excel• Case Study
12:30 – 13:30	Lunch Break
13:30 – 15:30 (2.00)	Search Engine Optimisation <ul style="list-style-type: none">• Understanding search engines (operation, keywords, algorithms,)• Search engine statistics: leading SEs, monthly & annual search volumes• Optimising site structure and content using basic criteria:• The Google PageRank model• Search Link Optimisation (SLO) and link building• Site name (domain name & domain name forwarding)• Page title (URL)• Keywords in site content: proximity, density, prominence, frequency• Incoming & outbound links; Incoming links and authority hubs• Total page population and links between the site (sculpting)• Quality content• Traffic and popularity• Google Like• Comment spamming• Gaming search engines and blacklist activities• Using the Google Adwords Keyword Tool Finder for site optimisation
15:30 – 15:45	Coffee Break
15:45 – 17:15 (1.50)	USING NEWSLETTERS AND MAILING PROGRAMMES <ul style="list-style-type: none">• Structuring Mailing Campaigns• Analysing CRS guest data and information• Developing a segmented client database• Uploading your database to mailing programmes• Developing a mailing campaign by priority: Loyalty, Special Offer• Developing the mailing template• Launching and timing the campaign• Measuring campaign results



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

Wednesday 04/03/2015

08:45 – 10:30 (1.75)	Monitoring Online Statistics and Performance <ul style="list-style-type: none">• Understanding Google Analytics and Google Webmaster• Creating Google Analytics and Webmasters Account & installing the tracking code• Visitor Reporting: Country, New vs. Returning, Browsers, Screen Resolution, Operating System, Languages, Bounce Rate• Traffic Sources: Direct, Search Engines, Keywords• Content: Entry & Exit Pages, Time/ Page, # Pages/ Visitors, Navigation Analysis• Advertising Campaigns: Measuring results of adwords, ad types and campaigns• Using Google Analytics for content management, page sculpting and online promotion• Adjusting / editing website content based on analytics report• Page sculpting for internal prioritisation and ROI• Revising and optimising pay-per-click advertising and branded campaigns• Analytical tools• Detailed coverage of Google Analytics and Alexa• Case Studies
10:30 – 10:45	Coffee Break
10:45 – 12:30 (1.75)	Online Advertising: <u>Pay-per-click (PPC) Campaigns</u> <ul style="list-style-type: none">• Establishing online campaign (PPC) objectives and budgets• Determining customer demographics and advertising reach• Setting up and using Google Adwords• Setting up and using Facebook Ads• Using the Facebook Marketplace• Analytical tools• Google Adwords, Facebook Ads, MS Excel budgeting• Case Studies Online Advertising: <u>Branded advertising campaigns</u> <ul style="list-style-type: none">• Establishing online advertising campaign (branded) objectives and budgets• Determining customer demographics and advertising reach• Negotiating Space, positioning, views and click-throughs• Designing online advertisements• IAB advert dimensions• Analytical tools• Google Adwords, Facebook Ads, MS Excel budgeting• Case Studies
12:30– 13:30	Lunch Break
13:30 – 14:00 (30 minutes)	Optimising TripAdvisor and Booking.com Platforms <ul style="list-style-type: none">• Standing out among competitor descriptions• Optimising your description: text, photos, value• Responding to comments• Paid descriptions• Search Engine Optimisation
14:00 – 14:30 (30 minutes)	Promotion using Directories, Press Releases, Blogs <ul style="list-style-type: none">• Directories: Writing and optimising your directory listings text• Press Releases: Using Press Release Programmes• Reviews: Optimising for Reviews• Blogs: Blogging and getting Traffic• Comment spamming on authoritative sites (CNN, BBC, Financial Times, etc)• Analytical Tools• Link checking / tracking using Backlist Watch and other tools• Case Studies
14:30-15:30 (1.00)	Social Media and Web 2.0 Promotion <ul style="list-style-type: none">• What is social media? Sites (Facebook, LinkedIn, Google+, Pinterest) and Likes (Digg,



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

Google Like)

- Setting up a company or individual Page on Facebook
- Setting up a company or individual page on Google+
- Setting up a company or individual page on LinkedIn
- Using Pinterest
- Setting up a blog on Blogger
- Analytical tools
- We will use each site mentioned above to demonstrate the process
- Case Studies

15:30 – 15:45

Coffee Break

15:45-16:45

Social Media (continued)

(1.00)

- Using and installing Google Feedburner
- Using Digg
- Using Twitter
- Using Slideshare
- Using PageModo
- Analytical tools
- Use each site mentioned above to demonstrate the process
- Case Studies

16:45 – 17:15

Conclusion and final review

(0.50)



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



Business Support on Your Doorstep



ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

Δήλωση Συμμετοχής

Επιθυμούμε να σας πληροφορήσουμε ότι ενδιαφερόμαστε να συμμετάσχουμε στο Σεμινάριο που διοργανώνει το ΚΕΒΕ με θέμα:

«INNOVATIVE EMARKETING AND ECOMMERCE METHODS FOR TOURISM ENTERPRISES IN CYPRUS»

Στοιχεία Επιχείρησης / Οργανισμού

Όνομα Επιχείρησης:	
Τηλ.	Φαξ.
Διεύθυνση:	
Τ.Θ.	Τ.Κ.
E-MAIL:	
Αρ. Συμμετεχόντων:	

03-04/03/2015 Πάφος Ξενοδοχείο ANEMI

Στοιχεία Συμμετεχόντων

Ονόματα Συμμετεχόντων:

Θέση στην Εταιρεία:

1.

.....

2.

.....

3.

.....

Ημερομηνία

Υπογραφή