

Η ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

2ο παραδοτέο:

Ανάπτυξη επαγγελματικού προφίλ
για το σύμβουλο χρήσης νέων
ψηφιακών τεχνολογιών στον κλάδο
της φιλοξενίας και των καταλυμάτων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν έγγραφο παρουσιάζει το δεύτερο Πνευματικό Προϊόν (ΠΠ) του Erasmus+ έργου 'dTour', με τίτλο "Ανάπτυξη επαγγελματικού προφίλ για το σύμβουλο χρήσης νέων ψηφιακών τεχνολογιών στον κλάδο της φιλοξενίας και των καταλυμάτων". Αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της εταιρικής σχέσης του έργου και στηρίζεται στην ανάλυση των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν κατά τη διάρκεια της βιβλιογραφικής /δευτερογενούς έρευνας και έρευνας πεδίου, συμπεριλαμβανομένων και συνεντεύξεων με ενδιαφερόμενους φορείς, στην ανάπτυξη της "Συγκριτικής αξιολόγησης των τρέχοντων ψηφιακών εργαλείων στον τουρισμό και τη φιλοξενία".

Τα αποτελέσματα της μελέτης επεσήμαναν, σε γενικές γραμμές, την ανάγκη καθορισμού κοινών προτύπων δεξιοτήτων για την ανάπτυξη του επαγγελματικού προφίλ και του ρόλου του νεοσύστατου "Συμβούλου dTour" στην ψηφιοποίηση. Το προτεινόμενο επαγγελματικό προφίλ παρέχει μια λεπτομερή περιγραφή του φάσματος των δεξιοτήτων που απαιτούνται για την αποτελεσματική εκτέλεση του ρόλου του συμβούλου dTour. Το προφίλ επικεντρώνεται στο τι απαιτείται από πλευράς ικανοτήτων (γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις) για να είναι σε θέση ο επαγγελματίας να συμβουλεύει και να προωθεί τις ψηφιακές τεχνολογίες στον τομέα της φιλοξενίας και του τουρισμού στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Το επαγγελματικό προφίλ σχεδιάστηκε σε επίπεδο 4/5 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Επαγγελματικών Προσόντων (ΕΠΕΠ). Αυτό δεν σημαίνει ότι όλες οι ικανότητες βρίσκονται σε αυτό το επίπεδο - ορισμένες είναι σε υψηλότερο επίπεδο. Παρ' όλ' αυτά το συνολικό επίπεδο του επαγγελματικού προφίλ έχει οριστεί για να αποτυπώσει τον κύριο πυρήνα των βασικών ικανοτήτων που συνδέονται με τον ρόλο. Η χρήση του ΕΠΕΠ για τον καθορισμό αυτού του επιπέδου αναφοράς είναι ένα σημείο αναφοράς για την ενσωμάτωσή του στα Εθνικά Πλαίσια Προσόντων που λειτουργούν σε όλη την Ευρώπη και παρέχει επίσης την κεντρική και θεμελιώδη δομή που στηρίζει και ενημερώνει το σχεδιασμό και την παραγωγή του περιεχομένου του εκπαιδευτικού προγράμματος στο dTour, του εκπαιδευτικού υλικού και της πιστοποίησης ISO για την επικύρωση του επαγγελματικού προφίλ.

ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η ψηφιοποίηση αποτελεί κλειδί για την επιτυχία στον τομέα του Τουρισμού. Διάφοροι οργανισμοί σε όλο το φάσμα των διαφορετικών τομέων του κλάδου κινούνται ήδη στην ψηφιακή εποχή με επιταχυνόμενο ρυθμό. Η ψηφιοποίηση λαμβάνει χώρα σε διάφορες εργασίες, δραστηριότητες και λειτουργίες του τομέα, οι οποίες αναπτύσσουν τους οργανισμούς όσον αφορά την εσωτερική τους διαχείριση, αλλά και τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες που αποσκοπούν στην εξεύρεση νέων πελατών ή στην εξυπηρέτηση των αναγκών των πελατών για τουριστικές υπηρεσίες ολοένα και υψηλότερης ποιότητας. Τέτοιες εξελίξεις μπορεί να αποτελούν καθημερινή ρουτίνα για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του τουρισμού. Ωστόσο, αυτό δεν ισχύει για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες είναι, αναμφισβήτητα, θεμελιώδεις για την επιτυχία της Ευρώπης ως κορυφαίου τουριστικού προορισμού παγκοσμίως. Οι ΜΜΕ συχνά δεν έχουν την ικανότητα ή τους πόρους να προσαρμοστούν στις αλλαγές και την καινοτομία του κλάδου και μπορεί να κινδυνεύουν να συνεχίσουν να βασίζονται σε ξεπερασμένες και λιγότερο αποτελεσματικές επιχειρηματικές διαδικασίες και μεθόδους. Χωρίς παρέμβαση και υποστήριξη για τις ΜΜΕ, αυτή η έλλειψη ικανότητας αφομοίωσης της ψηφιοποίησης μπορεί να οδηγήσει σε χαμένες ευκαιρίες για την ενίσχυση της επιχειρηματικής απόδοσης.

Στόχος του έργου dTour είναι να εκπαιδεύσει και να πιστοποιήσει επαγγελματίες που εργάζονται στον τομέα του Τουρισμού και της φιλοξενίας με καινοτόμες ψηφιακές δεξιότητες, προκειμένου να παρέχουν ψηφιοποιημένες υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις με έμφαση σε ξενοδοχεία και καταλύματα.

Επιπλέον, το έργο θα δώσει την ευκαιρία στις σχετικές επιχειρήσεις να περιηγηθούν στις νέες ψηφιακές τεχνολογίες και τα εργαλεία που είναι διαθέσιμα για να τα χρησιμοποιήσουν προς όφελός τους.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ dTOUR

Οι "Σύμβουλοι dTour" μπορούν να λειτουργήσουν σε διάφορα πλαίσια: Μπορεί να απασχολούνται ως σύμβουλοι επιχειρήσεων ή ως τομεακοί σύμβουλοι από οργανισμούς οικονομικής ανάπτυξης ή εμπορικά επιμελητήρια- μπορεί να απασχολούνται ως σύμβουλοι ή εκπαιδευτές σε οργανισμούς κατάρτισης που εργάζονται με ΜΜΕ και εργαζόμενους. Μπορεί να είναι έμμισθοι ή να εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες ή αυτοαπασχολούμενοι σύμβουλοι. Με τις ΜΜΕ, είναι πιο πιθανό να ασχολούνται με προγράμματα που έχουν ένα στοιχείο δημόσιας χρηματοδότησης για την υποστήριξη του τουριστικού τομέα, αν και το προφίλ αυτό λαμβάνει επίσης υπόψη όσους εργάζονται αμιγώς ιδιωτικά. Ανεξάρτητα από αυτό, το επαγγελματικό προφίλ και οι ικανότητες έχουν σχεδιαστεί για να καλύψουν όσους, είτε εν μέρει είτε στο σύνολό τους, εργάζονται σε ένα επάγγελμα που τους εμπλέκει στην υποστήριξη των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα για να προχωρήσουν στο ταξίδι τους προς την ενίσχυση της ψηφιοποίησης της επιχείρησης. Οι σύμβουλοι θα μπορούσαν να είναι άτομα που εργάζονται ήδη στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας και θα ήθελαν να ενισχύσουν τις δεξιότητες και τις ευκαιρίες απασχόλησής τους. Θα μπορούσαν επίσης να είναι ιδιοκτήτες και διευθύνοντες σύμβουλοι ΜΜΕ που κατανοούν την ανάγκη για ψηφιοποίηση και θα ήθελαν να εισάγουν την επιχείρησή τους στη νέα ψηφιακή εποχή, ή σύμβουλοι επιχειρήσεων που ήδη εργάζονται ή ενδιαφέρονται να συνεργαστούν με ΜΜΕ του τομέα.

Αρχικά, ο όρος "πράκτορες" χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει το προφίλ, αλλά μετά από επανεξέταση αντικαταστάθηκε από τον όρο "Σύμβουλος", για να περιγράψει καλύτερα τη συμβουλευτική σχέση μεταξύ του ατόμου που εκτελεί αυτόν τον ρόλο και των εταιρειών που υποστηρίζει.

Όσον αφορά άλλες πτυχές του προφίλ του, ο Σύμβουλος dTour αναμένεται να έχει εμπειρία και καλή γνώση του τομέα της φιλοξενίας και του τουρισμού- είναι πρόθυμος να αναπτύξει τις δεξιότητές του στον τομέα αυτό για να προωθήσει τις ευκαιρίες απασχόλησής του και να μοιραστεί τις δεξιότητες και τις γνώσεις του προς όφελος άλλων στον τομέα. Ο ίδιος διαθέτει άριστες ψηφιακές δεξιότητες - αν και μπορεί να είναι ή να μην είναι "ειδικός πληροφορικής" - και κατανοεί τις σύγχρονες τάσεις και τεχνολογίες ψηφιακού μετασχηματισμού στον τομέα, τις οποίες μπορεί να συνδυάσει με καλή γνώση των επιχειρηματικών αναγκών. Ο Σύμβουλος dTour χρησιμοποιεί τις γνώσεις του για τις διαθέσιμες τεχνολογίες και την κατανόηση των επιχειρηματικών αναγκών του τομέα για να συμβουλεύσει και να καθοδηγήσει τις ΜΜΕ να αξιοποιήσουν αυτές τις ψηφιακές ευκαιρίες ώστε να αποκομίσουν το μέγιστο δυνατό όφελος. Συνεργάζεται με τις ΜΜΕ για να κατανοήσει την τρέχουσα θέση τους, τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται ήδη και τυχόν προγραμματισμένες ψηφιακές βελτιώσεις και στη συνέχεια τα χρησιμοποιεί για να παρέχει κατάλληλες λύσεις με τη χρήση της πιο κατάλληλης τεχνολογίας ή εφαρμογών, που ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες της επιχείρησης.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ dTOUR

Ο Σύμβουλος dTour δίνει προτεραιότητα στην εισαγωγή ευέλικτων λύσεων για τις ΜΜΕ που μπορούν να προσαρμοστούν και να χρησιμοποιηθούν για την επιχείρησή τους, οι οποίες είναι χαμηλού ή μηδενικού κόστους (σε αντίθεση με το να ενεργούν ως αντιπρόσωποι πωλήσεων για συγκεκριμένες λύσεις και προϊόντα) ή προτείνει συγκεκριμένες τυποποιημένες και εξατομικευμένες λύσεις κατάλληλες για τις ανάγκες και τις διαθέσιμες επενδύσεις για την ψηφιοποίηση.

Παρόλο που το προφίλ του δεν έχει σχεδιαστεί για να είναι αυτό του "εκπαιδευτή ψηφιοποίησης", αναμένεται ότι ο Σύμβουλος dTour θα είναι σε θέση να παρέχει πληροφορίες και καθοδήγηση σχετικά με την καταλληλότητα της διαθέσιμης τεχνολογίας και, σε ορισμένες περιπτώσεις, να καθοδηγεί άμεσα τη ΜΜΕ με τρόπο που θα "αναβαθμίσει" και θα επιτρέψει τη χρήση ορισμένων ψηφιακών εφαρμογών και τυποποιημένων εργαλείων ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικού επιχειρείν (συμπεριλαμβανομένων πλατφόρμων ηλεκτρονικών κρατήσεων και συστημάτων διαχείρισης).

Προδιαγραφές του συμβούλου dTour

Ο πίνακας μαθησιακών ικανοτήτων για το σύμβουλο dTour αποτελείται από επτά διαφορετικούς επαγγελματικούς τομείς:

- 1. Διάγνωση και σχεδιασμός δράσης** - Οι ικανότητες που περιγράφονται σε αυτόν τον τομέα επικεντρώνονται στην ικανότητα του Συμβούλου dTour να χρησιμοποιεί εργαλεία και διαγνωστικά στοιχεία για να προσανατολίζεται καλύτερα στην τρέχουσα κατάσταση, το επιχειρηματικό μοντέλο και τις επιχειρηματικές διαδικασίες των ΜΜΕ, εντοπίζοντας τα δυνατά και αδύνατα σημεία. Οι πληροφορίες που συλλέγονται, αξιολογούνται για να διερευνηθούν οι τομείς που χρήζουν βελτίωσης, ο τρόπος με τον οποίο θα μπορούσε να επιτευχθεί η βελτίωση και ο τρόπος με τον οποίο η ψηφιοποίηση θα μπορούσε να υποστηρίξει αυτή τη βελτίωση. Αυτός ο επαγγελματικός τομέας όχι μόνο εξετάζει και συνιστά ψηφιακές παρεμβάσεις, αλλά εξετάζει περαιτέρω τον πιο πρακτικό και αποτελεσματικό τρόπο, συμπεριλαμβανομένων τυχόν απαιτήσεων κατάρτισης, για την εφαρμογή των αλλαγών ώστε να διασφαλιστεί η αποτελεσματική ενσωμάτωσή τους στις νέες επιχειρηματικές διαδικασίες. Στη συνέχεια, τα στοιχεία αυτά συγκεντρώνονται για τη δημιουργία ενός σχεδίου βελτίωσης για την υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να αναπτύξει και να υιοθετήσει τις νέες τεχνολογίες για να πράξει τα παραπάνω.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ DTOUR

2. Χρήση της ψηφιοποίησης για τη βελτίωση των επιχειρηματικών δικτύων - ο δεύτερος τομέας επικεντρώνεται στις ικανότητες που χρειάζεται ο Σύμβουλος dTour για να υποστηρίξει τις ΜΜΕ στη χρήση της τεχνολογίας για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους δικτύων. Η ίδια η ψηφιοποίηση έχει ήδη συμβάλει στην ικανότητά μας να συνδεόμαστε με φίλους και συγγενείς σε όλο τον κόσμο και να μην περιοριζόμαστε πλέον από τη φυσική μας τοποθεσία. Αυτός ο τομέας έχει ως στόχο να επεκτείνει αυτή την ικανότητα για να ενθαρρύνει τις ΜΜΕ να αναπτύξουν τα δίκτυά τους και να "κάνουν προσεγγίσεις" σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον. Για το σκοπό αυτό, ο Σύμβουλος dTour είναι εξοικειωμένος με τα υπάρχοντα διαδικτυακά εργαλεία και τεχνικές που είναι διαθέσιμες για τη δικτύωση και την υποστήριξη των ΜΜΕ στην επέκταση της διαδικτυακής παρουσίας και των δικτύων τους. Αυτό περιλαμβάνει την εξοικείωση με τα δίκτυα και τις ομάδες στη χώρα των ΜΜΕ, καθώς και με τα δίκτυα και τις ομάδες σε όλους τους κλάδους της βιομηχανίας. Ο Σύμβουλος dTour υποστηρίζει τις ΜΜΕ ενθαρρύνοντάς τις να ενταχθούν σε κατάλληλες διαδικτυακές ομάδες για την ανταλλαγή πληροφοριών, επαφών και συμβουλών.

3. Εύρεση νέων πελατών - αυτή η ικανότητα εξετάζει την εστίαση στη χρήση της ψηφιοποίησης για την εύρεση νέων πελατών και την επέκταση της επιχείρησης. Ο Σύμβουλος dTour κατανοεί πώς η τεχνολογία και οι ψηφιακές λύσεις χρησιμοποιούνται στον κλάδο για την προώθηση των επιχειρήσεων και την απόκτηση νέων πελατών. Γνωρίζει τις τρέχουσες τάσεις της αγοράς και είναι σε θέση να τις χρησιμοποιήσει για να αυξήσει το μερίδιο αγοράς και την πελατειακή βάση των ΜΜΕ. Χρησιμοποιεί τις γνώσεις του για να αναζητήσει τις αναδυόμενες τεχνολογίες, ώστε να διασφαλίσει ότι οι ΜΜΕ έχουν τις πιο πρόσφατες πληροφορίες και είναι σε θέση να τις αξιοποιήσουν. Χρησιμοποιεί ψηφιακά κανάλια για να ερευνήσει τον κλάδο και να κατανοήσει τις διάφορες τεχνολογίες που είναι καταλληλότερες για διάφορους τομείς του κλάδου.

4. Βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη - ο τομέας αυτός επικεντρώνεται στις ικανότητες που απαιτούνται για τον Σύμβουλο dTour ώστε να συμβουλεύει τις ΜΜΕ για τη βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη. Αναμφισβήτητα πρόκειται για μια από τις πιο κρίσιμες ικανότητες, καθώς η βελτίωση της εμπειρίας των υφιστάμενων πελατών οδηγεί όχι μόνο σε επαναλαμβανόμενες κρατήσεις και επισκέψεις αλλά και σε συστάσεις, οι οποίες αποτελούν μια ισχυρή μέθοδο για την αύξηση του αριθμού των πελατών και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Για αυτή την ικανότητα ο Σύμβουλος dTour πρέπει να κατανοήσει το ακριβές περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται και τις σχετικές ειδικές απαιτήσεις που οδηγούν σε βελτιωμένη εμπειρία πελατών. Πρέπει να "μπει" στη θέση του πελάτη και να αναλύσει το ταξίδι του πελάτη εντοπίζοντας περιοχές για βελτίωση και εξετάζοντας τις διαθέσιμες ψηφιακές επιλογές για την υλοποίηση αυτής της αλλαγής. Πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι οι όποιες αλλαγές εφαρμόζονται πρέπει να ωφελούν τους περισσότερους πελάτες και να μην είναι περιοριστικές. Πρέπει επίσης να έχουν επίγνωση του αντίκτυπου που μπορεί να έχει στην επιχείρηση η μη εφαρμογή μιας βελτίωσης.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ dTOUR

5. Βελτίωση της ποιότητας - Ενώ η αύξηση του συνολικού αριθμού των πελατών και η επέκταση των επιχειρηματικών δικτύων είναι αναμφίβολα θετικά για τις ΜΜΕ, ο Σύμβουλος dTour πρέπει να διασφαλίσει ότι οποιαδήποτε προτεινόμενη λύση όχι μόνο επιτυγχάνει την αύξηση του αριθμού των πελατών αλλά και ότι αυτό γίνεται χωρίς συμβιβασμούς στην προσφερόμενη ποιότητα. Ως εκ τούτου, ο τομέας αυτός επικεντρώνεται στον τρόπο με τον οποίο μπορεί να βελτιωθεί η ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος ή της προσφερόμενης υπηρεσίας με τη χρήση της τεχνολογίας. Ο Σύμβουλος dTour είναι σε θέση να εντοπίσει τους τομείς της επιχείρησης που θα μπορούσαν να αυτοματοποιηθούν για τη βελτίωση της ποιότητας και εκείνους στους οποίους μια πιο παραδοσιακή προσέγγιση είναι πιθανό να θεωρηθεί καλύτερη. Πρέπει να είναι σε θέση να κατανοεί και να αναλύει πολύπλοκες διαδικασίες για να εντοπίζει τα συστατικά μέρη για να καθορίζει πού η τεχνολογία προσφέρει τη μεγαλύτερη βελτίωση. Μπορεί να εξηγήσουν πώς η τεχνολογία επιφέρει βελτιώσεις και απελευθερώνει προσωπικό εκεί όπου η τεχνολογία δεν είναι η καλύτερη επιλογή.

6. Αξιολόγηση επιλογών (επιλογές ψηφιοποίησης, μοντέλα, τυποποιημένες και προσαρμοσμένες επιλογές) Αυτός ο τομέας επικεντρώνεται στις ικανότητες που χρειάζεται ο Σύμβουλος dTour για να μπορεί να κατανοεί τα τρέχοντα προϊόντα και τις εφαρμογές που είναι διαθέσιμες στην αγορά, καθώς και τις προβλεπόμενες τάσεις της αγοράς και τις επερχόμενες λύσεις. Αυτός ο τομέας υποστηρίζει το Σύμβουλο dTour στην ανάλυση του επιχειρηματικού τομέα για την εφαρμογή κάθε μιας από τις διαθέσιμες λύσεις και στη σύγκριση των "υπέρ και κατά" παρόμοιων προϊόντων, ώστε να είναι σε θέση να παρέχει στις ΜΜΕ μια ολοκληρωμένη σύσταση για κάθε ψηφιακή λύση.

7. Διεθνοποίηση - αυτή η ικανότητα εξετάζει πώς οι τεχνολογίες και οι ψηφιακές λύσεις μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες πολλών χρηστών, μεταξύ άλλων και σε χώρες εταίρους. Οι Σύμβουλοι dTour μοιράζονται πληροφορίες για τα προϊόντα στα ευρύτερα δίκτυά τους και με συναδέλφους συμβούλους σε άλλες χώρες για την προώθηση λύσεων που αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις σε όλο το φάσμα της φιλοξενίας και του τουρισμού και μπορούν επομένως να αποτελέσουν μέρος μιας ευρύτερης διεθνούς λύσης.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΔΤΟΥ

Κάθε ενότητα των παρακάτω ανεπτυγμένων δεξιοτήτων αποτελείται από μαθησιακούς στόχους που είναι ενταγμένοι σε τρεις τομείς.

Γνώσεις: Γνώση είναι η εξοικείωση, η επίγνωση ή η κατανόηση κάποιου ατόμου ή πράγματος, όπως γεγονότα, πληροφορίες, περιγραφές ή δεξιότητες, που αποκτώνται μέσω της εμπειρίας ή της εκπαίδευσης με την αντίληψη, την ανακάλυψη ή τη μάθηση. Γνώση είναι η θεωρητική ή πρακτική κατανόηση ενός θέματος. Μπορεί να είναι έμμεση (όπως η πρακτική δεξιότητα ή η τεχνογνωσία) ή άμεση (όπως η θεωρητική κατανόηση ενός θέματος). Η απόκτηση της γνώσης περιλαμβάνει γνωστικές διαδικασίες: αντίληψη, επικοινωνία και συλλογισμό.

Δεξιότητες: Μια δεξιότητα είναι η ικανότητα εκτέλεσης μιας εργασίας με προκαθορισμένα αποτελέσματα. Συχνά αυτό περιορίζεται από ένα δεδομένο ποσό χρόνου, ενέργειας ή και των δύο. Οι δεξιότητες μπορούν να χωριστούν στις λεγόμενες ειδικές δεξιότητες (hard skills) και οριζόντιες δεξιότητες (soft skills). Οι ειδικές δεξιότητες αναφέρονται στις πληροφορίες για την αγορά εργασίας και την ΕΕΚ ή στον τρόπο ανάκτησης σχετικών πληροφοριών στο διαδίκτυο. Οι οριζόντιες δεξιότητες, ωστόσο, αναφέρονται στις επικοινωνιακές δεξιότητες, τη συναισθηματική νοημοσύνη, την ενσυναίσθηση προς τις ανάγκες των πελατών και τη συνολική στάση.

Στάσεις: Η στάση είναι το συναίσθημα ή η γνώμη ενός ατόμου- φαίνεται στον τρόπο που συμπεριφέρεται. Οι στάσεις είναι σύνθετες και αποκτώνται μέσω εμπειριών με την πάροδο του χρόνου.

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ DTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

1. ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΡΑΣΗΣ

Όσον αφορά το διαγνωστικό σχεδιασμό και τον σχεδιασμό δράσης, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Γνώση και κατανόηση των σχετικών και ποικίλων στρατηγικών και εργαλείων α) για την υποστήριξη των ΜΜΕ-πελατών του τουριστικού τομέα ώστε να εντοπίσουν και να διαγνώσουν ρεαλιστικές και εφικτές απαιτήσεις ψηφιοποίησης και β) για την κατάρτιση σχεδίου για την επίτευξη των απαιτήσεων αυτών,
- Ικανότητα να ενδυναμώσουν τις επιχειρήσεις του τομέα τουρισμού να εντοπίζουν τα κίνητρά τους και να ξεπερνούν τα εμπόδια που τις εμποδίζουν να προχωρήσουν προς τα "επόμενα βήματα" της ψηφιοποίησης των επιχειρήσεών τους,
- Επαγγελματικά προσόντα που επιτρέπουν στον Σύμβουλο dTour να δημιουργεί και να διατηρεί καλή σχέση με τις ΜΜΕ-πελάτες του τομέα του Τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Ασκήσεις και εργαλεία ανάλυσης SWOT ή SWOT/B
- Ανάλυση Αναπτυξιακών Αναγκών (AAA) ή Ανάλυση Εκπαιδευτικών Αναγκών (ΑΕΑ)
- Ανάλυση δυναμικού πεδίου (Βοήθεια και Εμπόδιο)
- Λίστες ελέγχου, εργαλεία και αναφορές για χρήση με τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων στην εταιρεία
- Την ετερογένεια και τα διαφορετικά μαθησιακά στυλ και προτιμήσεις που υπάρχουν μεταξύ των ιδιοκτητών ΜΜΕ και των υπευθύνων λήψης αποφάσεων
- Διαφορετικά σημεία αναφοράς και πρότυπα που αντιπροσωπεύουν σχετικές και εφικτές "νόρμες" σε σχέση με τον πελάτη και την παρούσα κατάσταση ψηφιοποίησης της επιχείρησής του.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Δημιουργία ισχυρής σχέσης με τους πελάτες
- Κατανόηση του τι παρακινεί ιδιαίτερα τους πελάτες να ξεκινήσουν το ταξίδι της ψηφιοποίησης.
- Εντοπισμό και ανάλυση των εμποδίων (πραγματικών και αντιληπτών) που υπάρχουν για την πραγματοποίηση του "επόμενου βήματος" στη διαδικασία ψηφιοποίησης.
- Υποστήριξη των πελατών να θέσουν στόχους SMART για την υπέρβαση αυτών των εμποδίων και σύμφωνα με τα σχέδια δράσης ψηφιοποίησης τους
- Διαχείριση των προσδοκιών και καθορισμό των κατάλληλων ορίων σε σχέση με τις προσφερόμενες υπηρεσίες.
- Κατανόηση των δυνατοτήτων της προσφερόμενης υπηρεσίας, αλλά και του να θέσουν όρια και να αναγνωρίσουν τους περιορισμούς της υπηρεσίας που μπορεί να προσφερθεί/προσφέρεται στις επιχειρήσεις.

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Ενσυναίσθηση και κατανόηση προς τους πελάτες και την κατάσταση των επιχειρήσεών τους
- Έμφαση στην ακρόαση και την ενδυνάμωση αντί για οδηγίες και συνταγές
- Μη επικριτική και ενθαρρυντική στάση
- Ανοιχτότητα και κατανόηση
- Αισιοδοξία και αυτοπεποίθηση ανάλογα με την κατάσταση των πελατών και την ικανότητά τους να επιλύουν προβλήματα και τις δυνατότητες συναλλαγών μέσω της ψηφιοποίησης

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ DTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

2. ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Όσον αφορά την ψηφιοποίηση για τη βελτίωση των επιχειρηματικών δικτύων, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Γνώση και ικανότητα κατανόησης της πολυπλοκότητας του τουριστικού τομέα όσον αφορά τις αλληλεπιδράσεις στην αλυσίδα αξίας, εντός των ΜΜΕ, με τους πελάτες και σε σχέση με τον τουριστικό προορισμό. Σε βάθος γνώση των ψηφιακών εργαλείων και των εφαρμογών τους, ώστε να είναι σε θέση να συμβουλεύει σχετικά με τις βέλτιστες στρατηγικές και χρήσεις για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της ευελιξίας των δικτύων για την επιχειρηματική επιτυχία.
- Ικανότητα υποστήριξης των ΜΜΕ για την αυτοδιάγνωση και τη δημιουργία στρατηγικών σχεδίων και σχεδίων δράσης για τη συνεχή βελτίωση της ψηφιοποίησης των επιχειρηματικών δικτύων.
- Επαγγελματικά προσόντα που επιτρέπουν στον Σύμβουλο dTour να δημιουργεί και να διατηρεί καλή σχέση με τις ΜΜΕ-πελάτες του τομέα του Τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Τεχνικές ανάλυσης και διάγνωσης για την αξιολόγηση δικτύων τουριστικών επιχειρήσεων
- Το στρατηγικό όραμα και διαμόρφωση σχεδίων δράσης για τη συνεχή βελτίωση της ψηφιοποίησης των επιχειρηματικών δικτύων
- Δυναμική του τουριστικού τομέα όσον αφορά τις αλληλεπιδράσεις στην αλυσίδα αξίας, εντός των επιχειρήσεων, με τους πελάτες και σε σχέση με τον τουριστικό προορισμό.
- Τον ψηφιακό μετασχηματισμό ως τρόπο ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και την ευελιξία των δικτύων για την επιτυχία των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Τον τρόπο οικοδόμησης δικτύων στο πλαίσιο ενός έξυπνου τουριστικού προορισμού
- Τον τρόπο οικοδόμησης δικτύων στο πλαίσιο της κυκλικής οικονομίας του τουρισμού.
- Τη βελτίωση της εμπειρίας πελάτη-τουρίστα μέσω της ψηφιακής δικτύωσης.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Ισχυρή σχέση με τους πελάτες- ΜΜΕ τουρισμού
- Κατανόηση του τι παρακινεί ιδιαίτερα τους πελάτες να ξεκινήσουν το ταξίδι της ψηφιοποίησης.
- Εντοπισμό και ανάλυση των εμποδίων (πραγματικών και αντιληπτών) που υπάρχουν για την πραγματοποίηση του "επόμενου βήματος" στη διαδικασία ψηφιοποίησης.
- Υποστήριξη των πελατών να θέσουν SMART & βιώσιμους στόχους για να ξεπεράσουν αυτά τα εμπόδια και σύμφωνα με τα σχέδια δράσης τους για την ψηφιοποίηση της δικτύωσης.
- Προσδιορισμός και ευθυγράμμιση των πολιτικών και των έργων με τις ανάγκες και τις φιλοδοξίες των πελατών και των εταίρων δικτύωσης
- Διαχείριση των προσδοκιών και τον καθορισμό των κατάλληλων ορίων σε σχέση με τις προσφερόμενες υπηρεσίες.
- Κατανόηση των δυνατοτήτων της προσφερόμενης υπηρεσίας, αλλά και του να θέσουν όρια και να αναγνωρίσουν τους περιορισμούς της υπηρεσίας που μπορεί να προσφερθεί/προσφέρεται στις επιχειρήσεις.

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Ενσυναίσθηση και κατανόηση προς τους πελάτες και την κατάσταση των επιχειρήσεών τους
- Έμφαση στην ακρόαση και την ενδυνάμωση αντί για οδηγίες και συνταγές
- Μη επικριτική και ενθαρρυντική στάση
- Αισιοδοξία και αυτοπεποίθηση ανάλογα με την κατάσταση των πελατών και την ικανότητά τους να επιλύουν προβλήματα και τις δυνατότητες συναλλαγών μέσω της ψηφιοποίησης

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ DTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

3. ΕΥΡΕΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Όσον αφορά την εξεύρεση νέων πελατών, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Γνώση και κατανόηση των σχετικών και ποικίλων στρατηγικών και εργαλείων α) για την υποστήριξη των ΜΜΕ-πελατών του τουριστικού τομέα ώστε να εντοπίσουν και να διαγνώσουν ρεαλιστικές και εφικτές απαιτήσεις ψηφιοποίησης και β) για την κατάρτιση σχεδίου για την επίτευξη των απαιτήσεων αυτών,
- Ικανότητα να ενδυναμώνουν τις επιχειρήσεις του τομέα τουρισμού να εντοπίζουν τα κίνητρά τους και να ξεπερνούν τα εμπόδια που τις εμποδίζουν να προχωρήσουν προς τα "επόμενα βήματα" της ψηφιοποίησης των επιχειρήσεών τους,
- Επαγγελματικά προσόντα που επιτρέπουν στον Σύμβουλο dTour να δημιουργεί και να διατηρεί καλή σχέση με τις ΜΜΕ-πελάτες του τομέα του Τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Αρχές τουρισμού και μάρκετινγκ.
- Υπολογιστές και ψηφιακά συστήματα
- Το εμπόριο, τους εταίρους και τους ενδιαφερόμενους
- Τουριστικές πολιτικές, στρατηγικές, αγορές-στόχοι, νέες και αναδυόμενες αγορές
- Τρέχουσες και μελλοντικές τάσεις στον ψηφιακό τουρισμό
- Τον δικό τους προσορισμό και τι προσφέρει.
- Τον τρόπο με τον οποίο προωθούνται ψηφιακά οι ΜΜΕ και οι σχετικοί περιορισμοί (π.χ. , περιορισμένο κεφάλαιο) και πλεονεκτήματα (π.χ. εξατομικευμένη εξυπηρέτηση πελατών)

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Χρήση ψηφιακών συστημάτων (π.χ. , κεντρικά συστήματα κρατήσεων, συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων, εσωτερικό λογισμικό, POS, συστήματα διαχείρισης καναλιών)
- Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του διαδικτύου για τον εντοπισμό νέων ευκαιριών/κλειδιών και για την προώθηση και το μάρκετινγκ.
- Κατανόηση του τι αναζητούν οι πελάτες και πού ταιριάζουν οι ΜΜΕ σε αυτή την ανάγκη
- Εντοπισμό και ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων και εστίαση στην προώθηση των δυνατών σημείων της επιχείρησης
- Ανθρώπινες δεξιότητες (π.χ. , δεξιότητες δικτύωσης και οικοδόμησης καλών σχέσεων)
- Πολιτισμική ευαισθητοποίηση και τρόπο προσέγγισης κάθε αγοράς-στόχου
- Αποτελεσματική μεταφορά γνώσεων

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Κατανόηση των ατομικών απαιτήσεων των πελατών και ικανότητας προσαρμογής και εξατομικευσης με βάση κάθε μοναδικό πελάτη.
- Προθυμία ανταπόκρισης σε αιτήματα και ερωτήματα με εξατομικευμένο τρόπο (που θα έλειπε από μια μεγαλύτερη επιχείρηση)
- Ευγένεια, επαγγελματικότητα και σεβασμό
- Διαπροσωπικές δεξιότητες και κατανόηση διαφορετικών πελατών
- Αποτελεσματικότητα στην επίλυση προβλημάτων
- Ικανότητα εντοπισμού ευκαιριών και τρόπων αξιοποίησής τους, καθώς και εξακρίβωσης των κενών/ελλείψεων

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ DTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

4. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Όσον αφορά τη βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Γνώση και κατανόηση των σχετικών και ποικίλων στρατηγικών και εργαλείων για την παροχή εξατομικευμένης υποστήριξης σε ΜΜΕ-πελάτες του τομέα του τουρισμού για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών τους
- Ικανότητα να προτείνουν στις εταιρείες του τομέα τουρισμού των πελατών τους τα κατάλληλα ψηφιακά εργαλεία που μπορούν να βελτιώσουν καλύτερα την εμπειρία των πελατών τους στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους.
- Επαγγελματικά προσόντα που επιτρέπουν στον Σύμβουλο dTour να δημιουργεί και να διατηρεί καλή σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις-πελάτες του τουριστικού τομέα καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας επιλογής των κατάλληλων ψηφιακών εργαλείων.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Τρέχουσες και σχετικές τουριστικές πολιτικές, νέες τάσεις στον ψηφιακό τουρισμό και αναδυόμενες ομάδες-στόχους
- Την τρέχουσα κατάσταση των ελλείψεων στην τοπική τουριστική αγορά όσον αφορά την εμπειρία των πελατών
- Τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζεται η εξατομικευμένη εμπειρία στον τουρισμό (γνώση του λογισμικού διαχείρισης πελατειακών σχέσεων)
- Συλλογή, ανάλυση, αξιολόγηση και αξιοποίηση της ανατροφοδότησης των πελατών
- Καινοτόμα ψηφιακά συστήματα - εφαρμόσιμα στις ΜΜΕ - που επιτρέπουν και βελτιώνουν την εμπειρία των πελατών, όπως τα chatbots ή η ανάπτυξη εξατομικευμένων ψηφιακών επιχειρηματικών εφαρμογών που θα μπορούσαν επίσης να εφαρμοστούν στη διατήρηση των πελατών.
- Παρακολούθηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την παροχή προσαρμοσμένων υπηρεσιών ανάλογα με τις αφίξεις και τις προτιμήσεις των πελατών.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Εντοπισμό των κενών της τουριστικής αγοράς και των ελλείψεων των τοπικών τουριστικών ΜΜΕ
- Εντοπισμό των τελευταίων σχετικών τάσεων, της λειτουργίας και της εφαρμογής των ψηφιακών συστημάτων τουρισμού με στόχο την εξατομικευμένη εμπειρία του πελάτη.
- Αντιστοίχιση των κατάλληλων εξατομικευμένων ψηφιακών συστημάτων με τις αντίστοιχες τουριστικές ΜΜΕ
- Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και αναγνώριση του αντίκτυπού τους, καθώς και εργασία με προηγμένες δραστηριότητες που συνδέονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως η διαδικασία παρακολούθησης
- Μεταφορά σχετικών εξειδικευμένων και γενικών γνώσεων στον τουρισμό
- Προσαρμογή των αναδυόμενων τεχνολογιών στον τύπο των τουριστικών ΜΜΕ και στην ομάδα-στόχο της περιοχής.

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Κατανόηση της ποικιλομορφίας των ομάδων-στόχων του τουρισμού
- Ενσυναίσθηση των εκπαιδευτικών αναγκών των τουριστικών ΜΜΕ σχετικά με τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες
- Προθυμία για την παροχή γνώσεων σχετικά με τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες
- Ηγεσία, επίλυσης προβλημάτων και συμπλήρωσης των κενών με νέες κατάλληλες λύσεις

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ DTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

5. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΟΡΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Όσον αφορά τη βελτίωση της ποιότητας μέσω της διαχείρισης των πόρων και του προσωπικού, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Γνώση και κατανόηση των σχετικών μέτρων ποιότητας για τη μεγιστοποίηση των δυνατοτήτων των υφιστάμενων πόρων και του προσωπικού,
- Ικανότητα εντοπισμού και εφαρμογής ψηφιακών εργαλείων που μπορούν να συμβάλουν στην αξιοποίηση και βελτίωση των πόρων και της διαχείρισης του προσωπικού,
- Επαγγελματικά προσόντα που επιτρέπουν στους Συμβούλους dTour να παρέχουν υποστήριξη και κίνητρα για την περαιτέρω συνεχή ανάπτυξη των μελών του προσωπικού και των υφιστάμενων πρακτικών μέσω ψηφιακών εργαλείων και μεθόδων.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Μεθόδους μέτρησης ποιότητας/ψηφιακά εργαλεία
- Τις σημαντικότερες μεθόδους μέτρησης της ποιότητας που χρησιμοποιούνται στις MME
- Ανάγκες για συνεχή/νέα/έξυπνη ενδοϋπηρεσιακή κατάρτιση για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών
- Τρέχουσες (ή εξελισσόμενες) τάσεις/σχέδια πελατών για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών
- Διαφορετικούς ψηφιακούς πόρους/εργαλεία και τις πιθανές επιπτώσεις τους στην ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται από μια συγκεκριμένη MME

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Εφαρμογή/χρήση των πλέον κατάλληλων μεθόδων μέτρησης ποιότητας/ψηφιακών εργαλείων για τις επιμέρους ανάγκες των MME
- Ανάλυση των αποτελεσμάτων των εργαλείων μέτρησης της ψηφιακής ποιότητας
- Διαφοροποίηση των αναλύσεων ώστε να εξυπηρετούνται συγκεκριμένες MME
- Παρουσίαση των πληροφοριών αξιολόγησης από τα εργαλεία μέτρησης της ποιότητας σε εύκολα κατανοητή μορφή
- Σύγκριση των τρεχουσών τάσεων και μοτίβων των πελατών με τους διαθέσιμους πόρους και το δυναμικό του προσωπικού
- Χρήση των πόρων ανάλογα με τις ανάγκες των MME

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Ευαισθησία απέναντι στην κατάσταση του προσωπικού που αξιολογείται/μετράται
- Ενθάρρυνση της ανάπτυξης των ικανοτήτων των μελών του προσωπικού
- Ενδιαφέρον για την ενσωμάτωση του προσωπικού στη διαδικασία βελτίωσης της ποιότητας
- Προσοχή στις διαφορετικές ιδέες και αντιλήψεις για την ποιότητα/διασφάλιση ποιότητας
- Υποστήριξη των μελλοντικών οραμάτων και ελπίδων των MME

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ DTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΛΟΓΩΝ

Όσον αφορά την αξιολόγηση των επιλογών, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Κατά πόσον κάθε επιλογή μπορεί να βελτιώσει τις επενδύσεις, να εκσυγχρονίσει τις υπηρεσίες, να ενισχύσει την οργανωτική ικανότητα, να επιτύχει αποδοτικότητα και να επιτύχει οφέλη από την αναγέννηση,
- Την ικανότητα να παρέχουν την ευκαιρία για πλήρη αξιολόγηση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων των επιλογών,
- Προσδιορισμό μιας προτιμώμενης επιλογής, η οποία αναμένεται να αποδείξει ότι το έργο θα αποφέρει τα απαιτούμενα οφέλη και θα παρέχει καλή σχέση ποιότητας-τιμής.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Τις κύριες προτεραιότητες της πολιτικής της ΕΕ και τα εθνικά προγράμματα χρηματοδότησης στον τομέα του τουρισμού, καθώς και οι ορισμοί και τα κριτήρια της ευρωπαϊκής χρηματοδότησης
- Την εκτίμηση των επιπτώσεων, η οποία θα πρέπει να περιλαμβάνει περιγραφική ανάλυση και, όταν το κόστος και τα οφέλη μπορούν να ποσοτικοποιηθούν, αριθμητική και οικονομική ανάλυση, συμπεριλαμβανομένων των πηγών και των παραδοχών που χρησιμοποιήθηκαν για την εκτίμηση των επιπτώσεων.
- Περισσότερα από ένα μοντέλα απασχόλησης, τα οποία μπορεί να είναι κατάλληλα για ορισμένες επιλογές και το καθένα θα πρέπει να αξιολογηθεί πλήρως. Η αξιολόγηση θα πρέπει να αξιολογεί τους κινδύνους που αναλαμβάνουν οι εργαζόμενοι
- Ανάλυση κόστους/οφέλους, εκτίμηση κινδύνου, ανάλυση αγοράς, ανάλυση σεναρίων και μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης ευαισθησίας

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Προσδιορισμό και αξιολόγηση όλων των πιθανών κινδύνων
- Αξιολόγηση και υιοθέτηση διαδικασιών βέλτιστης πρακτικής για την εκπλήρωση των απαιτήσεων της πολιτικής και του έργου και των προτύπων για εξωτερική χρηματοδότηση, εάν αυτό απαιτείται.
- Προσδιορισμό και ευθυγράμμιση των πολιτικών και των έργων με τις τοπικές ανάγκες και προσδοκίες
- Μεγιστοποίηση των ευκαιριών για βελτίωση των υπηρεσιών και διασφάλιση της βέλτιστης χρήσης της τεχνολογίας, των πόρων και των περιουσιακών στοιχείων για την κάλυψη των κοινωνικών αναγκών.
- Επίτευξη στόχων ισότητας και ισονομίας και εντοπισμός τυχόν δυσμενών επιπτώσεων και σχεδιασμό δράσης για την εξάλειψη ή τον μετριασμό των δυσμενών επιπτώσεων.
- Ανταπόκριση στις επιταγές των καθηκόντων πρόνοιας και επιμέλειας για τον προσδιορισμό του πλήρους φάσματος κόστους και οφέλους και την επίτευξη βιώσιμης σχέσης ποιότητας-τιμής.
- Διασφάλιση ότι ο μελλοντικός έλεγχος και η επανεξέταση δεν θα αποκαλύψουν ελλείψεις ή αδυναμίες της πολιτικής και των διαδικασιών.
- Αξιολόγηση των αναγκών των χρηστών και των προβλέψεων των δημογραφικών αλλαγών και των αλλαγών στον τρόπο ζωής
- Οργάνωση εργαστηρίων και δημιουργία σχέσεων με τους πελάτες και τους υπαλλήλους τους

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Ενσυναίσθηση και κατανόηση προς τους πελάτες και την κατάσταση των επιχειρήσεών τους
- Μη επικριτική και ενθαρρυντική στάση
- Κατανόηση των απόψεων και των σχολίων των χρηστών των υπηρεσιών, των δυνητικών μελλοντικών χρηστών και άλλων ενδιαφερομένων.
- Ανοιχτή σκέψη σε εξωτερικές προκλήσεις
- Βαθιά κατανόηση των θεμάτων ισότητας και του τρόπου με τον οποίο μπορούν να εξαλειφθούν ή να μετριαστούν οι δυσμενείς επιπτώσεις

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ dTOUR ΟΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

7. ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ

Όσον αφορά τη διεθνοποίηση, οι Σύμβουλοι dTour μπορούν να επιδείξουν:

- Γνώση και κατανόηση των σχετικών και ποικίλων στρατηγικών, εκστρατειών και εργαλείων για εξατομικευμένες λύσεις σχετικά με τη διεθνή επέκταση και την απήχηση των ΜΜΕ, εντός του πλαισίου τους,
- Ικανότητα εντοπισμού των διεθνών δυνατοτήτων των ΜΜΕ του τουριστικού τομέα και βελτιστοποίηση των δυνατοτήτων αυτών μέσω των κατάλληλων ψηφιακών εργαλείων/τεχνολογιών,
- Επαγγελματικά προσόντα που επιτρέπουν στον Σύμβουλο dTour να παρακινεί και να ενισχύει την επέκταση των ΜΜΕ στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας σε διεθνές επίπεδο

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΓΝΩΣΕΙΣ

- Την λειτουργία της διεθνούς αγοράς τουρισμού και φιλοξενίας
- Τις αναδύμενες ψηφιακές εξελίξεις στον τουρισμό
- Στρατηγικές για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ
- Μεθόδους παγκοσμιοποίησης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων / συνεργασιών
- Στρατηγικές κατάρτισης υψηλής ποιότητας στις διεθνείς αγορές
- Μεθόδους ψηφιακού μάρκετινγκ

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Κατανόηση της συμπεριφοράς των διεθνών πελατών
- Ανακάλυψη ψηφιακών καινοτόμων εργαλείων στον τομέα του τουρισμού
- Ανάλυση και αξιοποίηση του υφιστάμενου διεθνούς δικτύου μιας συγκεκριμένης ΜΜΕ
- Εντοπισμό ευκαιριών και υλοποίηση δραστηριοτήτων για την επέκταση του διεθνούς δικτύου μιας συγκεκριμένης ΜΜΕ
- Προσαρμογή και εφαρμογή στρατηγικών για τη διεθνοποίηση μιας συγκεκριμένης ΜΜΕ
- Αξιοποίηση των τεχνολογικών εξελίξεων για διείσδυση στη διεθνή αγορά

ΣΤΑΣΕΙΣ

- Αξιολόγηση της προσπάθειας που κατέβαλε το προσωπικό για να προσαρμοστεί στις νέες πρακτικές
- Ανοιχτόμυαλη στάση απέναντι σε πιθανές συνδέσεις
- Υποστήριξη της ποικιλομορφίας που προκύπτει από τη διεθνοποίηση μιας ΜΜΕ
- Ανταποκρινόμενη συμπεριφορά σε ερωτήσεις και δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν σε σχέση με νέες/καινοτόμες ψηφιακές πρακτικές
- Προσαρμοστικότητα σε νέες καταστάσεις και προκλήσεις που μπορεί να προκύψουν κατά τη διαδικασία διεθνοποίησης

Η ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

