

Ενότητα 3:  
(Ψηφιακές) Κοινωνικές  
Δεξιότητες



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Τίτλος του έργου:** Ανάπτυξη της Ψηφιακής Ετοιμότητας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜμΕ) στον τομέα του Τουρισμού

**Ακρωνύμιο έργου:** DIGITOUR

**Αριθμός έργου:** 2021-2-IE01-KA220-VET-000048348

**Διδακτική Ενότητα:** Ψηφιοποίηση και Τουρισμός

**Κύρια ομάδα-στόχος:** ΜΜΕ στον τομέα του τουρισμού

**Δευτερεύουσες ομάδες-στόχοι:** εξειδικευμένοι πάροχοι ΕΕΚ, εκπρόσωποι του τουριστικού κλάδου και εκπαιδευτές που παρέχουν ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση.

**Εκτιμώμενος χρόνος:** 120 λεπτά

**Στόχοι:**

- Κατανόηση της σημασίας της απόκτησης βασικών (ψηφιακών) κοινωνικών δεξιοτήτων για την ανάπτυξη της καθημερινής εργασίας και τη διαχείριση των διαπροσωπικών σχέσεων (επαγγελματικών και προσωπικών) σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον,
- Καλλιέργεια ευαισθητοποίησης σχετικά με τις κοινωνικές ευκαιρίες σε ψηφιακά πλαίσια και εκπαίδευσης πάνω στην ανταλλαγή μηνυμάτων στο διαδίκτυο,
- Κατάκτηση των κατάλληλων στρατηγικών επικοινωνίας που θα ανταποκρίνονται στις προσδοκίες που αφορούν την αλληλεπίδραση ανάμεσα στα μέλη μιας διαδικτυακής κοινότητας,
- Ανάλυση της διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων και των ευκαιριών βελτίωσης σε ένα ψηφιακό κόσμο.

**Μαθησιακά αποτελέσματα:** με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/ες θα είναι σε θέση:

- Να κατανοήσουν τις θεωρητικές γνώσεις και τις πρακτικές και εύκολες στην εφαρμογή στρατηγικές των κοινωνικών δεξιοτήτων,

- Να αντιληφθούν την σημασία της απόκτησης βασικών (ψηφιακών) κοινωνικών δεξιοτήτων για την ανάπτυξη της καθημερινής εργασίας και τη διαχείριση των διαπροσωπικών σχέσεων (επαγγελματικών και προσωπικών) σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον,
- Να προσδιορίσουν την έννοια του "etiquette" ή στα ελληνικά *τον κώδικα συμπεριφοράς που θεωρείται κατάλληλος και επιθυμητός στις προσωπικές αλληλεπιδράσεις με πελάτες ή άλλους ενδιαφερόμενους*,
- Να μάθουν πώς να επικοινωνούν αποτελεσματικά με (δυνητικούς) πελάτες σε άλλες γλώσσες,
- Να αντιληφθούν πώς να διαχειριστούν τις σχέσεις με πελάτες και ενδιαφερόμενους φορείς.

## Περιεχόμενα

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 1. Εισαγωγή .....                                        | 5  |
| 2. Κοινωνικές δεξιότητες - Τι και γιατί; .....           | 6  |
| 3. Δεξιότητες επικοινωνίας .....                         | 7  |
| A. Ψηφιακή Επικοινωνία .....                             | 8  |
| B. Στρατηγικές επικοινωνίας .....                        | 9  |
| i. Ψηφιακό μάρκετινγκ .....                              | 11 |
| ii. Διαπραγματεύσεις .....                               | 11 |
| iii. Πωλήσεις .....                                      | 12 |
| Netiquette .....                                         | 14 |
| Δεξιότητες διαπολιτισμικής επικοινωνίας .....            | 16 |
| v) Εκμάθηση ξένων γλωσσών .....                          | 16 |
| vi) Διαπολιτισμική επικοινωνία .....                     | 18 |
| Καλές πρακτικές .....                                    | 20 |
| 4. Διαχείριση σχέσεων .....                              | 21 |
| CRM – Διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες .....       | 21 |
| Υποστήριξη πελατών & Διαχείριση συγκρούσεων .....        | 22 |
| Διαχείριση ηλεκτρονικού εμπορίου/ κοινωνικών μέσων ..... | 24 |
| Διαχείριση σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη .....        | 24 |
| Καλές πρακτικές .....                                    | 25 |
| 5. Συνεργασία .....                                      | 25 |
| Καλές πρακτικές .....                                    | 26 |
| 6. Πρόσθετο υλικό .....                                  | 26 |

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο του συγγραφέα και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν. Επιτρέπεται η αναπαραγωγή με αναφορά της πηγής.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## 1. Εισαγωγή

Η κοινωνικοποίηση και η επικοινωνία αποτελούν βασικές διαδικασίες στην προσωπική και επαγγελματική ζωή όλων μας, καθώς μας επιτρέπουν να οικοδομήσουμε μακροχρόνιες σχέσεις βασισμένες στον αμοιβαίο σεβασμό και την κατανόηση, να μοιραστούμε ανησυχίες ή ενδιαφέροντα ή να επικοινωνήσουμε μια ισχυρή ιδέα στο ακροατήριό μας.

Σήμερα, οι διαδικασίες αυτές έχουν μεταφερθεί σταδιακά στο διαδίκτυο, όπου χάρη στη χρήση των κοινωνικών δικτύων ή ψηφιακών εργαλείων, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή οι βιντεοκλήσεις, ένα άτομο μπορεί να συνδεθεί με κάποιον που βρίσκεται 5000 χιλιόμετρα μακριά ή να επικοινωνήσει μια προσφορά προϊόντος/υπηρεσίας σε ένα όλο και μεγαλύτερο δυνητικό διαδικτυακό κοινό. Αυτό, επίσης, ενισχύεται από την παγκοσμιοποίηση και τις τάσεις του διεθνούς τουρισμού παγκοσμίως.

Επομένως, η γνώση και η ικανότητα εφαρμογής στρατηγικών κοινωνικού χαρακτήρα είναι ήδη απαραίτητη για τους/τις επαγγελματίες του τουρισμού στην Ευρώπη, ενώ η γνώση της ψηφιακής επικοινωνίας θα είναι μια ικανότητα που θα ενδιαφέρει τις εταιρείες και τους εργοδότες.

Αυτή η ενότητα αποσκοπεί στην παροχή βασικών γνώσεων και εργαλείων σχετικά με τις ψηφιακές κοινωνικές δεξιότητες που θα επιτρέψουν στους (μελλοντικούς) επαγγελματίες του τομέα να οικοδομήσουν και να ενισχύσουν τις σχέσεις τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη και τους πελάτες. Ωστόσο, λάβετε υπόψη σας ότι λόγω της διαρκώς μεταβαλλόμενης φύσης των ψηφιακών εξελίξεων και της προόδου της πληροφορικής, ορισμένες από τις πληροφορίες που παρέχονται στο πλαίσιο αυτής της ενότητας ενδέχεται να είναι ξεπερασμένες τα επόμενα χρόνια.

## 2. Κοινωνικές δεξιότητες - Τι και γιατί;

Οι κοινωνικές δεξιότητες αποτελούν μέρος των λεγόμενων "ήπιων δεξιοτήτων", οι οποίες με τη σειρά τους αναφέρονται στις κοινωνικές, συναισθηματικές, αναλυτικές και συμπεριφορικές δεξιότητες που μας επιτρέπουν να αποδίδουμε καλύτερα σε κοινωνικά πλαίσια και, ως εκ τούτου, να επιτυγχάνουμε καλύτερα αποτελέσματα.

Στο πλαίσιο του DIGITOUR, οι "κοινωνικές δεξιότητες" είναι ιδιαίτερα σημαντικές για ένα ψηφιακό περιβάλλον, δεδομένου ότι είναι ο νέος χώρος δράσης, στον οποίο πρέπει να επικεντρωθούν οι επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, ανεξάρτητα από τον κλάδο δραστηριότητάς τους, προκειμένου να προσελκύσουν πελάτες και να διατηρήσουν καλές σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτό όχι μόνο διευκολύνει την καινοτομία, αλλά και βελτιώνει τις προοπτικές ανθεκτικότητας των μικρών επιχειρήσεων και των επαγγελματιών.

Ωστόσο, είναι αδύνατο να αγνοήσουμε τα οφέλη της εφαρμογής των ήπιων δεξιοτήτων (επικοινωνία, ομαδική εργασία, ενσυναίσθηση, ενεργητική ακρόαση, συνεργασία κ.λπ.) στις καθημερινές δραστηριότητες που απαιτούν παρουσία, καθώς θα αποτελέσουν το κλειδί για μια επιτυχημένη απόδοση και την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων (όπως η ενίσχυση των σχέσεων ή η αφοσίωση των πελατών) βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

Σύμφωνα με προηγούμενη έρευνα στο πλαίσιο της εκπαίδευσης DIGITOUR, οι κοινωνικές δεξιότητες - όπως η επικοινωνία ή η διαχείριση σχέσεων - είναι απαραίτητες για τους/τις επαγγελματίες και τις ΜΜΕ του τουριστικού τομέα στην καθημερινή διαχείριση των δραστηριοτήτων τους και, ως εκ τούτου, η ικανότητα εφαρμογής κατάλληλων στρατηγικών στο (ολοένα και περισσότερο) ψηφιοποιημένο περιβάλλον θα είναι θεμελιώδους σημασίας. Συνεπώς, η παρούσα ενότητα αποσκοπεί στην παροχή βασικών θεωρητικών γνώσεων και πρακτικών και εύκολα εφαρμόσιμων στρατηγικών για την ενίσχυση της απόδοσής τους.

Επιπλέον, οι κοινωνικές δεξιότητες συνήθως συμβαδίζουν με τις μεθοδολογικές δεξιότητες του καθενός & της καθεμιάς από εμάς, οπότε επισκεφθείτε την Ενότητα 4 για να μάθετε περισσότερα για το θέμα.

### 3.Δεξιότητες επικοινωνίας

Βασικό μέρος των κοινωνικών δεξιοτήτων είναι οι επικοινωνιακές δεξιότητες, οι οποίες σας επιτρέπουν να συνθέσετε και να μεταφέρετε ένα κατάλληλο μήνυμα στον αποδέκτη/ακροατήριο, καθώς και να σας εξοπλίσουν με την ικανότητα να ακούτε πραγματικά τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους και να χρησιμοποιείτε τα δεδομένα αυτά για τη λήψη αποφάσεων.

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τη σημασία των δεξιοτήτων πληροφόρησης - είτε ως ήπιες είτε ως μεθοδολογικές - στην ενότητα 4 του DIGITOUR « **Μεθοδολογικές δεξιότητες**».

Ορισμένες από τις πιο σημαντικές δεξιότητες επικοινωνίας όταν συναλλάσσετε προσωπικά με πελάτες, συναδέλφους ή ενδιαφερόμενους φορείς που σχετίζονται με τη δραστηριότητά σας (προμηθευτές, συνεργάτες, δημόσιους φορείς κ.λπ.) είναι:

- [Λεκτική επικοινωνία](#)
- [Μη λεκτική επικοινωνία](#)
- [Ενεργητική ακρόαση](#)
- [Δημόσια ομιλία](#)
- [Ενσυναίσθηση](#)
- [Δεξιότητες αφήγησης και πειστικής παρουσίασης](#)

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με αυτές τις πιο επιθυμητές δεξιότητες επικοινωνίας που έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην επαγγελματική σας απόδοση, μπορείτε να παρακολουθήσετε αυτό το βίντεο: [Τι είναι οι δεξιότητες επικοινωνίας; Top 10!](#)

Και, επισκεφθείτε το ακόλουθο άρθρο για να μάθετε περισσότερα σχετικά με απλές στρατηγικές για να βελτιώσετε την επικοινωνία σας στον κλάδο της εστίασης/τουρισμού, συγκεκριμένα: [9 συμβουλές για τη βελτίωση της επικοινωνίας στη βιομηχανία εστίασης](#)

Σημειώστε ότι η επικοινωνία μπορεί να γίνει είτε σε δια ζώσης περιβάλλοντα είτε σε ψηφιακά, και κάθε σενάριο τυχαίνει να έχει τη δική του ιδιαιτερότητα όσον αφορά την ανταλλαγή πληροφοριών. Στο πλαίσιο του DIGITOUR, θα επικεντρωθούμε στις δεξιότητες ψηφιακής επικοινωνίας για ατομικές επιχειρήσεις/MME.

### Ψηφιακή Επικοινωνία



Πηγή: [Business Technology Ciudad - Φωτογραφία δωρεάν στο Pixabay](#)

Η ψηφιακή επικοινωνία έχει τις δικές της ιδιαιτερότητες σε σύγκριση με την δια ζώσης.

Για παράδειγμα, η διαδικτυακή αλληλεπίδραση με τους πελάτες εξαλείφει τα στοιχεία της μη λεκτικής επικοινωνίας (τόνος φωνής, χειρονομίες κ.λπ.), γεγονός που μπορεί να δημιουργήσει νέες προκλήσεις στην διαδικασία επικοινωνίας.

*Γνωρίζετε ότι, σύμφωνα με τον ερευνητή Albert Mehrabian, το 65% της επικοινωνίας είναι μη λεκτική;*

Η ψηφιακή επικοινωνία προϋποθέτει την ικανότητα να μπορείς να συμμετέχεις σε συζητήσεις και συναναστροφές με άλλους στον ψηφιακό κόσμο με επαγγελματικό τρόπο. Να γνωρίζετε πώς και πότε να στέλνετε μηνύματα, να επικοινωνείτε, να στέλνετε συνημμένα αρχεία, με το κατάλληλο κανάλι και μορφή - όλα αυτά χωρίς να παραμελείτε τους κανόνες ευγένειας του διαδικτύου.

Αυτό περιλαμβάνει τομείς όπως η ασύγχρονη επικοινωνία, η οποία είναι ζωντανή αλλά απομακρυσμένη επικοινωνία, οι τηλεδιασκέψεις, οι συναντήσεις κ.λπ.

Ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματα της ψηφιακής επικοινωνίας είναι ότι, εκτός από την ατομική αλληλεπίδραση με τις ομάδες, τους προμηθευτές ή τους (δυνητικούς) πελάτες, επιτρέπει την κοινοποίηση ενός μηνύματος, μιας προσφοράς ή μιας ιδέας σε μεγάλο αριθμό ατόμων με διαδικτυακή παρουσία. Με αυτόν τον τρόπο, αποτελεί ένα βασικό εργαλείο μάρκετινγκ για κάθε εταιρεία ή επαγγελματία.

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τα βασικά στοιχεία της ψηφιακής επικοινωνίας, δείτε το παρακάτω βίντεο: [Πώς λειτουργεί η ψηφιακή επικοινωνία](#)

Επίσης, σας προσκαλούμε να δείτε την παρακάτω ομιλία TED για να μάθετε περισσότερα για την ψυχολογία της ψηφιακής επικοινωνίας: [Η ψυχολογία της αποτελεσματικής επικοινωνίας σε έναν ψηφιακό κόσμο | Helen Morris-Brown](#)  
[TEDxSquareMile](#)

### Στρατηγικές επικοινωνίας

Η επικοινωνία με άλλους φορείς μας επιτρέπει να γνωρίσουμε άλλες προοπτικές και να μοιραστούμε εμπειρίες και ενδιαφέροντα, πράγμα που αποτελεί βασικό πυλώνα για την οικοδόμηση προσωπικών/επαγγελματικών σχέσεων.

Αλλά και οι επικοινωνιακές δεξιότητες παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία μιας προσφοράς ή μιας ιδέας, κάτι που είναι βασικό για τις μικρές επιχειρήσεις σε έναν ιδιαίτερα ανταγωνιστικό τομέα, όπως ο τουρισμός.

Για παράδειγμα, σκεφτείτε τις ακόλουθες καταστάσεις:

*α) Σχεδιάζετε να ξεκινήσετε το δικό σας γραφείο ξεναγών μαζί με μερικούς/ες συμφοιτητές/τριές σας, αλλά χρειάζεστε χρηματοδότηση και επαφές για να ξεκινήσετε το εγχείρημά σας.*

*ι) Πώς νομίζετε ότι θα μπορούσατε να ξεκινήσετε να δημιουργείτε επαγγελματικές σχέσεις με σχετικούς φορείς στην περιοχή σας;*

- ii) Τι είδους παρουσίαση θα έπρεπε να σχεδιάσετε για να αναζητήσετε επενδύσεις στην ιδέα σας; Πώς θα μπορούσατε να επιτύχετε τον αναμενόμενο αντίκτυπο; Ποια στοιχεία επικοινωνίας θα είναι βασικά για την επίτευξη του;*
- b) Πρόκειται να λανσάρετε στην αγορά ένα καλό πακέτο τουριστικών εμπειριών και θέλετε να κάνετε μια καμπάνια ψηφιακού μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να το επικοινωνήσετε.*
  - i) Τι είδους μήνυμα θα είναι το καταλληλότερο για την ομάδα-στόχο σας;*
  - ii) Ποια χαρακτηριστικά θα πρέπει να έχει το μήνυμα για να μοιραστεί στην ψηφιακή σφαίρα;*
  - iii) Το SEO θα είναι ένας παράγοντας που πρέπει να λάβετε υπόψη στην επικοινωνία σας; Αν ναι, πώς;*

Εδώ μπαίνουν στο παιχνίδι οι στρατηγικές πειστικής επικοινωνίας, δηλαδή οι στρατηγικές που αποσκοπούν στην επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.

**Οι στρατηγικές πειστικής επικοινωνίας** χρησιμοποιούνται με σκοπό την επίτευξη ενός επιθυμητού αποτελέσματος. Επομένως, το πρώτο βήμα για τη στρατηγική επικοινωνία είναι να προσδιορίσετε ποιος είναι ο στόχος σας και στη συνέχεια να εφαρμόσετε τα κατάλληλα εργαλεία και την κατάλληλη προσέγγιση για την επίτευξή του.

Σας προτείνουμε να παρακολουθήσετε το παρακάτω βίντεο για να καταλάβετε με απλό τρόπο τι είναι η στρατηγική επικοινωνία και πώς μπορείτε να την εφαρμόσετε ως στοιχείο πειθούς.

[Δεν είναι χειραγώγηση, είναι στρατηγική επικοινωνία | Keisha Brewer | TEDxGeorgetown](#)

Ορισμένες από τις διαδικτυακές εφαρμογές αυτού του τύπου επικοινωνίας μπορούν να βρεθούν στις ακόλουθες περιπτώσεις.

## **i. Ψηφιακό μάρκετινγκ**

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τις επιπτώσεις και τα οφέλη του ψηφιακού μάρκετινγκ στην επαγγελματική σας δραστηριότητα, σας συνιστούμε να ρίξετε μια ματιά στην Ενότητα 5 «Ψηφιακό μάρκετινγκ» της διαδικτυακής εκπαίδευσης DIGITOUR.

Ομοίως, για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τον τρόπο διαχείρισης της ψηφιακής παρουσίας των τουριστικών επιχειρήσεων και των επαγγελματιών στα κοινωνικά δίκτυα, σας προτείνουμε την Ενότητα 6 «Media και τουρισμός».

## **ii. Διαπραγματεύσεις**

Ακολουθώντας τον ορισμό του Business Dictionary για τη "διαπραγμάτευση", αυτή νοείται ως *"διαδικασία "δούναι και λαβείν" μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών (το καθένα με τους δικούς του στόχους, ανάγκες και απόψεις) που επιδιώκουν να ανακαλύψουν ένα κοινό έδαφος και να καταλήξουν σε συμφωνία για τη διευθέτηση ενός θέματος αμοιβαίου ενδιαφέροντος ή την επίλυση μιας σύγκρουσης"*. Και διαπραγματευόμαστε συνεχώς - είναι η μέθοδος που χρησιμοποιούμε για να διευθετήσουμε τις διαφορές στην προσωπική και επαγγελματική μας ζωή!

Ως εκ τούτου, η διαπραγμάτευση αποτελεί βασική διαδικασία για κάθε επιχειρηματία ή επαγγελματία. Μπορεί να αποτελέσει κλειδί όταν καθορίζετε την τιμή της προσφοράς σας, κλείνετε συμβάσεις με προμηθευτές ή συνάπτετε συμφωνίες συνεργασίας με άλλους σχετικούς φορείς και ενδιαφερόμενους στο οικοσύστημά σας για τον συν-σχεδιασμό ή τη συν-δημιουργία καινοτομιών.

Επιπλέον, οι διαδικασίες διαπραγμάτευσης είναι συνηθισμένες στην καθημερινή μας ζωή, οπότε η γνώση των βασικών αρχών που διέπουν αυτές τις αλληλεπιδράσεις (καθώς και το να έχουμε πάντα κατά νου ποιο είναι το όραμα, η αποστολή, οι αξίες και οι στόχοι μας) είναι μια βασική δεξιότητα.

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με την επικοινωνία σε μια διαδικασία διαπραγμάτευσης:

- Σας συνιστούμε να ρίξετε μια ματιά στην παρακάτω λίστα αναπαραγωγής για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τις βασικές αρχές της

διαπραγμάτευσης και τον τρόπο διαχείρισής τους: [Οι αρχές της διαπραγμάτευσης του Χάρβαρντ](#)

- Η ακόλουθη λίστα αναπαραγωγής θα σας επιτρέψει να παρατηρήσετε διάφορες στρατηγικές διαπραγμάτευσης σε πρακτικά πλαίσια: [Η τέχνη της διαπραγμάτευσης: London Business School](#)
- [Στρατηγική διαπραγμάτευσης: Συνήθεις παγίδες που πρέπει να αποφύγετε](#)

### **iii. Πωλήσεις**

*Γνωρίζετε ότι το 87% των τουριστών σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να προγραμματίσουν και να οργανώσουν τα ταξίδια τους;*

Για τον λόγο αυτό, μεταξύ άλλων, η ύπαρξη μιας καλής στρατηγικής διαδικτυακών πωλήσεων (ψηφιακό μάρκετινγκ και διαδικτυακά κανάλια πωλήσεων κατάλληλα για την προσφορά σας) είναι θεμελιώδους σημασίας για τη λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης ή της επαγγελματικής σας δραστηριότητας.

Τα βασικά στοιχεία που πρέπει να λαμβάνετε υπόψη στην ηλεκτρονική σας επικοινωνία και σχέση με τους πελάτες σας είναι τα εξής:

- Δώστε προσοχή στις λέξεις-κλειδιά για να βελτιστοποιήσετε την οργανική σας τοποθέτηση SEO στις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης. Για να ενημερώνετε ως προς σχετικά θέματα και να τα αξιοποιείτε στην Online επικοινωνία σας, μπορείτε να χρησιμοποιείτε μηχανές αναζήτησης όπως: [Λέξεις κλειδιά WordStream](#)
- Όποτε είναι δυνατόν, εμπλουτίστε την προσφορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σας ή μιας σχετικής εμπειρίας με οπτικοακουστικό υλικό. Σε γενικές γραμμές, έχει αποδειχθεί ότι τα εμπνευσμένα βίντεο ή εικόνες τείνουν να δημιουργούν μεγαλύτερη “δέσμευση” (engagement) με τους δυνητικούς πελάτες και να αυξάνουν την πιθανότητα κοινοποίησης της ανάρτησής σας (έτσι μπορείτε δυνητικά να προσεγγίσετε περισσότερους ανθρώπους).

- Δώστε ιδιαίτερη βαρύτητα σε αυτό που η ομάδα – στόχος σας θεωρεί «ανεπιθύμητη αλληλογραφία»! Η επικοινωνία σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να είναι σαφής, συνοπτική και ελκυστική, ώστε να αφομοιώνεται γρήγορα και να προσελκύει την προσοχή. Η συμπερίληψη ερωτήσεων, το κουμπί call-to-action (CTA) ή αλλιώς «προτροπή για ενέργεια» ή στοιχείων παιχνιδοποίησης μπορεί να είναι ενδιαφέρουσα για την ενίσχυση του μηνυματός σας.
- Όταν επικοινωνείτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή βιντεοκλήσης (π.χ. στην περίπτωση των ταξιδιωτικών πρακτόρων), να τηρείτε πάντα τους κανόνες της διαδικτυακής δεοντολογίας - περισσότερες σχετικές πληροφορίες θα βρείτε παρακάτω - και, σε κάθε περίπτωση, να χρησιμοποιείτε επίσημο ύφος.
- Η επικοινωνία της τουριστικής σας προσφοράς θα πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένη με όλες τις διαδικτυακές πλατφόρμες πρόσβασης που διαθέτετε (ιστότοπος, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστολόγιο, διαφημίσεις τρίτων κ.λπ.).
- Για να είναι επιτυχημένες οι πωλήσεις, να θυμάστε ότι είναι βασικό να παρέχετε επαρκή εξυπηρέτηση πελατών. Για να γίνει αυτό, η ύπαρξη απλών και εύκολα προσβάσιμων καναλιών επικοινωνίας είναι απαραίτητη. Οι πελάτες θα πρέπει να μπορούν να επικοινωνούν μαζί σας μέσω διαφορετικών καναλιών και να περιμένουν ότι θα λάβουν απάντηση σε σύντομο χρονικό διάστημα και ότι θα διαχειριστείτε αποτελεσματικά τις αμφιβολίες ή τις ανάγκες τους.
- Επίσης, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα διαδικτυακά εργαλεία επικοινωνίας παρέχουν μια εξαιρετική ευκαιρία να συνεργαστείτε με το κοινό σας με ουσιαστικό τρόπο. Είτε απαντώντας ευγενικά στα σχόλια και τις ερωτήσεις τους στις ομαδικές σας αναρτήσεις, είτε συνομιλώντας μαζί τους για να μάθετε περισσότερα για τις προσδοκίες τους. Χρησιμοποιήστε τα προφίλ σας με σύνεση και δημιουργήστε μια κοινότητα για την προσφορά σας!

## iv. Δικτύωση

Η αποτελεσματική επικοινωνία αποτελεί βασικό εργαλείο για την επαγγελματική δικτύωση, και η δικτύωση με τη σειρά της είναι βασική δραστηριότητα για κάθε επιχειρηματία ή μικρή επιχείρηση που θέλει να αναπτύξει την δραστηριότητά της και να συνεργαστεί με τους ενδιαφερόμενους φορείς στο οικοσύστημά της.

Η ψηφιακή επικοινωνία είναι το μέσο με το οποίο στις περισσότερες περιπτώσεις δημιουργούνται σήμερα τα θεμέλια μιας μελλοντικής επαγγελματικής σχέσης, οπότε η εφαρμογή μιας στρατηγικής επικοινωνίας που θα ευθυγραμμίζεται αποτελεσματικά με τους στόχους σας θα έχει μεγάλη σημασία.

Μπορείτε να μάθετε περισσότερα για τη δικτύωση και τη συνεργασία με άλλους οργανισμούς στην Ενότητα 11 του εκπαιδευτικού προγράμματος DIGITOUR.

### Netiquette

#### Τι είναι η Netiquette και γιατί είναι σημαντική;

Τώρα λοιπόν γνωρίζετε τη σημασία της ψηφιακής επικοινωνίας για την πρωτοβουλία σας και είστε σε θέση να περιγράψετε διάφορες καταστάσεις στις οποίες μπορείτε να εφαρμόσετε τις δεξιότητές σας, αλλά... *πώς θα το κάνετε σωστά;*

Ακριβώς όπως είναι σκόπιμο να ακολουθείται μια "εθιμοτυπία/δεοντολογία" ή ένας κώδικας συμπεριφοράς που θεωρείται κατάλληλος και επιθυμητός στις προσωπικές αλληλεπιδράσεις με πελάτες ή άλλους ενδιαφερόμενους, υπάρχουν επίσης κανόνες που πρέπει να τηρούνται στην ηλεκτρονική επικοινωνία.

Αυτοί (οι κανόνες) είναι γνωστοί ως netiquette και μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- Να είστε ξεκάθαροι και ειλικρινείς. Η διαδικτυακή σας επικοινωνία θα πρέπει να εναρμονίζεται με τις αξίες της φυσικής σας επιχείρησης. Αυτό συνεπάγεται, για παράδειγμα, τη διατήρηση των ίδιων προτύπων συμπεριφοράς με σεβασμό σε αυτά και στην πραγματική ζωή. Θα πρέπει

επίσης να είναι συνεπής με το μήνυμα που πρόκειται να μεταδοθεί και με το δικό σας επικοινωνιακό στυλ.

- Χρησιμοποιείτε πάντα το κατάλληλο γλωσσικό κώδικα (επίσημο/ημιεπίσημο) σε περιβάλλοντα γραπτής επικοινωνίας (π.χ. ηλεκτρονικά μηνύματα ή φόρουμ επαγγελματικής δικτύωσης) ή σε περιβάλλοντα προφορικής επικοινωνίας (π.χ. βιντεοκλήσεις ή βιντεομηνύματα).
- Να σέβεστε την ιδιωτική ζωή και το χρόνο των άλλων. Προσπαθήστε να μην βομβαρδίζετε τους ανθρώπους με αιτήματα επικοινωνίας ή με επίμονα μηνύματα. Σεβαστείτε τα όριά τους και διατηρήστε μια φιλική και υπομονετική στάση.
- Προσαρμόστε το μήνυμα ή το ύφος σας στο μέσο στο οποίο βρίσκεστε. Αν και θα πρέπει πάντα να διατηρείτε τη συνέπεια και την ακεραιότητα όταν επικοινωνείτε στο διαδικτυακό περιβάλλον, μπορεί να μην απαντήσετε με τον ίδιο τρόπο σε ένα σχόλιο ενός επαγγελματία φίλου στην ανάρτησή σας στο LinkedIn, όπως θα κάνατε σε ένα επίσημο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που ζητά πληροφορίες για μια νέα εμπειρία ομαδικού τουρισμού.

### *Ten Core Rules of Netiquette*

- |                                                                                      |                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| • Remember the Human                                                                 | • Share expert knowledge                  |
| • Adhere to the same standard of behaviour online that you would follow in real life | • Help keep Flame wars under control      |
| • Know where you are in cyberspace                                                   | • Respect other people's privacy          |
| • Respect other people's time and bandwidth                                          | • Don't abuse your power                  |
| • Make yourself look good                                                            | • Be forgiving of other people's mistakes |

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τους κανόνες διαδικτυακής συμπεριφοράς, διαβάστε τα παρακάτω: [Κατευθυντήριες γραμμές για τη Netiquette- Columbus State University](#)

### Δεξιότητες διαπολιτισμικής επικοινωνίας

Ως περαιτέρω αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης και του εκδημοκρατισμού του τουρισμού, ο τελευταίος έχει καταστεί σημαντικός παράγοντας του διεθνούς εμπορίου και ουσιαστικό μέρος του ΑΕΠ πολλών χωρών σε όλο τον κόσμο, τροφοδοτώντας στο πλαίσιο συνεργειών άλλους τομείς δραστηριότητας (σύμφωνα με τον UNWTO).

Αυτή η διεθνοποίηση του τουρισμού φέρνει μαζί της την άφιξη εκατοντάδων χιλιάδων διεθνών τουριστών προς και μεταξύ των χωρών της ΕΕ, γεγονός που δημιουργεί τις δικές του ιδιαίτερες προκλήσεις για τις μικρές επιχειρήσεις και τους/τις επαγγελματίες του τομέα.

Υπό αυτή την έννοια, είναι δυνατόν να επιβεβαιωθεί ότι η επικοινωνία σε ξένες γλώσσες (για την ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών) και η ανάγκη να είναι σε θέση ένας/μία επιχειρηματίας ή μια επιχείρηση να εντοπίζουν πολιτισμικά εμπόδια και σιωπηρές προκαταλήψεις κατά την επαφή με ανθρώπους από άλλους πολιτισμούς θα είναι ικανότητες και δεξιότητες μεγάλης αξίας.

### **ν) Εκμάθηση ξένων γλωσσών**

Μια άλλη από τις κύριες ανησυχίες που εντοπίστηκαν μεταξύ των επαγγελματιών του τουρισμού κατά τις φάσεις προετοιμασίας του DIGITOUR στις χώρες των εταίρων ήταν η ανάγκη οι (μελλοντικοί/ες) εργαζόμενοι/ες στον τουρισμό να έχουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να επικοινωνούν αποτελεσματικά με τους (δυνητικούς) πελάτες σε άλλες γλώσσες.

Όπως και στην περίπτωση της δια ζώσης επικοινωνίας, η αγγλική γλώσσα είναι επίσης η γλώσσα αναφοράς σε πολλές από τις επικοινωνίες με διεθνείς πελάτες (τόσο Ευρωπαίους όσο και από τρίτες χώρες), γι' αυτό και η σωστή γλωσσική

ευχέρεια θα αποτελέσει βασικό παράγοντα για την επιτυχία ενός/μίας επαγγελματία.

Υπό αυτή την έννοια, και λαμβάνοντας υπόψη τις δυνατότητες και τους περιορισμούς της επικοινωνίας που λαμβάνει χώρα στο ψηφιακό περιβάλλον, οι δεξιότητες γραφής στην αγγλική γλώσσα θα αποτελέσουν προτεραιότητα. Με αυτόν τον τρόπο, θα είναι δυνατή η καίρια ανταπόκριση σε ερωτήματα και αιτήματα που φθάνουν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή μέσω καναλιών διαδικτυακής παρουσίας, όπως ο εταιρικός ιστότοπος μιας εταιρείας ή τα προφίλ της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Αυτό δεν σημαίνει ότι η γνώση μιας γλώσσας (ή περισσότερων γλωσσών) θα πρέπει να περιορίζεται αποκλειστικά στις δεξιότητες ανάγνωσης και γραφής, αφού όταν η επικοινωνία μεταφερθεί στο φυσικό περιβάλλον, τότε η προφορική επικοινωνία θα είναι εξίσου σημαντική για να εξασφαλιστεί η ικανοποίηση του συνομιλητή.



Πηγή: <https://pixabay.com/es/photos/recepcionistas-llamada-de-tel%C3%A9fono-5975962/>

Ορισμένα (διαδικτυακά) εργαλεία που μπορεί να είναι χρήσιμα για μη φυσικούς ομιλητές της αγγλικής γλώσσας είναι:

- Επαγγελματικές μεταφραστικές υπηρεσίες - παρόλο που οι διαδικτυακοί μεταφραστές μπορεί να έχουν θετικό αντίκτυπο στις ανάγκες επικοινωνίας σας με τους ξένους (όπως το DeepL, το Google Translator, το Reverso κ.λπ.), η συνεργασία με έναν επαγγελματία μεταφραστή μπορεί να είναι το κλειδί για την διαδικτυακή σας παρουσία. Σκεφτείτε τα πλεονεκτήματα της ύπαρξης ενός άρτιου ιστότοπου ή/και ιστολογίου στις πιο διαδεδομένες γλώσσες (δηλαδή, αγγλικά, ισπανικά, κινέζικα, γαλλικά κ.λπ.) - ανάλογα με τους κύριους στόχους σας - και επενδύστε στην προστιθέμενη αξία.
- [Open Culture](#) - αυτό το διαδικτυακό αποθετήριο MOOC για την εκμάθηση γλωσσών που βασίζεται σε δωρεάν μαθήματα ήχου και βίντεο στο iTunes ή το YouTube μπορεί να είναι το καλύτερο εργαλείο για να αυξήσετε τις γλωσσικές σας γνώσεις με ευέλικτο και προσαρμόσιμο τρόπο στις εκπαιδευτικές σας ανάγκες.
- [TripLingo](#) – Δεν αποτελεί μόνο μια εφαρμογή γλωσσικής μετάφρασης, αλλά υιοθετεί επίσης μια πιο ολιστική προσέγγιση ενισχύοντας την εμπειρία των πελατών. Η εφαρμογή προσφέρει μετατροπέα νομισμάτων, ταχύρρυθμο μάθημα πολιτισμού και καθημερινές φράσεις των ντόπιων.
- [SayHi](#) - αυτή η εφαρμογή σας επιτρέπει να καταγράψετε τη φωνή του χρήστη, και στη συνέχεια οι χρήστες μπορούν να αναπαράγουν τη μετάφρασή τους με τη φωνή είτε μιας γυναίκας είτε ενός άνδρα.
- [Speak & Translate - Μεταφραστής στο App Store](#) - Ομοίως με τα προηγούμενα εργαλεία, το Speak & Translate παρέχει μια εύκολη και βολική ψηφιακή λύση για μετάφραση σε πραγματικό χρόνο τόσο σε προφορική όσο και σε γραπτή μορφή.

Μπορείτε να μάθετε περισσότερα σχετικά με τις ψηφιακές λύσεις για την ενίσχυση των αγγλικών σας και την παροχή καλύτερων λύσεων για τους διεθνείς ταξιδιώτες εδώ: [8 εργαλεία που μπορούν να διαχειριστούν τα γλωσσικά εμπόδια για τους επαγγελματίες ταξιδιώτες - 30SecondsToFly Inc.](#)

## **vi) Διαπολιτισμική επικοινωνία**

Εκτός από τη θεωρητική και πρακτική γνώση άλλων γλωσσών για τη διευκόλυνση της ανταλλαγής επικοινωνίας με (δυνητικούς) πελάτες ή άλλους

ενδιαφερόμενους, καθώς και για να μπορεί κανείς να επικοινωνεί τη δική του προσφορά μέσω διαφόρων ψηφιακών καναλιών, είναι επίσης απαραίτητο να γνωρίζει τη διαπολιτισμική επικοινωνία ως επαγγελματίας.

Σύμφωνα με το Συμβούλιο της Ευρώπης (2008), η διαπολιτισμική επικοινωνία αναφέρεται *"σε μια διαδικασία που περιλαμβάνει μια ανοικτή και με σεβασμό ανταλλαγή απόψεων μεταξύ ατόμων και ομάδων με διαφορετικό εθνικό, πολιτιστικό, θρησκευτικό και γλωσσικό υπόβαθρο και κληρονομιά, στη βάση της αμοιβαίας κατανόησης και του σεβασμού. Απαιτεί την ελευθερία και την ικανότητα έκφρασης, καθώς και την προθυμία και την ικανότητα ακρόασης των απόψεων των άλλων. Ο διαπολιτισμικός διάλογος συμβάλλει στην πολιτική, κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ολοκλήρωση και στη συνοχή των πολιτισμικά διαφορετικών κοινωνιών. Προωθεί την ισότητα, την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και την αίσθηση του κοινού σκοπού. Στοχεύει στην ανάπτυξη βαθύτερης κατανόησης των διαφορετικών παγκόσμιων απόψεων και πρακτικών, στην αύξηση της συνεργασίας και της συμμετοχής (ή της ελευθερίας επιλογής), στην προσωπική ανάπτυξη και μεταμόρφωση και στην προώθηση της ανεκτικότητας και του σεβασμού του άλλου".*

Ως εκ τούτου, η ικανότητα να επικοινωνείτε με σεβασμό και με νόημα μεταξύ των πολιτισμών είναι καθοριστικής σημασίας για την οικοδόμηση σχέσεων με διεθνείς πελάτες και ενδιαφερόμενους, οι οποίοι μπορεί να μην έχουν το ίδιο πολιτισμικό υπόβαθρο με την εταιρεία ή την ομάδα σας.

Ορισμένα εμπόδια που πρέπει να ξεπεραστούν κατά την επικοινωνία και τη δημιουργία σχέσεων με ανθρώπους από άλλους πολιτισμούς είναι τα εξής:

- Άτυπες μεροληψίες και προκαταλήψεις, εθνοκεντρισμός και στερεότυπα - μάθετε περισσότερα γι' αυτά εδώ: [2.3: Εμπόδια στη διαπολιτισμική επικοινωνία - Social Sci LibreTexts](#)
- Γλωσσικά εμπόδια. Προφανώς, η γλώσσα είναι ένα ζήτημα όταν επικοινωνούμε με ανθρώπους από διαφορετικά μέρη του κόσμου. Επίσης, αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό όσον αφορά τη μη λεκτική επικοινωνία (όταν είμαστε πρόσωπο με πρόσωπο), καθώς η σημασία των διαφορετικών χειρονομιών ή της γλώσσας του σώματος μπορεί να διαφέρει από τόπο σε τόπο, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε παρεξηγήσεις.

- Ψυχολογικές προτιμήσεις που απεικονίζουν τις φυσικές τάσεις του ατόμου προς ορισμένες καταστάσεις ή θέματα. Αυτό σχετίζεται αρκετά με τις άτυπες προκαταλήψεις και τις διαφορές μεταξύ των πολιτισμών όσον αφορά το στυλ διαχείρισης/ηγεσίας/επικοινωνίας. Δεν είναι πάντα εύκολο να πηγαίνετε ενάντια στη φυσική σας βούληση, αλλά το να είστε ανοιχτοί στην κατανόηση και τη μάθηση από άλλες οπτικές γωνίες μπορεί επίσης να αποτελέσει μια εμπλουτιστική ευκαιρία για την αναβάθμιση των δεξιοτήτων σας.

Με στόχο να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια, οι ακόλουθες 5 στάσεις, μεταξύ άλλων, είναι πολύ σημαντικές για την αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία (M. Rodrigo, 1999):

- Οι συνομιλητές/τριες πρέπει να έχουν κίνητρο να γνωρίσουν τον άλλο πολιτισμό και να δείξουν ενσυναίσθηση γι' αυτόν,
- Οι συνομιλητές/τριες πρέπει να έχουν επίγνωση της δικής τους κουλτούρας και των διαδικασιών επικοινωνίας της,
- Τα συνδιαλεγόμενα μέρη δίνουν προσοχή στα στοιχεία που αποτελούν μέρος της μη λεκτικής επικοινωνίας (όταν μιλάμε για δια ζώσης επικοινωνία),
- Οι παρεξηγήσεις μπορεί να είναι μέρος κάθε διαπολιτισμικής συνάντησης, οπότε το να το έχετε αυτό κατά νου μπορεί να βοηθήσει τους επαγγελματίες να αντιμετωπίσουν μια ενδεχόμενη σύγκρουση πιο αποτελεσματικά,
- Είναι επίσης σημαντικό να είναι σε θέση να ερμηνεύουν το νόημα και την τελική πρόθεση των λόγων των συνομιλητών τους (δηλαδή να διαπραγματεύονται όχι μόνο το νόημα του μηνύματος αλλά και την εκφραστική ισχύ του).

### Καλές πρακτικές

Ένα παράδειγμα καλής πρακτικής στην εφαρμογή των δεξιοτήτων ψηφιακής επικοινωνίας στον τομέα του τουρισμού θα μπορούσε να είναι το ακόλουθο:

## Ανάλυση της αποτελεσματικής ψηφιακής επικοινωνίας σε επιχειρηματικά μοντέλα ταξιδιωτικών ιστολογίων

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το παράδειγμα για να δείτε ποιες καλές πρακτικές μπορείτε να μεταφέρετε στην καθημερινή σας εργασία και να σας εμπνεύσει να αξιοποιήσετε νέες ευκαιρίες για κατάρτιση και επαγγελματική ανάπτυξη.

Ωστόσο, είναι εξίσου σημαντικό να μαθαίνουμε από τις επιτυχίες όσο και από τα λάθη του παρελθόντος. Ως εκ τούτου, σας προτείνουμε να αφιερώσετε λίγο χρόνο για να θυμηθείτε μια κατάσταση στην οποία χρειάστηκε να χρησιμοποιήσετε τις επικοινωνιακές σας δεξιότητες (κατά προτίμηση στο ψηφιακό περιβάλλον) και δεν μείνατε ικανοποιημένοι από την αλληλεπίδραση.

### 4. Διαχείριση σχέσεων

Η διαχείριση των επαγγελματικών σχέσεων είναι το κλειδί σε τομείς με μεγάλη αστάθεια και αλλαγές, όπως ο τομέας του τουρισμού, ο οποίος είναι τόσο ευαίσθητος στις εναλλαγές των τάσεων.

Ως εκ τούτου, παραθέτουμε δύο βασικά στοιχεία ή διαδικασίες που μπορούν να σας φανούν χρήσιμες κατά την εδραίωση σταθερών σχέσεων με τους (μελλοντικούς) πελάτες-στόχους σας: 1) οικοδόμηση σχέσεων 2) συντήρηση.

Δεν είναι ανεξάρτητες ή μονοδιάστατες διαδικασίες, αλλά συμπληρωματικές και ως τέτοιες θα πρέπει να ενσωματώνονται σε έναν οργανισμό.

Στο πλαίσιο αυτό, θα επικεντρωθούμε στο πώς να αντιμετωπίζετε τις σχέσεις που αφορούν δύο από τις κύριες ομάδες-στόχους σας: τους πελάτες και τους ενδιαφερόμενους.

#### CRM – Διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες

Το CRM ή Customer Relationship Management αναφέρεται συνήθως σε λογισμικό για τη διαχείριση εμπορικών στρατηγικών, πρακτικών και τεχνολογικών λύσεων που επικεντρώνονται στη σχέση μιας εταιρείας με τους πελάτες της.

Γενικότερα, και σύμφωνα με το εκπαιδευτικό πλαίσιο DIGITOUR, μπορούμε να κατανοήσουμε το CRM ως το μοντέλο διαχείρισης επιχειρήσεων που θέτει τον πελάτη και τη σχέση σας μαζί του στο επίκεντρο της επαγγελματικής δραστηριότητας. Με άλλα λόγια, το επίκεντρο είναι οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των αγορών-στόχων σας, καθώς και το τι προσφέρετε, πώς το προσφέρετε και με ποια μέσα.

Μπορείτε να μάθετε περισσότερα για το CRM και τις ψηφιακές λύσεις στην Ενότητα 8. CRM.

### Υποστήριξη πελατών & διαχείριση συγκρούσεων

Η αφοσίωση των πελατών δεν είναι τίποτα περισσότερο από το αποτέλεσμα μιας σωστής στρατηγικής εξυπηρέτησης πελατών, η οποία γίνεται όλο και πιο περίπλοκη σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον VUCA (αρκτικόλεξο που προκύπτει από τις λέξεις volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity, δηλ μεταβλητότητα, αβεβαιότητα, πολυπλοκότητα και ασάφεια).

Οι 3 βασικές πτυχές για την παροχή υπηρεσιών άριστης ποιότητας και ανταπόκρισης είναι οι εξής:

1. Εξατομικευμένες συμβουλές.
2. Παρακολούθηση κάθε περιστατικού.
3. Υπεράσπιση των συμφερόντων και των δικαιωμάτων κάθε πελάτη.

Αυτές οι καίριες στιγμές ή στάδια της επίλυσης μιας (πιθανής) σύγκρουσης πρέπει πάντα να υποστηρίζονται από στρατηγικές επικοινωνίας κατάλληλες για τη συγκεκριμένη περίπτωση. Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με αυτό:

- [Πώς να χειριστείτε τη σύγκρουση πελατών και να μην κάνετε τα πράγματα χειρότερα](#)
- [Τι είναι η διαχείριση συγκρούσεων; | Τεχνικές διαχείρισης συγκρούσεων | Διαχείριση συγκρούσεων | Simplilearn](#)

Να θυμάστε ότι στην τρέχουσα κατάσταση του τομέα, οι περισσότερες από αυτές τις συγκρούσεις μπορεί να συμβούν διαδικτυακά. Για παράδειγμα, μέσω σχολίων σε εταιρικά προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή/και σε φόρουμ

τουριστικών συστάσεων. Ως εκ τούτου, θα ήταν πραγματικά σκόπιμο να επαγρυπνείτε για την ηλεκτρονική προσωπικότητα της επιχείρησής σας, προκειμένου να είστε σε θέση να:

- a) Παρέχετε απαντήσεις σε ερωτήματα πελατών/συνεργατών στο διαδίκτυο ή/και σε σχόλια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Λάβετε υπόψη σας ότι πρέπει να τηρείτε τη διαδικτυακή εθιμοτυπία!
- b) Δημιουργήσετε το προσωπικό εμπορικό σήμα της επιχείρησής σας με βάση την υψηλή ποιότητα των επιδόσεων και την πρόληψη των συγκρούσεων (π.χ. παρέχοντας εκ των προτέρων όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για το προϊόν σας στο διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας την παρουσία σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να συλλέγετε σχετικές πληροφορίες για τους πελάτες κ.λπ.)

Σε κάθε περίπτωση, η εξυπηρέτηση των πελατών και η αποτελεσματική και ικανοποιητική διαχείριση των πιθανών συγκρούσεων είναι απαραίτητη για να εξασφαλίσετε την ικανοποίηση των πελατών της εταιρείας σας. Σε αυτό το σημείο, ένα χρήσιμο εργαλείο για τη μέτρηση του επιπέδου ικανοποίησης των πελατών είναι αυτό: [CSAT](#)

Η διασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών μπορεί, με τη σειρά της, να έχει επιπτώσεις σε ό,τι αφορά:

- Σταθεροποίηση των σχέσεων εταιρείας/πελατών, γεγονός που προάγει την αφοσίωση των πελατών.
- Το Word of mouth - η σύσταση από στόμα σε στόμα: Ένας από τους σημαντικότερους διαύλους προώθησης στον τομέα του τουρισμού. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω προσωπικών συστάσεων μεταξύ συγγενών και φίλων ή μέσω θετικών διαδικτυακών κριτικών και σχολίων. Ως εκ τούτου, ένας ικανοποιημένος πελάτης μπορεί να φέρει νέες πωλήσεις.
- Η ικανοποίηση των πελατών σας βοηθά να καθιερωθείτε ως σημείο αναφοράς στον τοπικό σας κλάδο. Είτε είστε επαγγελματίας είτε επιχειρηματίας, αυτό θα σας ανοίξει νέες πόρτες στο μέλλον, π.χ. για διαδικασίες συνεργασίας με άλλους.

## Διαχείριση ηλεκτρονικού εμπορίου/ κοινωνικών μέσων

Η φήμη μιας εταιρείας, ενός προσώπου, ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας στο διαδίκτυο και στις ψηφιακές πλατφόρμες του, όλα αυτά επηρεάζονται από το περιεχόμενο που μοιράζεται ένας οργανισμός, τις αντιδράσεις και τις αλληλεπιδράσεις με τους χρήστες του διαδικτύου, τη δραστηριότητα στα κοινωνικά δίκτυα. κ.λπ.

Για τα εμπορικά σήματα ηλεκτρονικού εμπορίου ή τις ΜΜΕ που πωλούν στο διαδίκτυο, η ψηφιακή φήμη είναι πολύ σημαντική. Μπορεί να επηρεάσει την αξιοπιστία και την προβολή του ηλεκτρονικού σας καταστήματος.

Συνεπώς, συνδέεται στενά με τη διαχείριση της διαδικτυακής παρουσίας της επιχείρησής σας (βλ. Ενότητα 6 για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτό) και τη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ (βλ. Ενότητα 5 για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτό).

### Διαχείριση σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη

Όπως έχουμε ήδη επισημάνει, εκτός από το να είστε σε θέση να επικοινωνείτε και να συνεργάζεστε αποτελεσματικά με τους πελάτες σας, ως επαγγελματίας του τουρισμού πρέπει να είστε σε θέση να συνεργάζεστε με άλλους φορείς του οικοσυστήματός σας.

Σκεφτείτε, για παράδειγμα, τους παρόχους υπηρεσιών για τη διαμονή σας, τους προμηθευτές πρώτων υλών για το παραδοσιακό σας εστιατόριο ή έναν πιθανό συνεργάτη με τον οποίο θέλετε να συνεργαστείτε για να προσφέρετε νέες δραστηριότητες αναψυχής στην περιοχή.

Λοιπόν, σε αυτή την περίπτωση, τόσο οι κοινωνικές δεξιότητες όσο και οι μεθοδολογικές δεξιότητες θα είναι το κλειδί για τη διαχείριση των επαγγελματικών σας σχέσεων με τους άλλους, τόσο online όσο και offline.

Στη σχέση σας με τους ενδιαφερόμενους/συνεργάτες θα πρέπει επίσης να λάβετε υπόψη σας:

- Η διαδικτυακή σας παρουσία - η επικοινωνία του μηνύματος και των στόχων σας θα είναι το κλειδί κατά τη δικτύωση στο διαδίκτυο και την επαφή με πιθανούς συνεργάτες στο διαδικτυακό περιβάλλον.
- Συγκρούσεις μπορούν επίσης να προκύψουν στις σχέσεις B2B με άλλους επαγγελματίες, οπότε η ικανότητα εφαρμογής δεξιοτήτων επικοινωνίας, όπως η ενεργητική ακρόαση, θα σας βοηθήσει να επιλύσετε την κατάσταση.
- Όπως ακριβώς μπορείτε να μετρήσετε την ικανοποίηση των πελατών σας από την προσφορά σας, θα ήταν επίσης ενδιαφέρον να εφαρμόσετε μεθοδολογίες για τη μέτρηση της ικανοποίησης των ενδιαφερομένων μερών από τη συνεργασία σας, προκειμένου να εντοπίσετε τα δυνατά σημεία και τους τομείς προς βελτίωση.

Σε κάθε περίπτωση, για να μάθετε περισσότερα σχετικά με το πώς και γιατί να συνεργάζεστε με άλλους φορείς και πώς να δικτυώνεστε αποτελεσματικά, σας συνιστούμε να αξιοποιήσετε το περιεχόμενο της Ενότητας 11 του προγράμματος κατάρτισης DIGITOUR.

Καλές πρακτικές  
Χτίζοντας αποτελεσματικές σχέσεις και συνεργασία - Επαγγελματικές δεξιότητες SAP  
Μέρος 2 | Coursera

## 5. Συνεργασία

Μία από τις πιο σημαντικές κοινωνικές δεξιότητες στο σημερινό τουριστικό χάρτη είναι η ικανότητα αποτελεσματικής και ουσιαστικής συνεργασίας με άλλους και η δημιουργία win-win καταστάσεων για τα διάφορα μέρη που εμπλέκονται στη συνεργασία.

Φυσικά, για να είναι επιτυχής μια διαδικασία συνεργασίας (ανεξάρτητα από τη χρονική της διάρκεια ή τους επιδιωκόμενους στόχους), θα πρέπει να καθιερωθούν στρατηγικές επικοινωνίας που να βασίζονται στην ειλικρίνεια και τη σαφήνεια. Παρομοίως, η ικανότητα συμμετοχής σε στρατηγικές πειθούς θα είναι χρήσιμη.

## Καλές πρακτικές

Ειδικά για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τη ζωτική σημασία της εφαρμογής των κοινωνικών δεξιοτήτων στη συνεργασία με τους συναδέλφους στον εργασιακό χώρο (ομαδική εργασία), μπορείτε να διαβάσετε εδώ: [Παραδείγματα δεξιοτήτων επικοινωνίας και συνεργασίας | Indeed.com](#) Ελλάδα

Ωστόσο, για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τα οφέλη της συνεργασίας και τον τρόπο δικτύωσης με άλλους επαγγελματίες/εταιρείες/ενδιαφερόμενους φορείς, μπορείτε να ανατρέξετε στην Ενότητα 11 του εκπαιδευτικού προγράμματος DIGITOUR.

## 6. Πρόσθετο υλικό

- [12 τρόποι Διαχείρισης πελατειακών σχέσεων στον τουρισμό](#)
- [Διαβάζοντας τα μυαλά μέσω της γλώσσας του σώματος | Lynne Franklin | TEDxNaperville](#)
- [IFF2019 - Πώς να επικοινωνείτε σε έναν ψηφιακό κόσμο](#)
- [10 συμβουλές για την ψηφιοποίηση του τουριστικού τομέα | CBI](#)
- [https://www.linkedin.com/pulse/translation-app-travel-overcome-language-barriers-clara-tr-hai-anh-/](https://www.linkedin.com/pulse/translation-app-travel-overcome-language-barriers-clara-tr-hai-anh-/?trk=public_profile_article_view)
- [https://www.researchgate.net/publication/332855616\\_CULTURAL\\_AND\\_COMMUNICATION\\_BARRIERS\\_IN\\_INTERNATIONAL\\_TOURISM](https://www.researchgate.net/publication/332855616_CULTURAL_AND_COMMUNICATION_BARRIERS_IN_INTERNATIONAL_TOURISM)
- [Διαπολιτισμικά εμπόδια στην τουριστική βιομηχανία και προκλήσεις για την τουριστική εκπαίδευση](#)
- [Η τέχνη της διαπραγμάτευσης: London Business School](#)
- [Πώς να διαπραγματευτείτε στα αγγλικά - Μάθημα επαγγελματικών αγγλικών](#)
- [Σκέψου γρήγορα, μίλα έξυπνα: Τεχνικές Επικοινωνίας](#)