

Δελτίο τύπου

Σημαντική αλλά με περιθώριο βελτίωσης η χρήση των social media από κυπριακά ξενοδοχεία

Η PwC Κύπρου παρουσίασε τα αποτελέσματα μελέτης για την αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τον ξενοδοχειακό κλάδο της Κύπρου

Τα ξενοδοχεία στην Κύπρο αναγνωρίζουν τη σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και διατηρούν σημαντική παρουσία σε αυτά. Υπάρχουν ωστόσο αρκετά περιθώρια βελτίωσης που αν αξιοποιηθούν θα δημιουργήσουν ουσιαστική αξία για τα ξενοδοχεία και τους επισκέπτες τους. Αυτό συμπεραίνει η μελέτη «**Capturing the Social Media use in the Cyprus Hotel Industry**», τα αποτελέσματα της οποίας παρουσιάστηκαν από την PwC Κύπρου σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη, 12 Οκτωβρίου, στη Λεμεσό.

Η εκδήλωση εντάσσεται στο νέο πρόγραμμα που ανακοίνωσε την περασμένη μόλις εβδομάδα η PwC και απευθύνεται ειδικά στις κυπριακές επιχειρήσεις.

Στόχος της μελέτης, που διεξήχθη σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας ήταν να χαρτογραφήσει τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον ξενοδοχειακό κλάδο της Κύπρου, αξιολογώντας τη συνολική αξιοποίηση (υψηλή, μέτρια, χαμηλή) των εν λόγω εργαλείων από τα ξενοδοχεία.

Σύμφωνα με τα γενικά συμπεράσματα, τα ξενοδοχεία σε παραθαλάσσιες επαρχίες αξιοποιούν περισσότερο τα social media σε σύγκριση με ξενοδοχεία στο βουνό ή την πόλη, ενώ στο σύνολό τους, τα ξενοδοχεία που δεν διαθέτουν καμία παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αντίθετα διαθέτουν παρουσία σε όλα, ανέρχονται στο 9% αντίστοιχα.

Πρωτιά για Facebook – Τάση προς TripAdvisor

Το Facebook είναι με διαφορά το δημοφιλέστερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία. Σύμφωνα μάλιστα με τη μελέτη, πολλά ξενοδοχεία αξιοποιούν αρκετά από τα προηγμένα χαρακτηριστικά του, παρατήρηση που υποδηλώνει ένα μεγαλύτερο βαθμό ανάπτυξης του συγκεκριμένου εργαλείου σε σχέση με τα υπόλοιπα.

Η μελέτη καταγράφει επίσης μια τάση για καλύτερη αξιοποίηση του TripAdvisor. Η τάση αυτή χαρακτηρίζει μάλιστα ακόμη και όσα ξενοδοχεία δεν διατηρούν σημαντική παρουσία σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Σχέση κατηγορίας ξενοδοχείου – αξιοποίησης social media

Η έρευνα καταγράφει μια εμφανή σχέση μεταξύ των κατηγοριών ξενοδοχείων και της ποιότητας αξιοποίησης των social media. Σύμφωνα με αυτή, όσο υψηλότερη είναι η κατηγορία ενός ξενοδοχείου, τόσο μεγαλύτερη είναι και η αξιοποίησή τους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 74% των 4* ξενοδοχείων κατατάχθηκαν στην κατηγορία «μέτρια», γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα ξενοδοχεία της κατηγορίας αυτής αξιοποιούν μεν ικανοποιητικά τα social media, χρειάζεται ωστόσο να τα διαχειριστούν πιο στρατηγικά για καλύτερα αποτελέσματα.

Απουσία στρατηγικής διαχείρισης

Πολλά ξενοδοχεία δεν φαίνεται να εφαρμόζουν κάποια στρατηγική για τη χρήση των social media. Βάσει της μελέτης, 37 από τα 48 ξενοδοχεία που κατατάχθηκαν στην κατηγορία «χαμηλή» έλαβαν βαθμολογία μεταξύ 0-25%, γεγονός που καταδεικνύει την απουσία στρατηγικής.

Υπάρχει επίσης μια τάση από πολλά ξενοδοχεία που ανήκουν σε ομίλους εταιρειών να υιοθετούν την στρατηγική μέσω κοινωνικής δικτύωσης της μητρικής τους εταιρείας αντί να διαχειρίζονται δικές τους ξεχωριστές σελίδες. Η προσέγγιση αυτή, σύμφωνα με τη μελέτη, περιορίζει το πεδίο κάλυψης των social media για τα εν λόγω ξενοδοχεία.

Χρήση για σκοπούς διαφήμισης

Στο δεύτερο μέρος της μελέτης γίνεται μία πιο στοχευμένη έρευνα για σκιαγράφηση των απόψεων και των φιλοδοξιών των διευθυντών ξενοδοχείων σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τα ξενοδοχεία τους. Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις τους, ο βασικός λόγος για τον οποίο τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν τα social media είναι για σκοπούς διαφήμισης και για βελτίωση των υφιστάμενων προϊόντων/υπηρεσιών τους μέσω της καταγραφής των σχολίων που δημοσιοποιούν οι πελάτες.

Κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, ο Συνέταιρος της PwC Κύπρου, Υπεύθυνος Υπηρεσιών Τουριστικών Επιχειρήσεων, κ. Πέτρος Χ. Πετράκης, δήλωσε: «Τα οφέλη που μπορούν να επιφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι πολλά, καθώς αποτελούν ευκολόχρηστα, χαμηλού κόστους και εξαιρετικά αποτελεσματικά εργαλεία διαφήμισης και προώθησης. Στο πλαίσιο του προγράμματος στήριξης των κυπριακών επιχειρήσεων που εφαρμόζει η PwC, πιστεύουμε ότι η μελέτη που παρουσιάσαμε αγγίζει μια νέα διάσταση που επηρεάζει το μέλλον των ξενοδοχείων και που αναμφίβολα θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη κατά τη διαμόρφωση της επιχειρηματικής στρατηγικής τους».

###ΤΕΛΟΣ###

Σημειώσεις:

Το περιεχόμενο αυτό προορίζεται για γενική ενημέρωση, και δεν μπορεί να αντικαταστήσει την εξειδικευμένη επαγγελματική συμβουλή.

© 2016 PricewaterhouseCoopers Ατδ. Με επιφύλαξη όλων των νομίμων δικαιωμάτων.

Ο όρος PwC αναφέρεται στην PwC Κύπρου και σε ορισμένες περιπτώσεις πιθανόν να αναφέρεται στο δίκτυο της PwC. Ο κάθε ένας οργανισμός-μέλος αποτελεί ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλώ επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.pwc.com/structure.

Η PwC Κύπρου στηρίζει τις επιχειρήσεις αλλά και τους ίδιους τους ανθρώπους ώστε να δημιουργήσουν την αξία που αναζητούν. Είμαστε μέλος του παγκόσμιου δικτύου της PwC που αποτελείται από περισσότερους από 208,000 ανθρώπους σε 157 χώρες. Συνεργαζόμαστε στενά με τους πελάτες μας και δεσμευόμαστε να προσφέρουμε υψηλή ποιότητα στις Ελεγκτικές & Συμβουλευτικές Υπηρεσίες αλλά και στις Φορολογικές και Νομικές Υπηρεσίες. Μοιραστείτε μαζί μας ότι σας απασχολεί. Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε μας στο www.pwc.com/cy.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνείτε με την κ. Κωνσταντίνα Λογοθέτη (+357-22555108) email: konstantina.logotheti@cy.pwc.com και την κ. Μύρια Πίττα (+357-22555103) email: myria.pitta@cy.pwc.com, Μάρκετινγκ & Επικοινωνίες, PwC Κύπρου.

Follow us:

