



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

**UNIVERSITY OF PIRAEUS**

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΜΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΣΕ  
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΠΟΤΑΜΙΤΗ ΕΛΕΝΗ

ΔΕΜΤ 1732

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :

ΜΑΡΚΟΣ – ΜΑΡΙΟΣ ΤΣΟΓΚΑΣ

ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2019



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**


**ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**  
(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή –δεύτερη- σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο:

“ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ  
ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ”

.....  
έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο...ΕΛΕΝΗ ΠΙΟΤΑΜΙΤΗ.....

Ημερομηνία...11/12/2019.....

## ***ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ***

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών «MBA Tourism Management - ΠΜΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - Μάνατζμεντ Τουρισμού» του Πανεπιστημίου Πειραιά με θέμα «Μάρκετινγκ και ψηφιακές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων σε ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα».

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή για την εργασία κ. Τσόγκα ο οποίος με τις συμβουλές και την πολύτιμη βοήθεια του συνέβαλε στην διεκπεραίωση αυτής της μελέτης.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τους γονείς μου Αυγουστή και Μαρία για την πολύτιμη συμπαράσταση τους, η πίστη τους στις δυνατότητες μου συντέλεσε αρωγό στους στόχους και τα όνειρα μου. Επίσης θέλω να ευχαριστήσω την αδερφή μου Κασσάνδρα, τον άντρα μου Λευτέρη και τις φίλες μου Γεωργία και Χριστίνα για την πολύτιμη βοήθεια και την συμπαράσταση τους.

## Περιεχόμενα

Λίστα Διαγραμμάτων .....	7
Λίστα Πινάκων .....	7
1. Εισαγωγή .....	8
2. Η Αττική ως τουριστικός προορισμός.....	9
2.1 Το τουριστικό προϊόν της Αττικής .....	9
2.2 Το φαινόμενο του αστικού τουρισμού (City Break) .....	11
2.3 Προφίλ κλάδου – Εκτίμηση αγοράς.....	15
2.3.1 Τουριστική κίνηση στην Αθήνα .....	15
2.3.2 Ζήτηση της Αττικής ως τουριστικός προορισμός .....	15
2.3.3 Ζήτηση στα ξενοδοχεία της Αττικής.....	18
2.3.4 Προφίλ Τουριστών .....	23
2.3.4.1 Το δημογραφικό προφίλ των τουριστών City Break στην Ελλάδα.....	23
2.3.4.2 Το προφίλ τουριστών της Αττικής .....	28
3. Ψηφιακό Μάρκετινγκ στον ξενοδοχειακό κλάδο.....	35
3.1 Η εξέλιξη των εφαρμογών των κινητών τηλεφώνων .....	35
3.2 Επαγγελματική χρήση εφαρμογών για κινητά .....	36
3.3 Έρευνα για εφαρμογές κινητών στον τομέα της φιλοξενίας και του τουρισμού ....	38
3.4 Ταξινόμηση εφαρμογών για κινητά στη βιομηχανία φιλοξενίας .....	40
3.5 Έρευνα σχετικά με τη χρήση κινητών εφαρμογών στη βιομηχανία φιλοξενίας .....	43
3.6 Χρήση έξυπνων συσκευών στις ξενοδοχειακές μονάδες .....	45
4. Μεθοδολογία .....	47
4.1 Σκοπός της έρευνας .....	47
4.2 Μεθοδολογία εμπειρικής έρευνας .....	47
4.3 Ερευνητικό εργαλείο .....	47
4.4 Δείγμα της έρευνας.....	47
4.5 Στάδια της έρευνας.....	47
4.6 Μεθοδολογία της έρευνας .....	48
4.7 Χρόνος τέλεσης έρευνας .....	48
4.8 Περιορισμοί της έρευνας.....	48
4.9 Πληροφορίες ξενοδοχείων.....	49
5. Ανάλυση Ξενοδοχειακών Εφαρμογών .....	66

5.1	Ανάλυση 5* Ξενοδοχειακών Μονάδων Αττικής.....	66
5.1.1	Divani Caravel Hotel.....	66
5.1.2	Divani Apollon Palace and Thalasso.....	70
5.1.3	Sofitel Athens Airport.....	73
5.1.4	Electra Palace Athens.....	76
5.1.5	Electra Metropolis Athens.....	81
5.1.6	Hilton Athens.....	87
5.1.7	Hotel Grande Bretagne a Luxury Collection Hotel.....	89
5.1.8	New Hotel Athens.....	91
5.1.9	Grand Hyatt Athens.....	93
5.1.10	Somewhere Boutique Hotel Vouliagmeni.....	96
5.1.11	Athens Marriott Hotel.....	99
5.1.12	King George a Luxury Collection.....	102
5.1.13	Crowne Plaza Athens.....	104
5.1.14	Theoxenia Palace and House Suites.....	109
5.1.15	The Margi Hotel.....	112
5.1.16	Semiramis Hotel.....	116
5.1.17	Academia of Athens Autograph Collection.....	118
5.1.18	Radisson Blu Park Hotel Athens.....	120
5.1.19	St. George Lycabettus Lifestyle Hotel.....	122
5.1.20	Athenaeum Intercontinental Athens.....	123
5.1.21	Four Seasons Astir Palace Hotel Athens.....	127
5.2	Ανάλυση 4* Ξενοδοχειακών Μονάδων Αττικής.....	129
5.2.1	New Aegli Resort Hotel Poros.....	129
5.2.2	Athens Cypria Hotel.....	132
5.2.3	Hotel Fresh.....	134
5.2.4	Kubic Athens Smart Hotel.....	136
5.2.5	Periscope Hotel.....	137
5.2.6	Ilisia Hotel.....	139
5.2.7	Melia Athens.....	141
5.2.8	The Golden Age Hotel of Athens.....	143
5.2.9	President Hotel.....	145
5.2.10	Novotel Athens.....	147
5.2.11	Astor Hotel Athens.....	150

5.2.12	Best Western Plus Embassy Hotel.....	152
5.2.13	Best Western Candia Hotel.....	155
5.2.14	Electra Hotel Athens.....	157
5.2.15	Holiday Inn Hotel Athens Airport .....	163
5.2.16	Estia Boutique Apartments.....	168
6.	Αποτελέσματα Αναλύσεων .....	171
7.	Ξενοδοχεία χωρίς εφαρμογή .....	178
8.	Συμπεράσματα – Προτάσεις.....	181
9.	Βιβλιογραφία.....	183
	Online .....	183
	Επιστημονικά άρθρα & έρευνες.....	187
	Βιβλία.....	194
	Παράρτημα.....	195

### Λίστα Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. «Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών, Διεθνείς αφίξεις YTD – Ιούλιος 2012-2018»	15
Διάγραμμα 2. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εποχικότητα - Διεθνείς αφίξεις ανά μήνα»	16
Διάγραμμα 3. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εξέλιξη διεθνών αφίξεων και μερίδιο αγοράς ανά σκοπό ταξιδιού»	16
Διάγραμμα 4. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εξέλιξη διεθνών αφίξεων ανά σκοπό ταξιδιού»	17
Διάγραμμα 5. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εξέλιξη των μεγαλύτερων διεθνών χωρών αγορών»	17
Διάγραμμα 6. «Αφίξεις & διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της Αττικής»	20
Διάγραμμα 7. «Διάρκεια διαμονής στα ξενοδοχεία της Αττικής»	21
Διάγραμμα 8. «Αφίξεις & διανυκτερεύσεις ανά περιοχή (2017)»	22
Διάγραμμα 9. «Διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο vs αφίξεις στα ξενοδοχεία»	22
Διάγραμμα 10. «Κύριοι λόγοι επίσκεψης & γεωγραφική ανάλυση»	29
Διάγραμμα 11. «Λόγοι επιλογής της Αθήνας»	30
Διάγραμμα 12. «Τι επηρέασε την επιλογή για την Αθήνα»	31
Διάγραμμα 13. «Δομή ταξιδιού»	31
Διάγραμμα 14. «Ξεναγήσεις»	33
Διάγραμμα 15. «Νησιά Αργοσαρωνικού - Συνδυασμός επίσκεψης Αθήνας και νησιών του Αργοσαρωνικού»	33
Διάγραμμα 16. «Νησιά Αργοσαρωνικού - Χαρακτηριστικά τουριστών»	34

### Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1. « Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Αττικής – 2018»	19
Πίνακας 2. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Ηλικιακή Διάρθρωση»	23
Πίνακας 3. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Οικογενειακό εισόδημα, Επίπεδο εκπαίδευσης»	24
Πίνακας 4. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Διανυκτερεύσεις»	24
Πίνακας 5. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Περιοχή Προορισμού»	25
Πίνακας 6. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Μέσο ενημέρωσης»	26
Πίνακας 7. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Χαρακτηριστικά κράτησης»	27
Πίνακας 8. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Προγραμματισμός κράτησης»	27
Πίνακας 9. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Δραστηριότητες»	28

## 1. Εισαγωγή

Η διαδεδομένη διαθεσιμότητα και η φορητότητα των κινητών τηλεφώνων τα οδήγησε ώστε να καταστούν σε μία πολύ δυνατή πλατφόρμα. Η εμφάνιση νέων υπηρεσιών αποτελεί συνέπεια της πανταχού παρουσίας των φορητών συσκευών. Η χρήση κινητών τεχνολογιών σε ορισμένους τομείς, όπως ο τουρισμός, έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα μεγάλης σημασίας. Επιπλέον, καθώς η διάρκεια ζωής της μπαταρίας και οι δυνατότητες των τηλεφώνων συνεχίζουν να αυξάνονται, υπάρχουν ολοένα και πιο πολύπλοκες τουριστικές εφαρμογές που κάνουν την εμφάνιση τους. Αυτού του είδους η υπηρεσία θα πρέπει να προσαρμόζεται στο περιβάλλον με υψηλά επίπεδα ετερογένειας (τοπολογία δικτύου, φυσικές συνδέσεις, αντικείμενα, συσκευές και προτιμήσεις χρηστών). Συνεπώς, αυτή η ανομοιογένεια θα πρέπει να αναπροσαρμόζεται συνεχώς. (Lee, Lim, & Kim, 2009)

Οι κινητές και οι ασύρματες τεχνολογίες επιτρέπουν την παροχή νέων εφαρμογών που υποστηρίζουν τους επισκέπτες ενώ βρίσκονται σε κίνηση. Τέτοιες εφαρμογές περιλαμβάνουν μερικά από τα παρακάτω: τους οδηγούς κινητών ταξιδιών και τις υπηρεσίες ψυχαγωγίας με βάση την τοποθεσία, σχολιασμό και σελιδοδείκτες και κινητή κοινωνική δικτύωση και αυτά είναι μόνο μερικοί δημοφιλείς τύποι εφαρμογών. Στην ουσία, οι εφαρμογές αυτές επιτρέπουν στους τουρίστες να έχουν απρόσκοπτη και πανταχού παρούσα πρόσβαση σε πληροφορίες που σχετίζονται με τα ταξίδια κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους, η οποία παρουσιάζεται με τρόπο πλούσιο στα πολυμέσα. Ταυτόχρονα, οι δυνατότητες ανίχνευσης θέσης των κινητών συσκευών διευκολύνουν το φιλτράρισμα των πληροφοριών ταξιδιού προκειμένου να προσαρμοστούν στις ανάγκες και τις επιθυμίες των ταξιδιωτών. Η αξία της χρήσης των κινητών στα ταξίδια είναι κατά κύριο λόγο η αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου καθώς με τη βοήθεια τους ο χρήστης μπορεί και γλιτώνει πολύ χρόνο. Ως εκ τούτου, η αποτελεσματική διοργάνωση και η παρουσίαση των ταξιδιωτικών πληροφοριών που αφορούν τους ταξιδιώτες είναι υψίστης σημασίας τόσο για τους τουρίστες όσο και για τους φορείς του τουριστικού κλάδου. (Kourouthanassis, P., Boletsis, C., Bardaki, C., & Chasanidou, D. (2015).

Οι εφαρμογές smartphone έχουν σχεδιαστεί για να εκτελούν μια συγκεκριμένη λειτουργία για τον χρήστη και μπορούν να βελτιώσουν την παροχή διαφόρων κινητών υπηρεσιών. Επιπλέον, επειδή οι εταιρείες είναι σε θέση να συμβάλλουν συνεχώς στη βελτίωση των υπηρεσιών εφαρμογών, η τάση αυτή παρέχει στους



καταναλωτές περισσότερες πιθανότητες να χρησιμοποιήσουν τις δυνατότητες του smartphone και αυτό είχε θετικό αντίκτυπο στην ταχεία ανάπτυξη εμπορικών και μη εμπορικών εφαρμογών ( Dickinson, 2014).

Καθώς η υιοθέτηση των smartphones έχει αυξηθεί, το ίδιο έχουν και οι εφαρμογές ξενοδοχείων σχεδιασμένες για ταξιδιώτες. Αυτές οι εφαρμογές παρέχουν ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με ξενοδοχεία, λεπτομερείς χάρτες και υπηρεσίες κρατήσεων online. Οι χρήστες μπορούν να κάνουν λήψη των εφαρμογών του ξενοδοχείου για μια υπηρεσία ταξί όπως το Uber, και μάλιστα ως κλειδί δωματίου. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο ξενοδοχείο, μερικές εφαρμογές παρέχουν μοναδικές εμπειρίες όπως ο έλεγχος της θερμοκρασίας του δωματίου και η μετατροπή του smartphone σε τηλεχειριστήριο. Οι εμπειρίες των επισκεπτών που χρησιμοποιούν τις εφαρμογές ξενοδοχείων είναι επίσης πολύτιμες πηγές πληροφοριών για τα ξενοδοχεία, καθώς η χρήση τους μπορεί να αποτελέσει καλό κριτήριο για να κρίνουμε αν οι προσδοκίες των επισκεπτών πληρούνται και για να αναλύσουμε τι είναι σημαντικό για τους επισκέπτες. Από την άποψη του φιλοξενούμενου του ξενοδοχείου, που είναι σε θέση να δει τα δωμάτια, το λόμπι και την εξωτερική εμφάνιση των κτιρίων και τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν μια λίστα με βολικές υπηρεσίες από τις εφαρμογές του ξενοδοχείου, είναι σε θέση να καθορίσουν τις δικές τους προσδοκίες και βιωματική αξία για το ξενοδοχείο τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που εξετάζουν.

Στην παρούσα εργασία ερευνούνται οι εφαρμογές κινητών τηλεφώνων των ξενοδοχείων της Αττικής τεσσάρων και πέντε αστέρων. Πρόκειται για μία ανάλυση περιεχομένου των εφαρμογών έτσι ώστε να ερευνηθούν οι εφαρμογές και τι προσφέρει η καθεμία στον πελάτη. Πέρα από αυτό γίνεται μία έρευνα σχετικά με το ποιες παροχές προσφέρονται στους πελάτες των ξενοδοχείων μέσα από τις εφαρμογές καθώς επίσης και μία σύγκριση αυτών των παροχών ανάμεσα στις εφαρμογές των πεντάστερων ξενοδοχείων και των τετράστερων ξενοδοχείων της Αττικής.

## **2. Η Αττική ως τουριστικός προορισμός**

### **2.1 Το τουριστικό προϊόν της Αττικής**

Ο τουρισμός παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας επιπλέον δρα σαν ατμομηχανή στην εξάλειψη της ανεργίας. Ακολούθως, είναι ο μόνος τομέας στην οικονομία που προσελκύει επενδύσεις και μπορεί να βοηθήσει τη

χώρα στην ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, η συνολική συμμετοχή του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν είναι σταθερά μεγαλύτερη του 15% τα τελευταία είκοσι χρόνια. (ΣΕΤΕ: 2018)

Η περιφέρεια Αττικής είναι από τις πιο ιστορικές περιοχές της χώρας. Περιλαμβάνει τις περιφερειακές ενότητες: Κεντρικού Τομέα Αθηνών, Νότιου Τομέα Αθηνών, Βορείου Τομέα Αθηνών, Δυτικού Τομέα Αθηνών, Πειραιώς, Νήσων, Δυτικής Αττικής και Ανατολικής Αττικής. Έδρα της είναι η Αθήνα η οποία πέρα του ότι είναι η πρωτεύουσα της χώρας, είναι και η μεγαλύτερη σε έκταση πόλη της Ελλάδας. Στη συνέχεια, η έκταση της Αττικής φτάνει τα 3.807 χιλιόμετρα και καλύπτει το 2,9% της Ελλάδας. Αποτελεί τη δεύτερη μικρότερη σε έκταση περιφέρεια. Παρόλα αυτά περιλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα της οικονομικής, πολιτικής και πολιτιστικής ζωής της επικράτειας. Η περιφέρεια Αττικής βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας. Τα πολλά δημοφιλή αξιοθέατα, η συγκέντρωση υπηρεσιών, οι ακτές της, οι εκσυγχρονισμένες υποδομές της είναι μερικά από τα οποία την κάνουν έναν ανταγωνιστικό τουριστικό προορισμό. Παρόλα αυτά δεν παύουν να υπάρχουν προβλήματα όπως είναι η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος που δεν την αναδεικνύουν ως ένα δυνατό ανταγωνιστή διεθνώς. (INEMY: 2017)

Η περιφέρεια Αττικής είναι ένας τουριστικός τόπος με πολλές μορφές, πρόκειται για μία περιοχή με εμφανείς επιμέρους τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι προσφέρουν διαφορετικές εμπειρίες, απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες τουριστών και τέλος διαφέρουν ως το ποσοστό τουριστικής ανάπτυξης. Ενδεικτικά θεματικά πεδία στα οποία υπάρχει μεγάλη ζήτηση από το εξωτερικό και η Αττική μπορεί να προσφέρει πολλά έτσι ώστε να καλύψει τις ανάγκες τους είναι: Luxury travel, Spa holidays, Food & wine-related travel, Sea 'n' sun holidays, City breaks, Hiking, Sailing, Yachting, Cruises, Weddings, MICE, Cultural heritage tours, Family holidays, Gay & Lesbian travel. (Κούτουλας: 2015)

Η Αττική είναι κυρίως παγκοσμίως γνωστή γιατί στην περιφερειακή της ενότητα περιλαμβάνει την Αθήνα η οποία είναι από τις πιο ιστορικές πόλεις της Ευρώπης. Η Αθήνα πέρα από τα πολλά αξιοθαύμαστα ιστορικά μνημεία περιλαμβάνει και μια Ριβιέρα η οποία είναι αρκετά ελκυστική στους τουρίστες καθώς διαθέτει πολλές παραλίες και διάφορα μαγαζιά για διασκέδαση. (Discover Greece)

Στη συνέχεια υπάρχουν τα νησιά κοντά στην Αθήνα και τα Κύθηρα, τα οποία βρίσκονται νότια της Πελοποννήσου. Η Αττική προσφέρει μια πληθώρα επιλογών για τους επισκέπτες και είναι ο πιο προσιτός προορισμός στην Ελλάδα λόγω των άμεσων συνδέσεών της με διεθνείς τοποθεσίες. Η Αθήνα είναι ένα υπαίθριο μουσείο γεμάτο συναρπαστικές ανακαλύψεις. Ο ιστορικός και πολιτιστικός πλούτος της Αθήνας σε συνδυασμό με τη σύγχρονη και νεανική ατμόσφαιρα τον καθιστούν ιδανικό προορισμό για “city break”. Πολυτελή ξενοδοχεία, εστιατόρια υψηλής ποιότητας, καφετέριες, εμπορικά κέντρα, γραφικές αγορές, γκαλερί με εκθέσεις σύγχρονης τέχνης, καταστήματα καλλιτεχνικών έργων και καταστήματα με αντίκες.

Σε απόσταση αναπνοής από το κέντρο της πόλης βρίσκεται η κοσμοπολίτικη Ριβιέρα της Αθήνας: Η νότια ακτή από το Παλιό Φάληρο έως το Σούνιο προσφέρει εξαιρετικές, πλήρως οργανωμένες παραλίες με όλα τα θαλάσσια σπορ, ζωντανά παραλιακά μπαρ και εστιατόρια, υπαίθρια κλαμπ στο νερό, μεγάλα πολυτελή θέρετρα, δεκάδες επιλογές για φαγητό, συμπεριλαμβανομένων παραθαλάσσιων ταβερνών που σερβίρουν φρέσκα θαλασσινά και εκλεκτικά καταστήματα. (Discover Greece)

## **2.2 Το φαινόμενο του αστικού τουρισμού (City Break)**

Ο αστικός τουρισμός ή αλλιώς ο τουρισμός πόλεων είναι σχετικά μία νέα μορφή τουρισμού και αποτελεί απόρροια εξελίξεων που οδήγησαν στη διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης και στην δημιουργία νέων ειδών τουρισμού. Η έντονη διεθνοποίηση του τουρισμού καθώς και η εμφάνιση νέων προορισμών και νέων ειδών αναψυχής καθώς επίσης και η αύξηση στα εισοδήματα των μεσαίων τάξεων ανέδειξαν τον τουρισμό πόλεων. Λόγω της έντονης καθημερινότητας που επικρατεί τα τελευταία χρόνια σε όλα τα κράτη οι άνθρωποι έχουν την ανάγκη ολιγόημερων αποδράσεων που ωστόσο θα συνδυάζονται με άνετες και ποιοτικές υποδομές. Άλλος ένας σημαντικός παράγοντας είναι ότι πλέον οι άνθρωποι είναι πιο μορφωμένοι με αποτέλεσμα στις διακοπές τους να ενδιαφέρονται για θέματα τέχνης, πολιτισμού και ιστορίας.

Σε πρώτο επίπεδο ο όρος αστικός οριοθετεί χωρικά το φαινόμενο χωρίς να προσδιορίζει ή να εξηγεί τις ιδιαιτερότητες του αστικού τουρισμού. Ο τουρισμός πόλεων μπορεί να παρουσιαστεί σε διεθνείς μητροπόλεις, σε πρωτεύουσες, σε πόλεις

μεγάλες ή μικρές, ιστορικές ή βιομηχανικές και ως κύριο γνώρισμα έχει τις περιηγήσεις των επισκεπτών σε μία πόλη για λίγες μέρες.

Η νέα μορφή τουρισμού πόλεων δεν διαφέρει σημαντικά από τα άλλα είδη τουρισμού καθώς οι λόγοι που επισκέπτονται οι τουρίστες τις πόλεις είναι πολλοί και διάφοροι και παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία μεταξύ των επισκεπτών της πόλης. Η πόλη είναι ένα διαφορετικό περιβάλλον για διακοπές από ότι κυριαρχούσε τα παλιότερα χρόνια, παρόλα αυτά παρουσιάζει μεγάλες δυνατότητες και έχει αρχίσει να γίνεται αρκετά θελκτική σε περισσότερους τουρίστες. Οι λόγοι επίσκεψης πόλεων διαφέρει ανάλογα τις προτιμήσεις και τα κριτήρια του κάθε τουρίστα. Για παράδειγμα, όπως είναι και το συνηθέστερο πολλοί επιλέγουν να επισκεφτούν διάφορες πόλεις λόγω ιστορικής, πολιτικής και πολιτισμικής σκοπιάς ενώ αντίθετα δεν λείπουν και οι άνθρωποι που επισκέπτονται πόλεις λόγω επισκέψεων σε συνέδρια όπως είναι και ο συνεδριακός τουρισμός.

Γι' αυτό σε πολλές περιπτώσεις, πριν από τον όρο αστικός τουρισμός προηγούνται επίθετα όπως πολιτιστικός, ιστορικός, αθλητικός, γαστρονομικός, καταναλωτικός κ.λπ., καθένα εκ των οποίων υποδηλώνει ένα διαφορετικό σύμπλεγμα αστικών χαρακτηριστικών και υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται από την αγορά τουρισμού. (G. Ashworth – S.J. Page, 2011) Άλλοι λόγοι που κερδίζουν το ενδιαφέρον των τουριστών πέρα από τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω είναι και η διασκέδαση, η νυχτερινή ζωή καθώς και τα ψώνια. Οι τουρίστες πόλεων χρησιμοποιούν κυρίως εγκαταστάσεις και υποδομές οι οποίες δεν έχουν δημιουργηθεί αποκλειστικά για τους ίδιους. (G. Ashworth, 2012)

Εξετάζοντας λοιπόν οι ερευνητές τις διάφορες διαστάσεις του αστικού τουρισμού έχουν καταλήξει σε συγκεκριμένα συμπεράσματα. Ο αστικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από μικρή διάρκεια παραμονής σε σχέση με άλλα είδη τουρισμού. Παρόλα αυτά οι τουρίστες πόλεων έχουν μεγαλύτερο ποσοστό δαπάνης ανά ημέρα σε σχέση με τους τουρίστες που επιλέγουν παραθαλάσσιες περιοχές. Στη συνέχεια ένας αστικός προορισμός είναι λιγότερο πιθανό να αποκτήσει πιστούς επισκέπτες. Αυτό συμβαίνει γιατί όταν μία πόλη είναι γραφική με χαρακτήρα και μοναδικά αξιοθέατα ο επισκέπτης την βλέπει περισσότερο σαν μία εμπειρία που μπορεί να συμβεί μια φορά στη ζωή (once in a lifetime). Σε αντίθεση με τα παραθαλάσσια θέρετρα τα οποία έχουν πιο γενικό χαρακτήρα και προσελκύουν πιστούς πελάτες. Παρόλα αυτά

υπάρχουν πόλεις οι οποίες έχουν πιο γενικό χαρακτήρα και δεν στηρίζονται σε αξιοθέατα και μπορούν να κερδίσουν πιστούς επισκέπτες.

Σε κάθε περίπτωση η πόλη ως τουριστικό προϊόν συγκροτείται με βάση τη μοναδικότητα της δηλαδή τις ιδιαίτερες φυσιογνωμίες της. Το μοναδικό με τον αστικό τουρισμό είναι ότι η ιδιαιτερότητα του κάθε αστικού τοπίου δεν μπορεί να επαναληφθεί σε κάποια άλλη πόλη και για αυτό το λόγο η προβολή και η διαχείριση της τουριστικής εικόνας της κάθε πόλης είναι μία ξεχωριστή υπόθεση. (INEMY, 2017)

Η συμμετοχή του αστικού τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη των πόλεων θεωρείται πολύ σημαντική από όλες τις κυβερνήσεις και τους τοπικούς φορείς του τουρισμού καθώς μπορεί να επιφέρει μεγάλες κοινωνικές και οικονομικές ωφέλειες. Τα σημαντικότερα οφέλη που μπορεί να προσφέρει ο τουρισμός πόλεων σε μία κοινωνία είναι η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, την αύξηση εσόδων των επιχειρήσεων καθώς επίσης και την άνοδο στην ποιότητα ζωής τόσο των κατοίκων της πόλης όσο και της περιφέρειας. Πέρα όμως από τα θετικά αυτής της μορφής τουρισμού υπάρχουν και αρνητικά τα οποία πρέπει να ληφθούν υπόψη τα οποία συνήθως αφορούν το περιβάλλον, τα ήθη και έθιμα, τη φέρουσα ικανότητα της πόλης κ.ά.

Η ανάπτυξη του τουρισμού πόλης και το μέγεθος της ανάπτυξης εξαρτώνται από τα ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά των πόρων που διαθέτουν οι πόλεις τα οποία προσδιορίζουν τη δυνατότητα ανάπτυξης αλλά και τους όποιους περιορισμούς. Δύσκολο έργο για τους αρμόδιους φορείς αποτελεί η ανάδειξη μιας πόλης σε έναν δημοφιλή τουριστικό προορισμό με ισχυρή εικόνα και αναγνωρίσιμο brand name.

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί αλλαγές στον τρόπο ζωής και αυτό έχει αποφέρει μία αύξηση στον τουρισμό πόλεων. Οι άνθρωποι δουλεύουν ακόμη περισσότερο σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια με μικρότερες παροχές και εργασιακή ασφάλεια και τέλος με μεγαλύτερη εργασιακή κινητικότητα σε σχέση με το παρελθόν. Όλο αυτό έχει σαν απόρροια ο χρόνος των διακοπών να μειωθεί σημαντικά και η ζήτηση να έχει στραφεί περισσότερο σε μικρής διάρκειας ταξίδια. Επιπλέον, η ανάπτυξη χαμηλού κόστους πτήσεων από τις αεροπορικές εταιρίες δημιούργησε νέες προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού πόλεων καθώς το 50% των ταξιδιών αυτών γίνεται αεροπορικώς και το 40% με χαμηλού κόστους πτήσεις.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η μεγάλη αύξηση του τουρισμού πόλεων δεν επηρεάζεται από το φαινόμενο της εποχικότητας όπως συμβαίνει στα άλλα είδη τουρισμού. (Λαγός, Δ., Σταυρινούδης, Θ. και Καμπάνη, Χ., 2008)

Σε ένα γενικό οικονομικό επίπεδο θα πρέπει να τονισθεί η σημασία των δομικών μετασχηματισμών που πραγματοποιήθηκαν στις σύγχρονες μητροπόλεις το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα και ειδικά μετά τη δεκαετία του 1970 ως απόρροια της αποβιομηχάνισης με αποτέλεσμα περιοχές των μεγάλων πόλεων να παρακμάσουν οικονομικά καθώς και στα θέματα των υποδομών. Στη συνέχεια, στη μεταβιομηχανική περίοδο οι πόλεις ανανεώνονται και αποκτούν νέες λειτουργίες οι οποίες ταιριάζουν περισσότερο με τον τρόπο ζωής της νέας μεσαίας τάξης. Οι βασικοί μοχλοί της αναμόρφωσης τους ήταν και είναι ο πολιτισμός, η ιστορική μνήμη και η ψυχαγωγία. Στο πλαίσιο αυτής της διαδικασίας ο τουρισμός αποτελεί εργαλείο ανάπτυξης της σύγχρονης αστικής οικονομίας που μπορεί να έχει καταλυτική συνεισφορά στην αναγέννηση των πόλεων.

Η πόλη λοιπόν είναι ένα ιδιαίτερα περίπλοκο και ετερογενές πεδίο κοινωνικών και οικονομικών διεργασιών. Στο αστικό περιβάλλον, ο τουρισμός αποτελεί έναν παράγοντα που βρίσκεται σε αλληλεπίδραση με τις ποικίλες διεργασίες που εξελίσσονται και μεταβάλλονται διαρκώς. Από αυτή την οπτική, η πόλη αποτελεί τουριστικό προορισμό με έναν τρόπο εντελώς διαφορετικό σε σύγκριση με ένα εξοχικό, αμιγώς τουριστικό θέρετρο.

Με την επέκταση του φαινομένου αυτού προέκυψε σαν ζήτημα η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία καθώς και στην φυσιογνωμία της πόλης. Ερευνητές από άλλους κλάδους παρατηρούν την αμφίδρομη σχέση της πόλης με το τουριστικό φαινόμενο. Ο τουρισμός των πόλεων ως μέσο παγκοσμιοποίησης αναδιατάσσει τη σχέση του τοπικού με το παγκόσμιο και μπορεί να μεταβάλλει την φυσιογνωμία μιας πόλης. Επιπλέον, η ανάπτυξη και η δημιουργία αστικών πόλεων στα αναπτυγμένα κράτη ως παγκοσμίων πλέον πόλεων έδωσε επιπλέον ώθηση στις διεθνείς μεταφορές καθώς και στις τουριστικές ροές. Στο σύγχρονο δυτικό κόσμο οι πόλεις αποτελούν είτε σε μεγάλο είτε σε μικρό βαθμό αφετηρίες ή ενδιάμεσους σταθμούς των τουριστικών δρομολογίων.

Η παγκοσμιοποίηση προκαλεί άμεση επίδραση στη φυσιογνωμία του τουριστικού τομέα. Καθώς ο χαρακτήρας του τουριστικού προϊόντος δεν αποτελείται απλά από

την τοπική μοναδικότητα και ιδιαιτερότητα της κάθε πόλης αλλά διαμορφώνεται επίσης από τα παγκόσμια καταναλωτικά πρότυπα και τη μορφή ζήτησης του συγκεκριμένου τουριστικού φαινομένου παγκοσμίως. (INEMY, 2017)

## 2.3 Προφίλ κλάδου – Εκτίμηση αγοράς

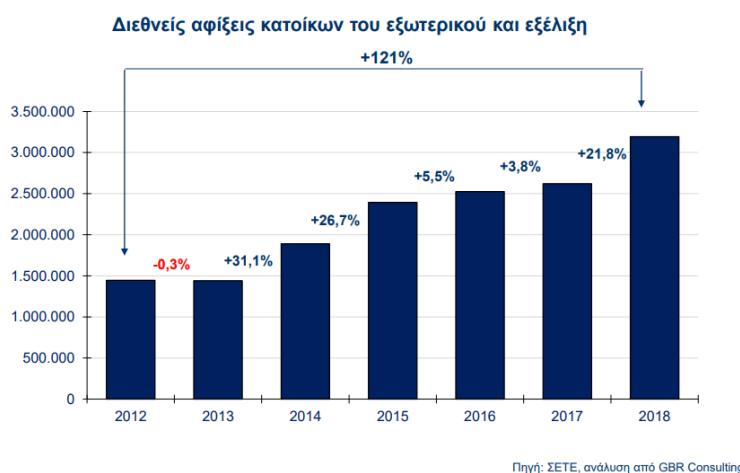
### 2.3.1 Τουριστική κίνηση στην Αθήνα

Η Αθήνα σαν τουριστικός προορισμός προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες ανά έτος καθώς αποτελεί μια πρωτεύουσα με τεράστια πολιτιστική κληρονομιά, ποικιλία δραστηριοτήτων ενώ επιπλέον διαθέτει παραλιακό μέτωπο. Το τουριστικό προϊόν της Αθήνας είναι κυρίως City Break και περιλαμβάνει πολιτιστικό, γαστρονομικό, θρησκευτικό, ιατρικό και Sun & Beach τουρισμό. Έπειτα από έρευνα της GBR για λογαριασμό της Ένωσης Ξενοδόχων Αττικής σε τουρίστες που επισκέφθηκαν την πόλη το διάστημα 2017-2018, προκύπτει ότι το μέσο διάστημα διαμονής στα ξενοδοχεία της Αθήνας είναι 2,2 νύχτες, πράγμα το οποίο επιβεβαιώνει ότι η πλειοψηφία των τουριστών επιλέγει την Αθήνα για City Break.

### 2.3.2 Ζήτηση της Αττικής ως τουριστικός προορισμός

Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα οι αφίξεις στο αεροδρόμιο Αθηνών έχουν ανοδική πορεία από το 2013 και έπειτα. Όπως παρατηρείται, η μόνη μείωση υπήρξε το 2012. Τα πιο πρόσφατα στοιχεία του Ιουλίου 2018 δείχνουν ότι υπήρξε αύξηση των διεθνών αφίξεων της τάξης του 21,8% από το 2017. Ο γενικός απολογισμός των τελευταίων ετών δείχνει ότι η Αθήνα ως τουριστικός προορισμός έχει σημειώσει σημαντική αύξηση αφίξεων τουριστών και έχει γίνει δημοφιλής επιλογή.

**Διάγραμμα 1.«Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών, Διεθνείς αφίξεις YTD – Ιούλιος 2012-2018»**

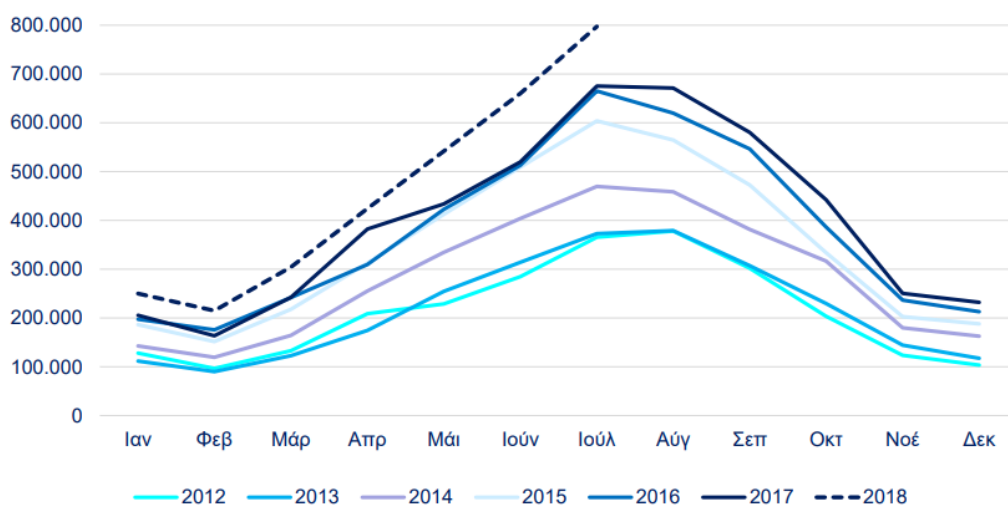


Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Σημαντικό για την τουριστική αγορά της Αθήνας είναι το γεγονός ότι δέχεται μεγάλο αριθμό τουριστών καθόλη τη διάρκεια του έτους. Φυσικά το διάστημα Απριλίου – Σεπτεμβρίου η τουριστική κίνηση αυξάνεται. Παρόλα αυτά, δεδομένων των δραστηριοτήτων που μπορεί να προσφέρει η πόλη, υπάρχουν δυνατότητες να αυξηθεί η τουριστική κίνηση σε off season περιόδους ώστε η Αθήνα να αποτελέσει δημοφιλή επιλογή City Break και να αποτελεί τουριστικό προορισμό 12 μήνες το χρόνο.

**Διάγραμμα 2. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εποχικότητα - Διεθνείς αφίξεις ανά μήνα»**

**Διεθνείς αφίξεις κατοίκων του εξωτερικού ανά μήνα, 2012 - 2018**



Πηγή: ΣΕΤΕ, ανάλυση από GBR Consulting

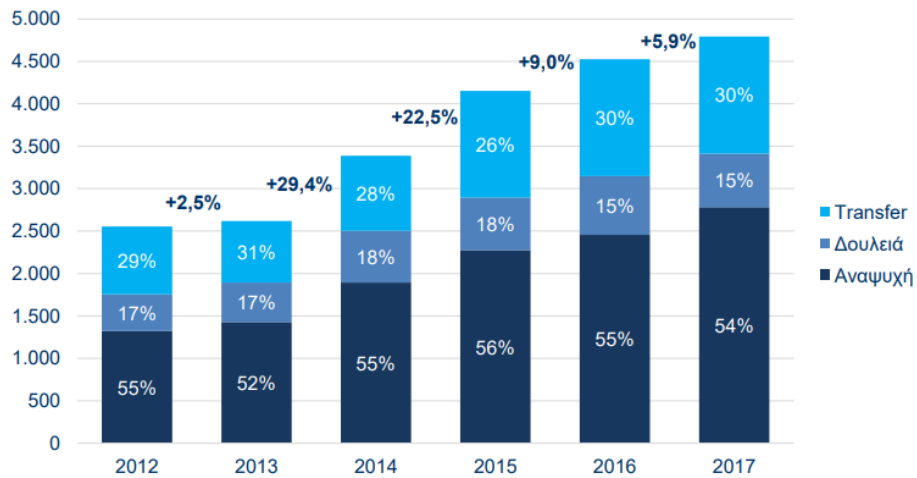
Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, οι τουρίστες που εισέρχονται στο αεροδρόμιο Αθηνών έχουν ως κύριο σκοπό του ταξιδιού τους την αναψυχή με ποσοστό 54%, έπειτα έχουν την Αθήνα ως ένα μικρό σταθμό προτού μεταβούν στον κύριο προορισμό τους και τέλος επιλέγουν την Αθήνα για επαγγελματικούς λόγους. Όπως παρατηρείται παρακάτω οι τουρίστες που επισκέπτονται την Αθήνα ως έναν σταθμό είναι οι ίδιοι για το 2016 και το 2017 ενώ αντίθετα αυτοί που επιλέγουν την Αθήνα ως έναν προορισμό για επαγγελματικούς λόγους έχουν μειωθεί τα δύο τελευταία χρόνια με ποσοστό -9%. Παρόλα αυτά την μεγαλύτερη θέση κατέχει η αναψυχή. Κάτι το οποίο αποδεικνύει ότι η Αθήνα είναι ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός.

**Διάγραμμα 3. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εξέλιξη διεθνών αφίξεων και μερίδιο αγοράς ανά σκοπό ταξιδιού»**



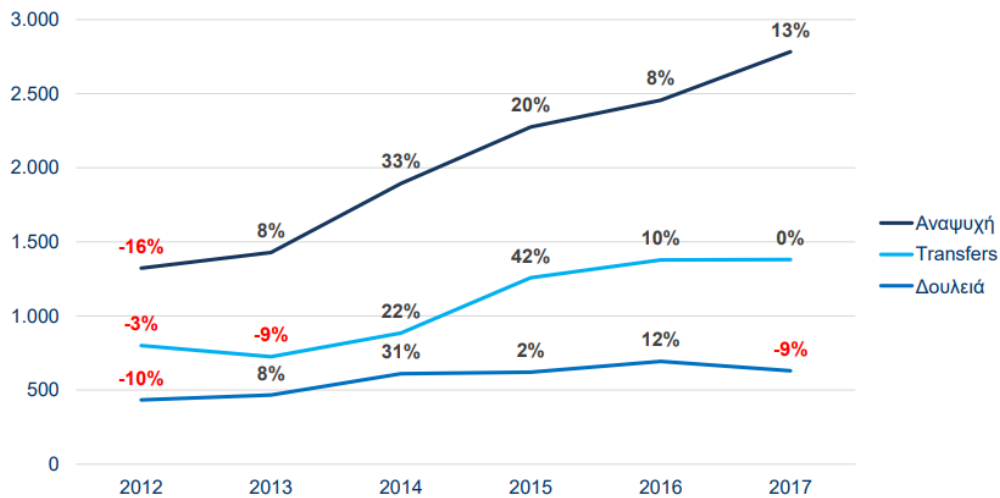
**Διεθνείς αφίξεις κατοίκων του εξωτερικού στο ΔΑΑ ανά σκοπό ταξιδιού (x 1.000) και μερίδιο αγοράς**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

**Διάγραμμα 4. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εξέλιξη διεθνών αφίξεων ανά σκοπό ταξιδιού»**

**Διεθνείς αφίξεις κατοίκων του εξωτερικού στο ΔΑΑ ανά σκοπό ταξιδιού (x 1.000) και εξέλιξη**

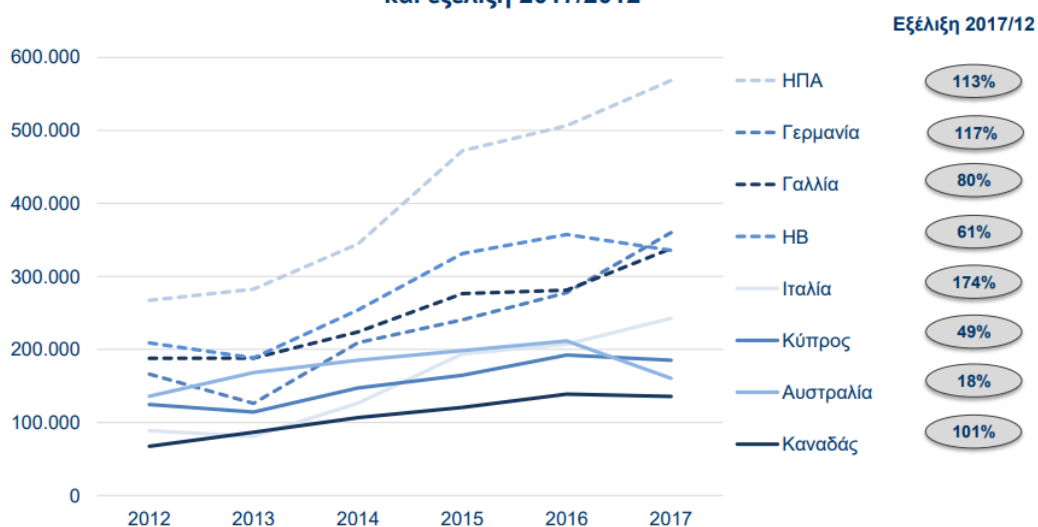


Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, ανάλυση από GBR Consulting

Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

**Διάγραμμα 5. «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Εξέλιξη των μεγαλύτερων διεθνών χωρών αγορών»**

### Διεθνείς αφίξεις κατοίκων του εξωτερικού για αναψυχή ανά χώρα αγορά και εξέλιξη 2017/2012



Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, ανάλυση από GBR Consulting

Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Σύμφωνα με το διάγραμμα 5 οι τουρίστες που εισέρχονται στην χώρα με σκοπό την αναψυχή προέρχονται κατά κύριο λόγο και σε ένα μεγάλο ποσοστό από την Ιταλία. Όπως παρατηρείται η εξέλιξη της αγοράς της Αμερικής είχε μεγάλη αύξηση από το 2012 μέχρι το 2017, κάτι το οποίο αποδεικνύει ότι η αγορά της Αμερικής παίζει σημαντικό ρόλο στον τουρισμό της χώρας. Στη συνέχεια, άλλες σημαντικές αγορές για τον τουρισμό της Ελλάδας είναι οι τουρίστες που προέρχονται από την Γερμανία, από την Γαλλία και τέλος από τον Καναδά. Αγορές που δεν παρατηρείται μεγάλη εξέλιξη στην προσέλευση μέσα στα χρόνια καθώς ήταν χώρες που προτιμούσαν την Αττική ως έναν προορισμό αναψυχής από παλιά.

Η αμερικανική αγορά, αποτελεί την αγορά με την υψηλότερη τουριστική ζήτηση για την Περιφέρεια Αττικής. Έχει υψηλότερη δαπάνη ανά επίσκεψη σε σχέση με τον μέσο όρο της χώρας (573 € έναντι 458 €) καθώς και υψηλότερη ημερήσια δαπάνη (85 € έναντι 68€). Επίσης οι τουρίστες από τις ΗΠΑ επισκέπτονται 1,64 Περιφέρειες έναντι 1,14 που είναι ο γενικός μέσος όρος για τον εισερχόμενο τουρισμό. Οι 3 δημοφιλέστερες Περιφέρειες για την αμερικανική αγορά ως προς τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, είναι: η Αττική, το Νότιο Αιγαίο και το Βόρειο Αιγαίο.

#### 2.3.3 Ζήτηση στα ξενοδοχεία της Αττικής

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) που ήταν διαθέσιμα μέχρι το τέλος Δεκεμβρίου 2018, η περιφέρεια Αττικής διαθέτει 649

μονάδες, 32.250 δωμάτια και 61.029 κλίνες. Οι αριθμοί αυτοί αποτελούν αποτύπωση της στιγμής λήψης των δεδομένων, αφού το μητρώο των μελών του ΞΕΕ είναι δυναμικό και ανανεώνεται σε καθημερινή και συνεχή βάση.

**Πίνακας 1. « Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Αττικής – 2018»**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ							
2018							
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΤΤΙΚΗ	Μονάδες	7	21	19	28	2	77
	Δωμάτια	1.496	2.353	1.252	963	36	6.100
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΒΟΡΕΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Κλίνες	2.861	4.859	2.551	1.855	68	12.194
	Μονάδες	4	4	5	11	3	27
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΔΥΤΙΚΗ ΑΤΤΙΚΗ	Δωμάτια	262	188	196	412	63	1.121
	Κλίνες	498	350	364	787	118	2.117
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Μονάδες		2	2	9		13
	Δωμάτια		336	28	234		598
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Κλίνες		662	59	432		1.153
	Μονάδες				8	2	10
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Δωμάτια				275	41	316
	Κλίνες				511	78	589
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Μονάδες	17	51	56	69	46	239
	Δωμάτια	4.128	4.939	3.117	2.321	1.071	15.576
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΝΗΣΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ - ΔΗΜΟΣ ΤΡΟΙΖΗΝΙΑΣ	Κλίνες	7.889	9.231	5.542	4.194	2.080	28.936
	Μονάδες	3	24	49	76	42	194
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΝΗΣΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ - ΔΗΜΟΣ ΤΡΟΙΖΗΝΙΑΣ	Δωμάτια	85	560	1.266	1.625	621	4.157
	Κλίνες	171	1.073	2.390	3.074	1.246	7.954
Αγκίστρι	Μονάδες				3	15	18
	Δωμάτια				53	236	289
Αίγινα	Κλίνες				108	477	585
	Μονάδες		2	8	39	16	65
Αίγινα	Δωμάτια		34	453	914	238	1.639

Κύθηρα	Κλίνες		55	881	1.741	480	3.157
	Μονάδες		6	21	14	2	43
Πόρος	Δωμάτια		90	306	165	16	577
	Κλίνες		173	566	318	36	1.093
Σαλαμίνα	Μονάδες		3	5	7	2	17
	Δωμάτια		159	232	212	35	638
Σπέτσες	Κλίνες		305	418	376	69	1.168
	Μονάδες			1		1	2
Υόρα	Δωμάτια			20		16	36
	Κλίνες			40		29	69
ΔΗΜΟΣ ΤΡΟΙΖΗΝΙΑΣ (Μέθανα, Γαλατάς, Καλλονή)	Μονάδες	1	2	5	5	5	18
	Δωμάτια	55	94	89	122	71	431
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΝΟΤΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Κλίνες	113	184	169	225	134	825
	Μονάδες	2	9	7	4	1	23
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	Δωμάτια	30	106	101	44	9	290
	Κλίνες	58	227	199	86	21	591
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες		2	2	4		8
	Δωμάτια		77	65	115		257
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΝΟΤΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Κλίνες		129	117	220		466
	Μονάδες	1	15	11	19	2	48
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	Δωμάτια	366	1.081	620	637	47	2.751
	Κλίνες	751	2.056	1.129	1.106	87	5.129
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	1	1	7	24	8	41
	Δωμάτια	77	23	450	914	167	1.631
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Κλίνες	125	45	815	1.651	321	2.957
	Μονάδες	33	118	149	244	105	649
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Δωμάτια	6.414	9.480	6.929	7.381	2.046	32.250
	Κλίνες	12.295	18.276	12.850	13.610	3.998	61.029

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, «Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018 - Ανά Περιφέρεια - Νομό - Νησί», 2018

Στη συνέχεια, σύμφωνα με το διάγραμμα 6 υπάρχει μία μικρή αύξηση στις αφίξεις των αλλοδαπών στα ξενοδοχεία της Αττικής από το 2012 έως το 2017. Όπως παρατηρείται κατά τη διάρκεια των χρόνων υπήρχε μία μικρή μείωση μόνο το 2016

κάτι το οποίο άλλαξε αμέσως τον επόμενο χρόνο. Όσον αφορά τους Έλληνες τουρίστες υπάρχει μία συνεχόμενη μείωση στις αφίξεις των Ελλήνων σε ξενοδοχεία της Αττικής. Το 2017 οι αφίξεις ανήλθαν μόλις σε 29%. Ακολούθως, οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της Αττικής όσον αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες αυξήθηκαν με αργούς ρυθμούς από το 2012 έως το 2017 με το μεγαλύτερο ποσοστό να παρατηρείται το 2017. Από την άλλη πλευρά οι Έλληνες τουρίστες φαίνεται να μην επιλέγουν τα ξενοδοχεία της Αττικής για διανυκτέρευση πάνω από 1,9 νύχτες, από το οποίο προκύπτει ότι μειώνεται η ζήτηση της Αττικής όσον αφορά τον εγχώριο τουρισμό.

**Διάγραμμα 6. «Αφίξεις & διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της Αττικής»**

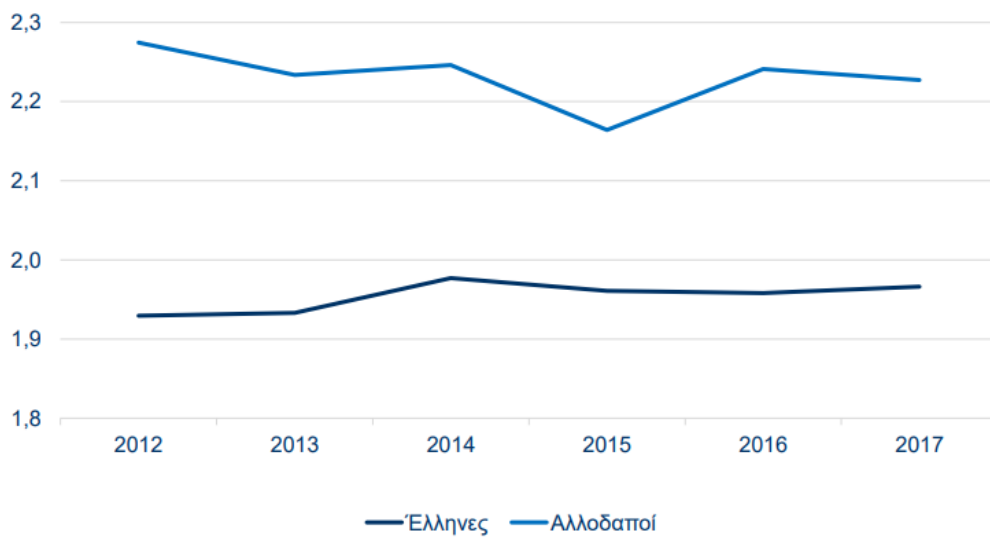


Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Οι διανυκτερεύσεις ταξιδιωτών στην Αττική ανέρχονται στις 2,2 νύχτες για το 2017. Είναι γνωστό ότι η Αττική παρότι είναι ένας αρκετά ελκυστικός προορισμός για τους τουρίστες, διότι διαθέτει την Αθήνα η οποία είναι η πρωτεύουσα της χώρας και περιλαμβάνει από τα πιο σημαντικά αρχαιολογικά μνημεία της Ελλάδας δεν καθιστά τον κύριο προορισμό τους αλλά έναν σταθμό. Επιλέγουν λοιπόν να διανυκτερεύσουν στην Αττική σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα για 2,2 νύχτες και στη συνέχεια να συνεχίσουν στον κύριο προορισμό τους που θα είναι κάποιο από τα νησιά της Ελλάδας. Αντίθετα, οι Έλληνες τουρίστες όπως φαίνεται από το διάγραμμα δεν διανυκτέρευαν ποτέ πολλές νύχτες στην Αττική. Το μεγαλύτερο ποσοστό διανυκτέρευσης παρατηρείται το 2014 και αγγίζει τις 2 νύχτες. Από το 2014 και έπειτα παρατηρείται μία σταθερότητα.

### Διάγραμμα 7. «Διάρκεια διαμονής στα ξενοδοχεία της Αττικής»

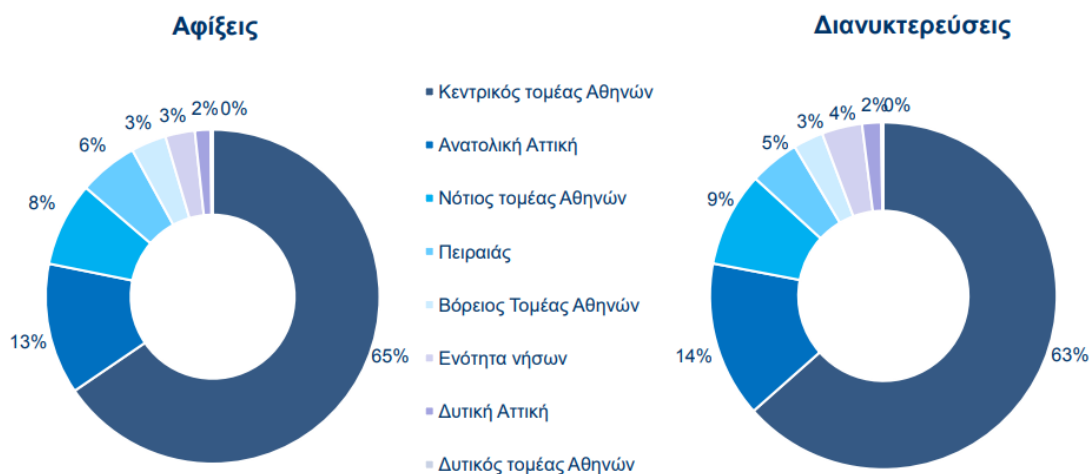
#### Διάρκεια διαμονής



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με το διάγραμμα 8 οι περισσότερες αφίξεις συμβαίνουν στον Κεντρικό τομέα Αθηνών με ποσοστό 65% και ακολουθεί η Ανατολική Αττική και ο Νότιος τομέας Αθηνών. Αξιοσημείωτο είναι ότι καμία άφιξη δεν παρατηρήθηκε στον Δυτικό τομέα Αθηνών. Ακολούθως, περισσότερες διανυκτερεύσεις πραγματοποιήθηκαν στον Κεντρικό τομέα Αθηνών με ποσοστό 63% και ακολουθούν η Ανατολική Αττική και ο Νότιος τομέας Αθηνών με ποσοστά 14% και 9% αντιστοίχως. Είναι φυσικό λοιπόν να έχουν δημιουργηθεί περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες στον Κεντρικό τομέα Αθηνών αφού παρατηρείται μεγαλύτερη ζήτηση σε σχέση με την υπόλοιπη περιφέρεια.

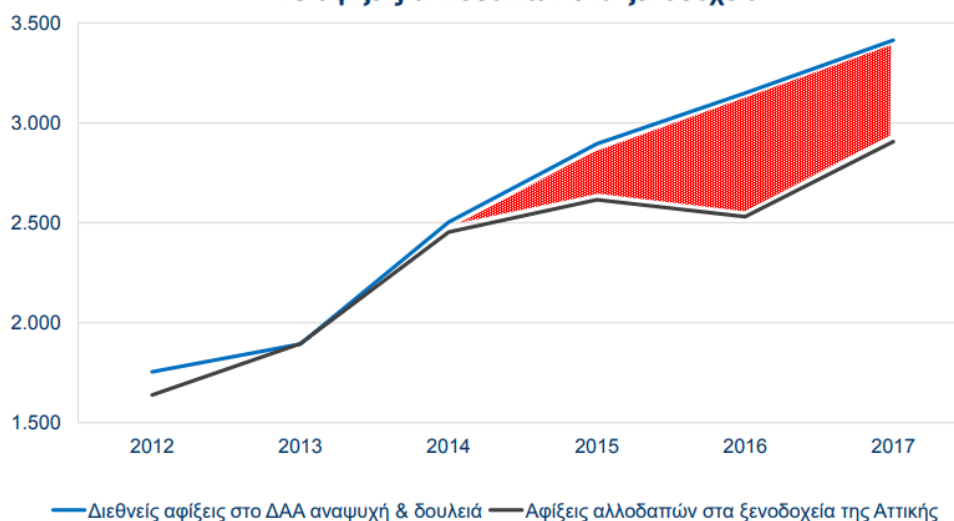
**Διάγραμμα 8. «Αφίξεις & διανυκτερεύσεις ανά περιοχή (2017)»**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω η Αθήνα αποτελεί έναν σταθμό για τους ταξιδιώτες και όχι ο κύριος προορισμός τους έτσι προκύπτει και στο διάγραμμα 9 το κενό ανάμεσα στις αφίξεις στον διεθνή αερολιμένα Αθηνών και στις αφίξεις στα ξενοδοχεία στην Αττική. Είναι άξιο να τονιστεί το γεγονός ότι στην καμπύλη των αφίξεων στο ΔΑΑ παρατηρείται μία σταθερή αύξηση μέσα στα χρόνια ενώ η καμπύλη των αφίξεων στα ξενοδοχεία της Αττικής έχει διακυμάνσεις. Παρόλα αυτά θετικό είναι το γεγονός ότι από το 2016 και μετά παρατηρείται μία αύξηση.

**Διάγραμμα 9. «Διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο vs αφίξεις στα ξενοδοχεία»  
Διεθνείς αφίξεις στο ΔΑΑ (αναψυχή & δουλειά)  
vs αφίξεις αλλοδαπών στα ξενοδοχεία**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

## 2.3.4 Προφίλ Τουριστών

### 2.3.4.1 Το δημογραφικό προφίλ των τουριστών City Break στην Ελλάδα

Για να δημιουργηθεί το κοινωνικό – οικονομικό προφίλ των τουριστών χρειάζονται τέσσερις μεταβλητές να ληφθούν υπόψη το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το ετήσιο ατομικό εισόδημα. Η Αττική δέχεται περισσότερο τουρίστες city break καθώς είναι ο κύριος προορισμός αυτής της μορφής τουρισμού σε όλη την Ελλάδα.

Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά φαίνεται ότι όπως και για τον Ευρωπαϊκό τουρισμό πόλεων οι γυναίκες επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού περισσότερο από τους άνδρες με το φαινόμενο αυτό να είναι ιδιαίτερα έντονο στους τουρίστες από την Ιταλία και την Ρωσία. Αντίθετα, περισσότεροι είναι οι άνδρες τουρίστες από την Βρετανία, την Γαλλία και την Γερμανία, ενώ η Τουρκία και η Σερβία εμφανίζει οριακά μεγαλύτερο αριθμό ανδρών. Όσον αφορά την ηλικία, το 80% είναι 25-64 ετών με ιδιαίτερα μεγάλο το ποσοστό της ηλικιακής ομάδας 35-44 ετών. Συγκριτικά με τους Ευρωπαίους τουρίστες city break συνολικά, παρατηρείται ότι είναι πολύ λιγότεροι οι επισκέπτες city break στην Ελλάδα από τις πολύ νέες ηλικίες (15-24), 8% έναντι 15%. Σημαντική διαφοροποίηση είναι εμφανείς στο συγκριτικά αυξημένο ποσοστό εισερχομένων τουριστών στην Ελλάδα στις ηλικίες 65-74 (10% έναντι 6%). Παρατηρείται επίσης, ότι από την Γαλλία, την Βρετανία και την Γερμανία προσελκύονται τουρίστες city break μάλλον μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ από την Ιταλία, την Σερβία και την Τουρκία μάλλον μικρότερης.

**Πίνακας 2. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Ηλικιακή Διάρθρωση»**

Ηλικιακή Διάρθρωση	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από:							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
15-24 χρονών	15%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	5%
25-34 χρονών	23%	18%	8%	57%	0%	15%	0%	31%	33%
35-44 χρονών	21%	26%	5%	18%	28%	36%	38%	23%	41%
45-54 χρονών	17%	19%	46%	25%	12%	11%	42%	8%	0%
55-64 χρονών	15%	17%	6%	0%	36%	38%	7%	18%	0%
65-74 χρονών	6%	10%	35%	0%	3%	0%	13%	3%	21%
75>	1%	2%	0%	0%	21%	0%	0%	0%	0%
M.O.	41,3	45,2	56,2	35,3	55,7	47,9	50,5	34,5	41,2

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

Οι τουρίστες που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές «City Break» είναι σε ποσοστό 55% ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος και 23% μέσου - ανώτερου, δηλαδή το 78% του εισερχόμενου τουρισμού city break στην Ελλάδα έχει εισόδημα μεγαλύτερο του μέσου όρου της χώρας από την οποία προέρχεται. Επίσης, προσελκύονται κατά

κύριο λόγο επισκέπτες city break με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (72% έναντι 61% του Ευρωπαϊκού μέσου όρου). Ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά επισκεπτών city break με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης εμφανίζουν οι αγορές της Βρετανίας, της Σερβίας, της Τουρκίας και της Ιταλίας.

**Πίνακας 3. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Οικογενειακό εισόδημα, Επίπεδο εκπαίδευσης»**

Οικογενειακό Εισόδημα	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από: Ηνωμένο							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Βασιλείο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
Κατώτερο	6%	4%	0%	0%	0%	0%	8%	9%	0%
Μέσο - Κατώτερο	16%	18%	0%	45%	16%	30%	0%	8%	0%
Μέσο - Ανώτερο	25%	23%	49%	31%	37%	30%	0%	26%	18%
Ανώτερο	53%	55%	51%	24%	47%	40%	92%	57%	82%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από: Ηνωμένο							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Βασιλείο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
Κατώτερο	7%	10%	2%	0%	0%	0%	5%	0%	0%
Μεσαίο	32%	18%	33%	11%	0%	25%	42%	5%	5%
Ανώτερο	61%	72%	65%	89%	100%	75%	53%	95%	95%

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

Η μέση διάρκεια διανυκτέρευσης στην Ελλάδα για διακοπές «City Break» είναι σημαντικά μεγαλύτερη από την αντίστοιχη Ευρωπαϊκή. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι το κύριο κίνητρο και συνεπώς οι διακοπές city break μπορεί να συνδυάζονται με διακοπές Ήλιος & Θάλασσα ή κάποιας άλλης μορφής ταξίδι π.χ. επαγγελματικό. Οι σημαντικότερες διαφορές παρατηρούνται στις πολύ μικρής διάρκειας διακοπές 1-3 νύχτες, με 41% Ευρωπαϊκό μέσο όρο έναντι 19% των εισερχόμενων στην Ελλάδα. Στις διακοπές άνω των 8 νυχτών όπου τα ποσοστά είναι υψηλότερα για τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα (41% έναντι 17%) όπως και στην Ευρώπη η μεγαλύτερη συχνότητα (40%) παρατηρείται στα ταξίδια διάρκειας 4 – 7 νύχτες.

**Πίνακας 4. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Διανυκτερεύσεις»**

Διανυκτερεύσεις	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από: Ηνωμένο							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Βασιλείο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
1-3 Νύχτες	41%	19%	8%	28%	21%	0%	0%	11%	78%
4-7 Νύχτες	42%	40%	48%	29%	68%	70%	42%	32%	15%
8-11 Νύχτες	8%	22%	33%	43%	0%	18%	33%	44%	2%
12-15 Νύχτες	5%	9%	0%	0%	11%	12%	25%	13%	5%
16-22 Νύχτες	2%	2%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
23+ Νύχτες	2%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
M.O. Διανυκτερεύσεων	5,7	8,7	7	8,2	5,7	7,8	8,1	7,8	3,7

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015



Στη συνέχεια, η Αθήνα εμφανίζεται να είναι ο κύριος πόλος έλξης City Breakers στην Ελλάδα με το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεψιμότητας (65%). Οι κάτοικοι της Βρετανίας εμφανίζουν το μεγαλύτερο ποσοστό (86%) και οι κάτοικοι της Γερμανίας το χαμηλότερο (42%) επισκεψιμότητας. Ακολουθεί η Βόρεια Ελλάδα/Χαλκιδική με 11%, με τους επισκέπτες από την Γερμανία στην 1η θέση με 40% ενώ στην χαμηλότερη θέση βρίσκονται οι επισκέπτες από την Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο που εμφανίζουν μηδενικά ποσοστά. Οι υπόλοιποι προορισμοί εμφανίζουν χαμηλά ποσοστά κάτω από το 10%.

**Πίνακας 5. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Περιοχή Προορισμού»**

Περιοχή Προορισμού	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από:							
	Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
Αθήνα	65%	81%	58%	86%	63%	42%	51%	55%
Βόρεια Ελλάδα, Χαλκιδική	11%	0%	0%	0%	19%	40%	27%	21%
Υπόλοιπη Ελλάδα	7%	0%	0%	11%	13%	0%	0%	0%
Κρήτη	6%	19%	0%	0%	5%	0%	0%	0%
Πελοπόννησος	5%	0%	42%	0%	0%	0%	7%	2%
Άλλα νησιά του Αιγαίου	3%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%
Κέρκυρα	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%
Ρόδος	1%	0%	0%	3%	0%	13%	15%	8%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

Η πλειοψηφία (82% έναντι 87% του Ευρωπαϊκού μέσου όρου) των τουριστών city break στην Ελλάδα επιλέγει ως κύρια πηγή ενημέρωσης για τις διακοπές του το διαδίκτυο. Μάλιστα στη Βρετανία και την Γερμανία το ποσοστό ανέρχεται σε 100% και στην Ρωσία στο 94%. Ακολουθεί το ταξιδιωτικό γραφείο με 43%. Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο φαίνεται να παίζει το ταξιδιωτικό γραφείο στην Ρωσία, την Ιταλία, την Σερβία και την Τουρκία. Επιπλέον, στην Ιταλία σημαντικό φαίνεται να είναι για τους τουρίστες το αντίστοιχο γραφείο EOT. Είναι άξιο να τονιστεί ότι σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα μικρή σημασία έχουν οι φίλοι / συγγενείς.

## Πίνακας 6. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Μέσο ενημέρωσης»

Μέσο Ενημέρωσης	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από:							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
Internet	87%	82%	76%	84%	100%	94%	100%	52%	65%
Ταξιδιωτικό γραφείο	20%	43%	27%	58%	14%	100%	0%	43%	51%
ταξιδιωτικό οδηγό	16%	18%	36%	8%	23%	9%	42%	0%	2%
Φίλοι/συγγενείς	26%	17%	0%	0%	11%	21%	0%	12%	9%
Εθνικό Γραφείο Τουρισμού	2%	6%	0%	42%	0%	0%	0%	0%	9%
Κατάλογο Tour Operator	5%	5%	6%	0%	11%	9%	5%	0%	26%
Εφημερίδα	1%	4%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	5%
Γραφείο Μετ. Μέσου	3%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
Καμία Ενημέρωση	6%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	3%	0%
Περιοδικά	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
Διαδραστική τηλεόραση	0%	2%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	0%
Λοιπά	2%	1%	0%	0%	0%	12%	0%	6%	0%
Τοπικό/Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	5%
Έκθεση τουρισμού	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Διαφημίσεις	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Τηλεόραση	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ράδιο	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά κράτησης για τους εισερχόμενους τουρίστες το 5% δεν έχει κάνει κάποια κράτηση από πριν ενώ το 95% των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές city break έχουν προχωρήσει σε προκράτηση. Όλες οι εξεταζόμενες αγορές όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα εμφανίζουν ποσοστό 100% στον αριθμό των προκρατήσεων, εκτός της Σερβίας και της Τουρκίας που εμφανίζουν 61% και 75% αντίστοιχα. Επιπροσθέτως, το 74% των τουριστών που επισκέφτηκε την Ελλάδα είχε κάνει online κράτηση. Σύμφωνα με τον πίνακα οι επισκέπτες από τη Γερμανία καταλαμβάνουν την 1η θέση με ποσοστό 100% ενώ υψηλά ποσοστά εμφανίζουν και οι επισκέπτες από την Ρωσία (94%), το Ηνωμένο Βασίλειο (89%), την Ιταλία (84%) και την Γαλλία (76%). Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το χαμηλό ποσοστό online κράτησης που καταγράφεται στις αγορές της Σερβίας και της Τουρκίας. Αξίζει, επιπλέον να τονιστεί ότι το 34% των επισκεπτών διαλέγουν το ταξιδιωτικό γραφείο για την κράτηση των διακοπών τους έναντι 14% πανευρωπαϊκά. Το υψηλό αυτό ποσοστό για την Ελλάδα οφείλεται κατά κύριο λόγο στην Ρωσική, Τουρκική και Σερβική αγορά και σε μικρότερο βαθμό στην Γαλλική. Άξιο να τονιστεί είναι το υψηλό ποσοστό τουριστών που έκανε τις προκρατήσεις του μέσω της αεροπορικής κράτησης στην Βρετανία (49%) και στην Γαλλία (33%). Επιπλέον, το 68% των ταξιδιωτών που επισκέπτονται την Ελλάδα για διακοπές city break έκανε κράτηση διαμονής και μεταφοράς εκ των οποίων το 45% έκανε κράτηση διαμονής – μεταφοράς σε ενιαίο πακέτο.

**Πίνακας 7. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Χαρακτηριστικά κράτησης»**

Χαρακτηριστικά Κράτησης	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από:							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
Προκρατήσεις	89%	95%	100%	100%	100%	100%	100%	61%	75%
Internet	77%	74%	76%	84%	89%	94%	100%	32%	39%
Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	14%	34%	27%	16%	14%	91%	0%	39%	47%
Γραφείο Μετ. Μέσου	15%	15%	33%	0%	49%	0%	18%	0%	2%
Ξενοδοχείο ή άλλο	15%	8%	33%	0%	21%	0%	5%	0%	5%
Μη προκρατήση	11%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	39%	25%
Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου	4%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
Μέσω Λέσχης/Εφημερίδας/Εκκλησίας/Σχολείου	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Super market ή άλλο μαγαζί	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Λοιπά	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Μέσω τουριστικού καναλιού	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

Ακολουθώς, σημαντικό ρόλο παίζει και ο προγραμματισμός κράτησης του ταξιδιού. Το 47% των τουριστών city break στην Ελλάδα κάνουν την κράτηση τους έως και ένα μήνα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, όταν το αντίστοιχο του συνολικού εξερχόμενου τουρισμού city break της Ευρώπης είναι 58%. Στη συνέχεια, το 22% και το 30% των τουριστών κάνουν την κράτηση τους 2-3 και 4-6 μήνες αντίστοιχα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους έναντι 29% και 11% στην Ευρώπη. Το ποσοστό των τουριστών city break που κάνουν κράτηση από 7 μήνες και πάνω πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού είναι αμελητέο τόσο για την Ελλάδα όσο και για την Ευρώπη συνολικά.

**Πίνακας 8. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Προγραμματισμός κράτησης»**

Προγραμματισμός Κράτησης	Σύνολο CB Ευρώπη	Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από:							
		Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
έως και 1 μήνα	58%	47%	64%	71%	40%	31%	46%	54%	57%
2-3 μήνες	29%	22%	0%	2%	0%	15%	7%	17%	38%
4-6 μήνες	11%	30%	36%	27%	60%	54%	42%	29%	5%
7-12 μήνες	2%	1%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%
> 1 χρόνο	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται οι δραστηριότητες των τουριστών city break. Η επίσκεψη σε αξιοθέατα, η χαλάρωση και η απόλαυση του φαγητού και του ποτού αποτελούν σημαντικό κομμάτι των διακοπών των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Σημαντικό μέρος των τουριστών αυτών απολαμβάνει τις επισκέψεις σε μουσεία, εκθέσεις και ψώνια. Αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις παρατηρούνται στην Ιταλική αγορά όπου το σύνολό της έρχεται στην Ελλάδα για να

επισκεφθεί αξιοθέατα και μουσεία. Πολύ υψηλά είναι τα αντίστοιχα ποσοστά και από τη Ρωσική αγορά, η οποία δείχνει και πολύ έντονο ενδιαφέρον για τη γαστρονομία. Ακολούθως, η Βρετανική αγορά στο σύνολό της αποζητά την χαλάρωση. Πολύ υψηλό είναι και το αντίστοιχο ποσοστό από την Τουρκική και την Γερμανική αγορά. Σύμφωνα με τον πίνακα το πιο έντονο ενδιαφέρον για ψώνια έχουν η Γερμανική, η Γαλλική και η Ιταλική αγορά.

**Πίνακας 9. «Εισερχόμενος τουρισμός City Break – Δραστηριότητες»**

Εισερχόμενος τουρισμός City Break στην Ελλάδα, από:

Δραστηριότητες	Ηνωμένο							
	Σύνολο	Γαλλία	Ιταλία	Βασιλείο	Ρωσία	Γερμανία	Σερβία	Τουρκία
Επίσκεψη σε αξιοθέατα	70%	95%	100%	84%	100%	25%	71%	72%
Χαλάρωση, απόλαυση της ατμόσφαιρας	66%	77%	72%	100%	43%	82%	59%	86%
Απόλαυση φαγητού και ποτού	52%	60%	53%	43%	88%	75%	61%	56%
Επίσκεψη σε μουσεία, εκθέσεις	48%	74%	100%	39%	85%	0%	36%	30%
Ψώνια	40%	63%	61%	27%	22%	75%	33%	23%
Επίσκεψη σε πάρκα	20%	11%	42%	23%	12%	42%	11%	8%
Επίσκεψη σε θέατρα, κονσέρτα	10%	0%	7%	23%	0%	42%	5%	8%
Νυχτερινή ζωή, clubbing	10%	0%	2%	27%	9%	0%	9%	13%
Επισκέψεις σε φίλους/συγγενείς	7%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	10%
Επίσκεψη σε αθλητικά δρώμενα	3%	0%	0%	12%	0%	0%	0%	2%
Επίσκεψη σε φεστιβάλ	3%	0%	0%	16%	0%	0%	0%	9%
Λοιπά	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: Σετε, «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015

### 2.3.4.2 Το προφίλ τουριστών της Αττικής

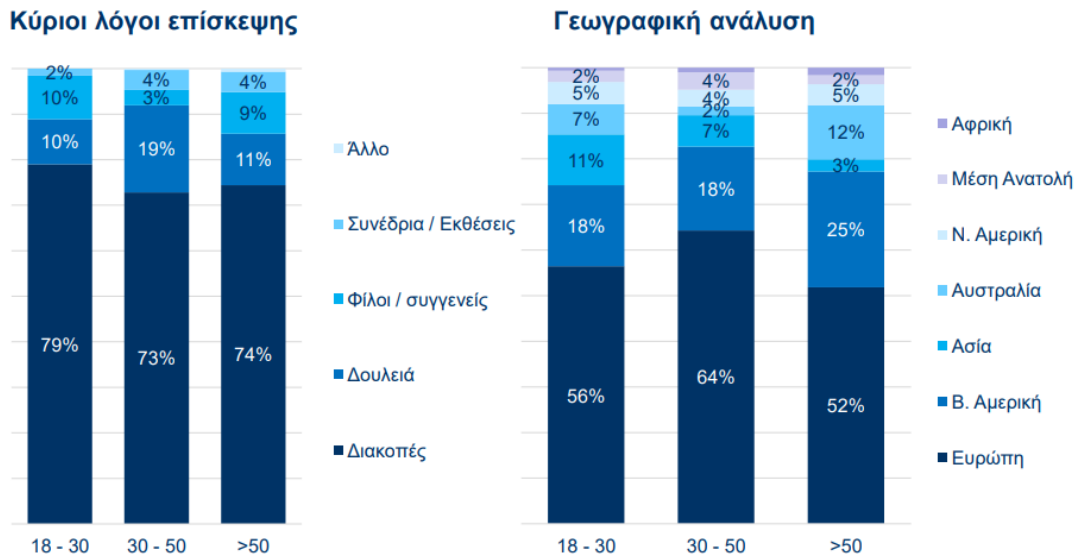
Πιο πάνω αναλύθηκε και παρουσιάστηκε το προφίλ τουριστών city break όσον αφορά την Ελλάδα και την Ευρώπη. Παρακάτω θα αναλυθεί το προφίλ τουριστών που επισκέπτονται την Αττική για τις διακοπές τους.

Σύμφωνα λοιπόν με το παρακάτω διάγραμμα οι κύριοι λόγοι επίσκεψης στην Αθήνα είναι για διακοπές για όλες τις ηλικιακές ομάδες και όπως φαίνεται περισσότερο για τις νεότερες ηλικίες (18-30, 30-50, >50). Στη συνέχεια ακολουθεί η δουλειά ως ένας λόγος επίσκεψης στην Αθήνα με το μεγαλύτερο ποσοστό να το κατέχει η ηλικιακή ομάδα 30 – 50. Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά οι επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς και τα συνέδρια και οι εκθέσεις.

Επιπροσθέτως οι χώρες που επιλέγουν να επισκεφτούν την Αττική είναι κατά κύριο λόγο και με μεγάλο ποσοστό τουρίστες από την Ευρώπη και ακολουθούν η βόρεια Αμερική με το μεγαλύτερο ποσοστό επίσκεψης να πραγματοποιείται από τουρίστες 50 χρόνων και άνω, η Ασία που επίσης προσελκύονται τουρίστες μεγάλης ηλικίας, ακολουθεί η Αυστραλία, η Νότια Αμερική όπου οι τουρίστες που επιλέγουν να

επισκεφτούν την Αθήνα είναι της ηλικιακής ομάδας 18-30, ακολουθεί η Μέση Ανατολή και τέλος η Αφρική.

**Διάγραμμα 10. «Κύριοι λόγοι επίσκεψης & γεωγραφική ανάλυση»**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Το διάγραμμα 11 παρουσιάζει τους λόγους, οι οποίοι προσελκύουν τους τουρίστες στην Αττική. Κατά κύριο λόγο οι τουρίστες έρχονται στην Αθήνα για να επισκεφτούν τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία της. Η Αθήνα αποτελεί μία πρωτεύουσα με μεγάλο αρχαιολογικό, ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον και είναι λοιπόν ένας από τους πιο σημαντικούς λόγους επίσκεψης της για όλες τις ηλικίες. Ακολουθεί η γαστρονομία ως ένας σημαντικός παράγοντας με μεγαλύτερο ρόλο να παίζει στις ηλικίες 18-30 με ποσοστό 34%. Άλλος ένας σημαντικός λόγος είναι ότι πρόκειται για ένα εμπορικό κέντρο με μεγάλη νυχτερινή ζωή και πολύ διασκέδαση, για αυτό είναι και πιο δημοφιλής στις ηλικίες 18-30 με ποσοστό 27%. Με χαμηλότερο ποσοστό ακολουθούν να έχουν επιλέξει την Αθήνα λόγω δελεαστικού πακέτου όπως επίσης και για επίσκεψη ή συμμετοχή σε μία εκδήλωση και τέλος για ιατρικούς λόγους.

**Διάγραμμα 11. «Λόγοι επιλογής της Αττικής»**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Ένας σημαντικός παράγοντας είναι και το μέσο από το οποίο έχουν μάθει για την Αθήνα. Το μεγαλύτερο ποσοστό στις ηλικίες πάνω από 50 έχει ήδη επισκεφτεί την Αθήνα και είχε θετικές εμπειρίες και για αυτό το λόγο την ξανά επισκέφτηκε. Το ίδιο ακριβώς έχει συμβεί και για τις ηλικίες 30-50. Ενώ η ηλικιακή ομάδα 18-30 έχει επιλέξει την Αθήνα ως προορισμό αφού την αναζήτησε στο διαδίκτυο. Άλλα κανάλια διανομής της Αθήνας είναι η πρόταση από συγγενείς ή φίλους, από ταξιδιωτικό γραφείο μέσω κάποιας προσφοράς, από διαφήμιση σε κάποιο από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τέλος με οποιοδήποτε άλλο τρόπο διαφήμισης.

**Διάγραμμα 12. «Τι επηρέασε την επιλογή για την Αθήνα»**

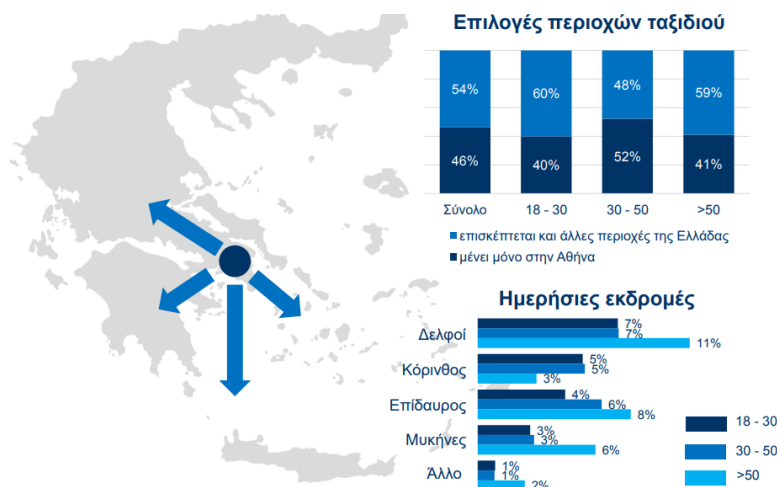


Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Όπως έχει αναφερθεί παραπάνω η Αθήνα αποτελεί έναν σταθμό για τους περισσότερους τουρίστες καθώς μετά την επίσκεψη τους συνήθως συνεχίζουν τις διακοπές τους σε κάποιο άλλο μέρος της Ελλάδας και πιο σύνηθες είναι να μεταβαίνουν σε κάποιο από τα νησιά της χώρας. Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα μόνο οι ηλικίες 30 - 50 αποφασίζουν να περάσουν όλο το χρόνο του ταξιδιού τους μόνο στην Αθήνα, οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες επιλέγουν να επισκεφτούν και κάποιο άλλο μέρος.

Στη συνέχεια, όσον αφορά τις ημερήσιες εκδρομές, ο πιο δημοφιλής προορισμός είναι οι Δελφοί και ακολουθούν η Κόρινθος, η Επίδαυρος και οι Μυκήνες. Πρόκειται για περιοχές οι οποίες έχουν πολύ σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον και για αυτό το λόγο τις επιλέγουν οι τουρίστες.

### Διάγραμμα 13. «Δομή ταξιδιού»



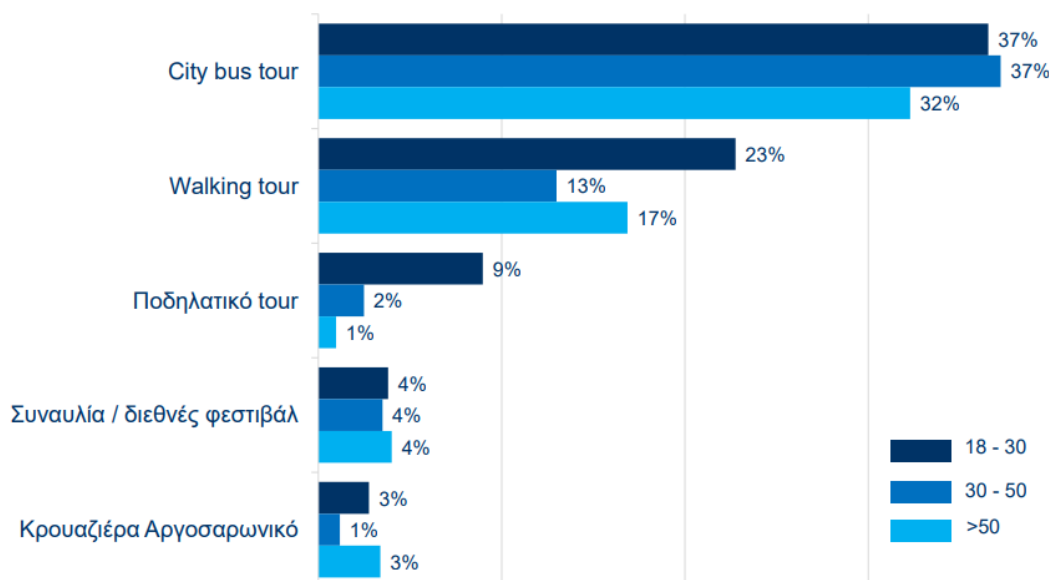
Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Στη συνέχεια, πέρα από τις ημερήσιες διακοπές οι τουρίστες επιλέγουν να κάνουν ξεναγήσεις στην πόλη έτσι ώστε να μπορούν να την γνωρίσουν όσο καλύτερα γίνεται. Είναι γνωστό πλέον ότι οι περισσότεροι τουρίστες παγκοσμίως επιλέγουν στα ταξίδια τους μία εμπειρία μοναδική που θα τους μείνει αξέχαστη σε όλη τους τη ζωή. Για αυτό το λόγο επιλέγουν να περνάνε τις διακοπές τους γνωρίζοντας τον τόπο τον οποίο έχουν επισκεφθεί με μία τοπική ματιά, αυτό σημαίνει ότι θέλουν να γνωρίζουν τον τόπο και να το ζουν όπως και οι κάτοικοι του.

Στο διάγραμμα 14 φαίνονται οι προτιμήσεις των τουριστών που επισκέφτηκαν την Αθήνα για το 2018. Την πρώτη θέση κατέχουν οι ξεναγήσεις με τα τουριστικά λεωφορεία τα οποία κάνουν τον γύρο της Αθήνας και επισκέπτονται όλους τους αρχαιολογικούς και τους πιο δημοφιλείς προορισμούς της πόλης. Την δεύτερη θέση κατέχουν οι περιηγήσεις στην πόλη με τα πόδια. Με αυτό τον τρόπο οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να γνωρίσουν κάθε γωνιά της Αθήνας. Επιπλέον, ακολουθούν οι γύροι με ποδήλατα, οι συναυλίες και τα φεστιβάλ και τέλος οι κρουαζιέρες στον Αργοσαρωνικό.



**Διάγραμμα 14. «Ξεναγήσεις»  
Οργανωμένα tours**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Στο διάγραμμα 15 παρουσιάζονται τα ποσοστά επίσκεψης από αλλοδαπούς τουρίστες στα νησιά του Αργοσαρωνικού. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό των τουριστών που επισκέπτονται την Αθήνα δεν γνωρίζουν καθόλου τα νησιά αυτά. Σε μικρότερα ποσοστά ακολουθούν αυτοί που γνωρίζουν τα νησιά αυτά αλλά δεν θέλουν να τα επισκεφτούν. Και τέλος σε ένα πολύ μικρό ποσοστό είναι οι τουρίστες οι οποίοι έχουν επισκεφτεί τα νησιά αυτά. Το πρώτο στις προτιμήσεις είναι η Αίγινα και ακολουθούν η Ύδρα, η Σπέτσες, το Αγκίστρι, η Σαλαμίνα και τέλος τα Κύθηρα και τα Αντικύθηρα.

**Διάγραμμα 15. «Νησιά Αργοσαρωνικού - Συνδυασμός επίσκεψης Αθήνας και νησιών του Αργοσαρωνικού»**



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Όπως παρουσιάζονται παρακάτω το 80% των τουριστών που επισκέφθηκαν κάποιο από τα νησιά του Αργοσαρωνικού το έκαναν για πρώτη φορά και η μέση διάρκεια διαμονής είναι στις 3 νύχτες. Επιπλέον, οι κύριοι λόγοι επίσκεψης των νησιών αυτών είναι κυρίως επειδή πρόκειται για κοντινούς προορισμούς στην Αθήνα και είναι πολύ εύκολη η πρόσβαση στα νησιά αυτά. Ακολουθούν οι αρχαιολογικοί χώροι και το πολιτιστικό ενδιαφέρον, λίγοι είναι αυτοί που έχουν επισκεφθεί τα νησιά αυτά λόγω οικονομικού πακέτου και ακόμα λιγότεροι αυτοί που επισκέφθηκαν λόγω κάποιας εκπαίδευσης.



Πηγή: GBR Consulting, 14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική, 2018

Τέλος, οι τουρίστες που επιλέγουν να επισκεφθούν την Αθήνα και γενικότερα την Αττική προέρχονται κυρίως από τις πόλεις της Ευρώπης και ενδιαφέρονται κυρίως για τα αρχαιολογικά μνημεία της Αττικής και την πολιτιστική ιστορία της. Το κύριο κανάλι διανομής της Αττικής είναι το διαδίκτυο καθώς οι περισσότεροι τουρίστες από εκεί ενημερώνονται για να κλείσουν τις διακοπές τους. Επιπλέον, τους ενδιαφέρουν αρκετά οι εκδρομές σε αρχαιολογικά μνημεία και οι βόλτες με τα τουριστικά λεωφορεία στην Αθήνα. Όσον αφορά τα νησιά της Αττικής, δεν είναι ιδιαίτερα γνωστά στους αλλοδαπούς τουρίστες και για αυτό το λόγο δεν τα επισκέπτονται πολλοί. Η Αθήνα αποτελεί έναν αρκετά δημοφιλή προορισμό παγκοσμίως.

### **3. Ψηφιακό Μάρκετινγκ στον ξενοδοχειακό κλάδο**

#### **3.1 Η εξέλιξη των εφαρμογών των κινητών τηλεφώνων**

Στη δεκαετία του 1970 οι εφαρμογές ηλεκτρονικών υπολογιστών ξεκίνησαν ως αυτόνομες εφαρμογές που βρίσκονταν σε έναν μόνο υπολογιστή που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί μόνο εκτός σύνδεσης και απαιτούσε βασική εμπειρία χρήστη. (Abolfazli, Sanaei, Gani, Xia, & Yang, 2013) Καθ' όλη τη διάρκεια των ετών, οι εφαρμογές έχουν εξελιχθεί λόγω των βελτιώσεων της τεχνολογίας και των αναγκών των χρηστών. Η πρώτη περίπτωση αυτού που γνωρίζουμε ως εφαρμογή είναι μια εφαρμογή web, η οποία είναι εξαρτώμενη από το πρόγραμμα περιήγησης που μπορεί να τρέξει το διαδίκτυο ή το intranet. Οι εφαρμογές Web έχουν εξελιχθεί σε Rich Internet Applications και Rich Mobile Applications, όπου και οι δύο είναι μια βελτίωση της εφαρμογής Web, καθώς προσφέρουν μία πλούσια εμπειρία στον χρήστη. Οι εφαρμογές Rich Mobile συνδυάζουν τις λειτουργίες της εφαρμογής Web, η οποία είναι αισθητικά ευχάριστη, διαδραστική και προσφέρει εύκολη πλοήγηση, με τα χαρακτηριστικά της Rich Internet Application που περιλαμβάνουν φορητότητα, πανταχού παρούσα πρόσβαση δεδομένων, λειτουργικότητα σε απευθείας σύνδεση και εκτός σύνδεσης, πλούσια αλληλεπίδραση και καθαρή ανταπόκριση. Τα μοναδικά χαρακτηριστικά και οι μοναδικές ικανότητες των smartphone έχουν αξιοποιηθεί ώστε να εξελίσσονται από Rich Applications στο Rich Mobile Applications που χρησιμοποιούν τα χαρακτηριστικά της κινητής τεχνολογίας: κινητικότητα, ανάλυση περιεχομένου, context sensing, πολυμέσα και υπηρεσίες βασισμένες σε τοποθεσίες για τη βελτίωση της εμπειρίας του καταναλωτή. (Kim, 2011)

Η εξέλιξη των εφαρμογών από επιτραπέζιο υπολογιστή σε κινητές συσκευές δημιούργησε μία ανάγκη για Rich Mobile Applications οι οποίες είναι σε απευθείας σύνδεση κινητές εφαρμογές που χαρακτηρίζονται από εκτεταμένη λειτουργικότητα, ένα συναρπαστικό περιβάλλον εργασίας χρήστη, υψηλή διαδραστικότητα, γρήγορη ανταπόκριση, φορητότητα κώδικα (δυνατότητα μεταφοράς κωδικού εφαρμογής σε διαφορετικές πλατφόρμες / συσκευές με δευτερεύουσες ή καθόλου τροποποιήσεις) και σύγχρονη επικοινωνία (Abolfazli et al., 2013). Οι συγγραφείς παρέχουν έναν τεχνικό ορισμό των εφαρμογών Rich Mobile: Οι Rich Mobile Applications είναι ενεργειακά αποδοτικές, πολυεπίπεδες και σε απευθείας σύνδεση κινητές εφαρμογές οι οποίες προέρχονται από τη σύγκλιση του cloud computing του κινητού, του μελλοντικού ιστού και των επικείμενων τεχνολογιών επικοινωνίας που επιδιώκουν να

προσφέρουν πλούσια εμπειρία χρηστών μέσω υψηλής τεχνολογίας, τη λειτουργικότητα, την εμπιστευτική αλληλεπίδραση και την απόλυτη ανταπόκριση σε ένα αξιόπιστο ασύρματο διαδικτυακό περιβάλλον, ενώ παράλληλα επιτρέπει την ευαισθητοποίηση στην ανάλυση περιεχομένου, τη δυνατότητα χρήσης εκτός σύνδεσης, τη φορητότητα και τα δεδομένα. (Abolfazli et al., 2013, σ. 5)

### **3.2 Επαγγελματική χρήση εφαρμογών για κινητά**

Οι εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα έχουν αναδειχθεί σε ένα σημαντικό κανάλι διανομής οι οποίες εξυπηρετούν στην αύξηση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας μιας επιχείρησης. (Picoto et al., 2014) Οι εφαρμογές για κινητά έχουν εφαρμοστεί από διάφορες βιομηχανίες όπως η εκπαίδευση (Huang, Lin, & Chuang, 2007), η κυβέρνηση (Venkatesh, Thong, Chan, Hu, & Brown, 2011), οι τραπεζικές εργασίες (Shaikh & Karjaluo, 2016, Susanto, Chang, & Ha, 2016), ο τομέας της φιλοξενίας και οι τουριστικοί οργανισμοί (Gibbs et al., 2016; Lin & Filieri, 2015; Rivera, Croes, & Zhong, 2016) με επίκεντρο τη βελτίωση της πρόσβασης στην πληροφόρηση και ως εκ τούτου την εμπειρία του καταναλωτή.

Η σημασία των εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας τονίζεται από την αυξημένη κατανάλωση σε ταξιδιωτικά προϊόντα. Μέχρι το τέλος του 2017, περίπου το 25% των ταξιδιωτικών κρατήσεων στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη γίνονται μέσω μιας κινητής συσκευής (Phocuswright, 2016). Οι ειδικοί της βιομηχανίας εκτιμούν ότι αυτή η τάση ηλεκτρονικής κράτησης θα συνεχιστεί με αυξανόμενους ρυθμούς, με τους Αμερικανούς να προτιμούν να κάνουν κρατήσεις σε καταλύματα και σε αεροπορικά εισιτήρια μέσω του κινητού τους.

Προβλέπεται ότι μέχρι το 2019, περίπου το 70% των Αμερικανών θα κάνουν απευθείας κρατήσεις μέσω της κινητής τους συσκευής (emarketer, 2015). Οι πωλήσεις ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω κινητού τηλεφώνου θα συνεχίσουν να αυξάνονται, με το smartphone να κυριαρχεί στον κινητό χώρο. Οι εκθέσεις της βιομηχανίας εκτιμούν ότι μέχρι το 2019, το 79% των κρατήσεων που σχετίζονται με τα ταξίδια θα γίνει μέσω ενός smartphone και πάνω από το 59% θα γίνει μέσω ενός tablet (emarketer, 2015).

Ωστόσο, δεδομένης της έντονης τάσης των καταναλωτών να χρησιμοποιούν κινητές συσκευές για τις συναλλαγές τους, οι εμπειρογνώμονες της βιομηχανίας προβλέπουν ότι οι επιχειρήσεις θα αντιμετωπίσουν πολλές προκλήσεις όσον αφορά τις

στρατηγικές τους για κινητά, όταν όλο και περισσότερες επιχειρήσεις έχουν ως στόχο να δημιουργήσουν εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα με τέτοιο ρυθμό ώστε να μπορέσουν να καλύψουν τις αυξανόμενες ανάγκες των καταναλωτών (Hinchcliffe, 2013).

Οι εφαρμογές έχουν καταστεί αναπόσπαστο μέρος των στρατηγικών μάρκετινγκ, επειδή επιτρέπουν στους εμπόρους να προσεγγίσουν και να οικοδομήσουν σχέσεις με τους τρέχοντες και πιθανούς καταναλωτές. (Kim, Lin, & Sung, 2013) Συγκεκριμένα, η εφαρμογή για κινητά έχει κερδίσει μεγάλη αποδοχή από τους εμπόρους, διότι επιτρέπει υψηλότερη εμπλοκή του χρήστη, γεγονός που επιτρέπει την ύπαρξη ιδιαίτερα πειστικών μηνυμάτων που μπορούν να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη κατανάλωση (Calder, Malthouse, & Schaedel, 2009).

Μελέτες έχουν διαπιστώσει ότι η χρήση εφαρμογών έχει θετικό αποτέλεσμα (Bellman, Potter, Treleaven-Hassard, Robinson, και Varan, 2011). Ωστόσο, οι ειδικοί της βιομηχανίας προειδοποιούν ότι πριν δημιουργηθεί μια εφαρμογή για κινητά, οι στόχοι της εφαρμογής και της επιχείρησης πρέπει να οριστούν σωστά.

Οι ερευνητές εξηγούν ότι οι εφαρμογές για κινητά θα πρέπει να εφαρμοστούν με τέτοιο τρόπο ώστε να συμπληρώνουν τους επιθυμητούς επιχειρηματικούς στόχους της επιχείρησης. Οι επιχειρηματικοί στόχοι περιλαμβάνουν την επικοινωνία, τον πελάτη, τη διαχείριση σχέσεων, τις πωλήσεις, την καινοτομία προϊόντων και την έρευνα μάρκετινγκ (Zhao & Balague, 2015). Οι έμποροι πρέπει να κατανοήσουν ότι μια εφαρμογή για κινητά μπορεί να έχει περισσότερους από έναν στόχους και μικρές επιχειρήσεις μπορεί να έχουν περισσότερες από μία εφαρμογές για να στοχεύσουν σε διαφορετικούς επιχειρηματικούς στόχους. Μια εφαρμογή με στόχο την επικοινωνία επικεντρώνεται στις αξίες, τις πληροφορίες και το προϊόν της επικοινωνίας για την ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης και τη δημιουργία συνειδητοποίησης. Ο σκοπός του δεύτερου στόχου είναι η διαχείριση των σχέσεων των πελατών με δυνητικούς και τρέχοντες πελάτες. Ο τρίτος στόχος είναι η αύξηση των πωλήσεων, ο οποίος επικεντρώνεται στη δημιουργία μιας νέας αγοραστικής εμπειρίας για τον πελάτη, η οποία περιλαμβάνει την προσαρμογή προϊόντων και την ευαισθητοποίηση σχετικά με την τοποθεσία μεταξύ άλλων χαρακτηριστικών. Ο τέταρτος επιχειρηματικός στόχος, η καινοτομία των προϊόντων, επιτρέπει στους πελάτες να προσφέρουν νέες ιδέες για τα προϊόντα. Ο τελευταίος επιχειρηματικός στόχος, η

έρευνα μάρκετινγκ, επικεντρώνεται στην έρευνα για προσέλκυση των πελατών με νέους τρόπους. Αυτό επιτρέπει στους εμπόρους να συλλέγουν πολύτιμες πληροφορίες για την καλύτερη κατανόηση των αναγκών των πελατών.

### **3.3 Έρευνα για εφαρμογές κινητών στον τομέα της φιλοξενίας και του τουρισμού**

Η τεχνολογία επικοινωνιών πληροφορικής (ΤΠΕ) είχε σημαντικό αντίκτυπο στη φιλοξενία και την τουριστική βιομηχανία. Η φιλοξενία και η τουριστική βιβλιογραφία δείχνουν ότι η τεχνολογία έχει επηρεάσει τόσο τον προμηθευτή όσο και τον καταναλωτή (Law et al., 2014). Μελέτες από την οπτική των καταναλωτών επικεντρώνονται στον τρόπο με τον οποίο οι ΤΠΕ επηρέασαν τη συμπεριφορά αναζήτησης πληροφοριών, τις αποφάσεις αγοράς, τη συμπεριφορά μετά την αγορά (αφοσίωση στα κοινωνικά δίκτυα και το ηλεκτρονικό word of mouth) και την υιοθέτηση και αποδοχή της τεχνολογίας. Από την οπτική γωνία των προμηθευτών, η έρευνα επικεντρώθηκε στην επίδραση που είχαν οι ΤΠΕ στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και στον τρόπο με τον οποίο μπορούν να συμμετάσχουν στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, στην ηλεκτρονική στρατηγική διαχείριση, στην ηλεκτρονική ασφάλεια και στις υπηρεσίες φιλοξενίας. Μια πτυχή των ΤΠΕ που έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τη βιομηχανία φιλοξενίας είναι οι εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας, καθώς μπορούν να διευκολύνουν τη διαδικασία εξυπηρέτησης των καταναλωτών παρέχοντας πληροφορίες και διευκολύνοντας τις συναλλαγές τους (Wang et al., 2016). Οι εφαρμογές για κινητά που σχετίζονται με το ξενοδοχείο, τον ΟΤΑ ή ιδιόκτητο, έχουν σχεδιαστεί για να είναι μια πιο αποτελεσματική και καινοτόμος online εναλλακτική λύση σε δικτυακούς τόπους σε αντίθεση με τις παλιές ιστοσελίδες των ξενοδοχείων. (Adukaite, Reimann, Marchiori, & Cantoni, 2013; Wang & Xiang, 2012; Wang, Xiang, Law, & Ki, 2016)

Στις αρχές όπου ξεκίνησαν να εφαρμόζονται και να αναπτύσσονται οι εφαρμογές για κινητά, τα ξενοδοχεία άρχισαν να αξιοποιούν τη χρήση της εφαρμογής για να διευκολύνουν την αναζήτηση και την κατανάλωση των αναγκών στέγασης των καταναλωτών (Gibbs et al., 2016). Επιπλέον, με την αυξημένη χρήση των καταναλωτών και την αποδοχή των εφαρμογών για κινητά, οι εφαρμογές γενικά και τα προσφερόμενα χαρακτηριστικά έχουν αλλάξει.

Η εξέλιξη των εφαρμογών των ξενοδοχείων δείχνει μια σταθερή ανάπτυξη σε πιο εξελιγμένα χαρακτηριστικά που βελτιώνουν την εμπειρία του επισκέπτη. Το 2014, η

PhocusWright πραγματοποίησε μια μελέτη που περιγράφει την εξέλιξη των εφαρμογών για κινητά στον κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας. Η έρευνα αυτή έδειξε ότι οι εφαρμογές των κινητών έχουν εξελιχθεί αρκετά από το να προσφέρουν μόνο βασικές πληροφορίες. Πλέον οι εφαρμογές αυτές εξυπηρετούν στην διευκόλυνση των συναλλαγών, στο να προσθέτουν αξία ενημερώνοντας τους καταναλωτές για το περιεχόμενο τους και τέλος να παρέχουν εξατομικευμένη βοήθεια. (Walsh, 2014). Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας, η έκθεση δείχνει ότι οι εφαρμογές έχουν εξελιχθεί σε τέσσερα σημαντικά στάδια:

- 1) βασικές πληροφορίες για το ξενοδοχείο και πρόσβαση σε πιστούς πελάτες,
- 2) κρατήσεις ξενοδοχείων, αναζήτηση βάσει τοποθεσίας, πληροφορίες σχετικά με κοντινές περιοχές / παροχές και δυνατότητα check-in / checkout
- 3) υπηρεσίες δωματίου, προωθητικές ενέργειες / merchandising, τοπικές προσφορές / merchandising, είσοδος στο δωμάτιο μέσω του κινητού και m-πληρωμές
- 4) κοντά στην επικοινωνία πεδίου (Near Field Communication).

Το 2009, η Choice Hotels International εγκαινίασε μια κινητή εφαρμογή για το iPhone που επέτρεψε στους επισκέπτες να κάνουν κρατήσεις δωματίων και να αποκτήσουν πρόσβαση στο πρόγραμμα αφοσίωσης πελατών (Collins, 2010). Η εξέλιξη της κινητής τεχνολογίας έχει οδηγήσει σε πιο προηγμένες εφαρμογές ξενοδοχείων με πρόσθετες λειτουργίες και χαρακτηριστικά. Τα πιο πρόσφατα παραδείγματα καινοτόμων εφαρμογών με επώνυμα ξενοδοχεία περιλαμβάνουν τα Hyatt, Ritz Carlton και Hilton, το Starwood, το οποίο προσφέρει χαρακτηριστικά όπως δυνατότητα να κανονίσει κρατήσεις spa και μεταφορά αεροδρομίου μέσα από την εφαρμογή (Null, n.d.). Ένα παράδειγμα πιο προηγμένης εφαρμογής είναι η εφαρμογή για το Bellagio Las Vegas, το οποίο έχει ενσωματώσει ένα ευρύ φάσμα λειτουργιών που περιλαμβάνουν παραγγελίες φαγητού μέσα από το δωμάτιο καθώς επίσης και κρατήσεις εισιτηρίων (Gibbs et al., 2016). Λόγω της συνεχής εξέλιξης της τεχνολογίας και των εφαρμογών στα κινητά, οι ερευνητές προσπάθησαν να κατανοήσουν καλύτερα τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για τέτοιου είδους εφαρμογές έτσι ώστε να δημιουργήσουν μία που να καλύπτει όλες τις ανάγκες των καταναλωτών. Στη βιομηχανία του τουρισμού, έγιναν αρκετές προσπάθειες για την

κατανόηση των χαρακτηριστικών που χρησιμοποιούνται σήμερα στις ξενοδοχειακές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων.

Η έρευνα για την φιλοξενία σε εφαρμογές για κινητά έχει επικεντρωθεί στις αρχικές πτυχές εφαρμογής και υιοθέτησης, συμπεριλαμβανομένης της ταξινόμησης των εφαρμογών για κινητά, των χαρακτηριστικών που παρέχονται και των παραγόντων που επηρεάζουν την πρόθεση υιοθέτησης και της πρόθεσης χρήσης. (e.g., Adukaite et al., 2014; Chen et al., 2015; Gibbs et al., 2016; Kennedy-Eden & Gretzel, 2012; Morosan & DeFranco, 2016; Rivera, Gregory, & Cobos, 2015; Verma et al., 2012; Wang & Wang, 2010)

Ωστόσο, οι έρευνες για το στάδιο μετά τη θέσπιση μιας εφαρμογής για κινητά είναι σπάνιες, λίγες μόνο μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί επικεντρωμένες στους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση των χρηστών να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τις εφαρμογές για κινητά για υπηρεσίες σχετικές με τη φιλοξενία. Συγκεκριμένα, οι έρευνες έχουν επικεντρωθεί σε εφαρμογές κινητών για κρατήσεις ταξιδιών (Mouakket, 2014; Zhong, Lou, & Zhang, 2015), για συστήματα κρατήσεων ξενοδοχείων μέσω κινητών (Ozturk, Nusair, Okumus, & Hua, 2016; Wang & Wang, 2010) και για εφαρμογές αεροπορικών εταιρειών (Lin & Filieri, 2015). Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η εφαρμογή κινητών τηλεφώνων στον ξενοδοχειακό τομέα έχει μελετηθεί ελάχιστα, αφήνοντας έτσι την βιομηχανία με έλλειψη γνώσης και κατανόησης σχετικά με τον τρόπο εφαρμογής του ως μέρος της στρατηγικής του ξενοδοχείου (Kim & Law, 2015), καθώς επίσης και πως ο καταναλωτής χρησιμοποιεί και αλληλεπιδρά με τις εφαρμογές αυτές. (Peng Chen, & Wen, 2014).

### **3.4 Ταξινόμηση εφαρμογών για κινητά στη βιομηχανία φιλοξενίας**

Οι επιστήμονες του τουρισμού έχουν κάνει αρκετές προσπάθειες να κατανοήσουν τις εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας. Οι Kennedy-Eden και Gretzel (2012) ανέπτυξαν μια ταξινόμηση των κινητών εφαρμογών για τον τουρισμό. Συγκεκριμένα, η ταξινόμηση εξέτασε τις υπηρεσίες που παρέχουν οι τουριστικές εφαρμογές για κινητά. Οι συγγραφείς διαπίστωσαν ότι οι εφαρμογές που σχετίζονται με ταξίδια μπορούν να ταξινομηθούν σε επτά τομείς: πλοήγηση, κοινωνικά δίκτυα, M-μάρκετινγκ, ασφάλεια / έκτακτης ανάγκης, συναλλαγές, ψυχαγωγία και πληροφορίες. Στη ξενοδοχειακή βιομηχανία, οι μελετητές προσπάθησαν να κατανοήσουν καλύτερα τις ξενοδοχειακές εφαρμογές για κινητά, ταξινομώντας τις λειτουργίες της εφαρμογής. Οι Verma et al.



(2012) διερεύνησαν τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τις εφαρμογές κινητών τηλεφώνων των ξενοδοχείων και τις ταξινομήσαν ανάλογα με τις προτιμήσεις των καταναλωτών σε: βάση τοποθεσίας (location-based), επικοινωνίας (communication) και τέλος σε πτυχές που βασίζονται στην εξυπηρέτηση (based-service features). Οι λειτουργίες βάσει τοποθεσίας παρέχουν πληροφορίες όπως χάρτες ξενοδοχείων, τοπικά αξιοθέατα και εστιατόρια. Τα χαρακτηριστικά που βασίζονται στην επικοινωνία εστιάζουν σε τηλεφωνητή, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μηνύματα κειμένου και κλήσεις αφύπνισης. Οι λειτουργίες που βασίζονται σε υπηρεσίες επιτρέπουν το check-in / checkout και δυνατότητα να ζητήσουν υπηρεσία καθαριότητας και υπηρεσία δωματίου. Η μελέτη του Adukaite et al. (2014) σχετικά με τα χαρακτηριστικά εφαρμογών που υπάρχουν στις κινητές εφαρμογές ξενοδοχείων της ευρωπαϊκής γερμανόφωνης αγοράς χαρακτήρισε τις λειτουργίες των εφαρμογών σε τρεις ομάδες: εφαρμογή ξενοδοχείου, εφαρμογή προορισμού και εφαρμογή για το ξενοδοχείο / κοινής χρήσης / ψυχαγωγία. Η εφαρμογή για ξενοδοχεία αναφέρεται σε εφαρμογές που έχουν σχεδιαστεί για να παρέχουν πληροφορίες και να βοηθούν με κρατήσεις. Οι εφαρμογές προορισμού έχουν σχεδιαστεί για να παρέχουν εκτεταμένες πληροφορίες σχετικά με το πού βρίσκεται το ξενοδοχείο και επιλογές κρατήσεων. Οι εφαρμογές των ξενοδοχείων που έχουν σκοπό την ψυχαγωγία έχουν σχεδιαστεί για να προσφέρουν εξατομικευμένα χαρακτηριστικά καθώς πρόσβαση σε κοινωνικά μέσα τα οποία ενισχύουν την εμπειρία του καταναλωτή. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας έδειξαν μεγάλη συγκέντρωση σε χαρακτηριστικά που αντιπροσωπεύουν τις δύο κύριες ομάδες τις εφαρμογές των ξενοδοχείων (δηλ. την παροχή πληροφοριών και κρατήσεων ξενοδοχείων) και τις εφαρμογές προορισμού (δηλ. Πληροφορίες κράτησης και προορισμού). Ομοίως, η έρευνα των κοινών χαρακτηριστικών και λειτουργιών των εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας της Chen et al (2015) οδήγησε σε πέντε κατηγορίες: κράτηση / πληροφορίες, πληροφορίες για το ξενοδοχείο, λειτουργίες του ξενοδοχείου, συνδέσεις κοινωνικών μέσων ενημέρωσης και πρόσθετα χαρακτηριστικά, χωρίς λογική σχέση με την εμπειρία του επισκέπτη. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα ξενοδοχεία επικεντρώνονται σε χαρακτηριστικά που υποστηρίζουν την κράτηση και τις πληροφορίες του ξενοδοχείου. Η τελευταία αξιολόγηση για τις εφαρμογές κινητών τηλεφώνων πραγματοποιήθηκε από τους Gibbs et al. (2016), οι οποίοι εξέτασαν τα χαρακτηριστικά εφαρμογών που διαθέτουν από μεγάλες εταιρίες με ξενοδοχεία με έδρα τα Ηνωμένα Έθνη. Η ανασκόπηση των χαρακτηριστικών μιας εφαρμογής ξενοδοχείου αποκάλυψε 11 χαρακτηριστικά τα

οποία είναι: προσωπικές υπηρεσίες θυρωρού, παροχή πληροφοριών (όχι σε πραγματικό χρόνο, π.χ. πληροφορίες για το ξενοδοχείο), παράδοση πληροφοριών (σε πραγματικό χρόνο, π.χ. ειδοποιήσεις), εργαλεία βελτίωσης του τρόπου ζωής, εργαλεία κοινωνικής κατανομής, εξαγορές πιστών πελατών και ειδικών προσφορών, συναλλαγές εξωτερικές, (π.χ. παράδοση τροφίμων, εισιτήρια ειδικών εκδηλώσεων), συναλλαγές εσωτερικές, (π.χ. χάρτες ιδιοκτησίας) και εργαλεία τεχνολογίας συγκεκριμένης ιδιοκτησίας (π.χ. κινητό check-in / checkout). Τα αποτελέσματα της μελέτης δείχνουν ότι οι περισσότερες εφαρμογές ξενοδοχείων έχουν ένα σύνολο βασικών χαρακτηριστικών που διατίθενται για τους επισκέπτες σχετικά με την παροχή πληροφοριών. Επιπλέον, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι λίγες εφαρμογές ξενοδοχείων παρέχουν στους επισκέπτες πρόσβαση σε λειτουργίες που μπορούν να προσαρμόσουν και να βελτιώσουν την εμπειρία τους. Αυτές οι ταξινομήσεις από μελετητές και εμπειρογνώμονες της βιομηχανίας δείχνουν ότι οι εφαρμογές ξενοδοχείων προσφέρουν μια ποικιλία χαρακτηριστικών που εφαρμόζονται διαφορετικά μεταξύ των ξενοδοχείων. Παρόλο που οι λειτουργίες των εφαρμογών για κινητά του ξενοδοχείου εφαρμόζονται διαφορετικά, οι λειτουργίες εστιάζονται στην παροχή πληροφοριών των ξενοδοχείων και κρατήσεων στα ξενοδοχεία (Adukaite et al., 2014; Chen et al., 2015; Gibbs et al., 2016; Verma et al., 2012; Wang, Xiang, Law, & Ki, 2016). Ένα χαρακτηριστικό της κινητής τεχνολογίας που δεν αξιοποιείται στις εφαρμογές για κινητά είναι η εξατομίκευση, που αποδεικνύεται από τη χαμηλή υιοθέτηση χαρακτηριστικών εξατομίκευσης (Gibbs et al., 2016). Αυτή είναι μια σημαντική πτυχή που πρέπει να συμπεριληφθεί σε μια εφαρμογή για κινητά, δεδομένου ότι τα χαρακτηριστικά αυτά επιτρέπουν στους ξενοδόχους να διαφοροποιούν τις εφαρμογές τους από τις online ταξιδιωτικές υπηρεσίες (OTA) όπως η Expedia και η Priceline και άλλοι ανταγωνιστές στην αγορά (Wang et al., 2016). Οι μελετητές εξηγούν ότι η χρήση προηγμένων λειτουργιών όπως το check-in / checkout για κινητά επιτρέπουν στα ξενοδοχεία να χρησιμοποιούν τις εφαρμογές τους ως εργαλείο για να προσελκύσουν τους καταναλωτές να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν την εφαρμογή των ξενοδοχείων αντί για εφαρμογές ανταγωνιστών (OTAs) καθώς επίσης περιλαμβάνουν και άλλα χαρακτηριστικά που βοηθάνε την ενίσχυση της εμπειρίας των καταναλωτών (Gibbs et al., 2016; Wang et al., 2016).

### **3.5 Έρευνα σχετικά με τη χρήση κινητών εφαρμογών στη βιομηχανία φιλοξενίας**

Είναι προφανές ότι η βιομηχανία φιλοξενίας έχει “αγκαλιάσει” το εμπόριο μέσω κινητών τηλεφώνων ως μέρος των στρατηγικών μάρκετινγκ. Προσπαθούν λοιπόν να δημιουργήσουν τεχνολογίες τέτοιες, οι οποίες να μπορούν να υποστηρίξουν τέτοιου είδους στρατηγικές. Kim & Law, 2015; Ozturk et al., 2016; Wang & Wang, 2010; Young Im & Hancer, 2014). Ένα παράδειγμα αυτών των προσπαθειών στον κλάδο της στέγασης είναι οι τεχνολογίες κρατήσεων για κινητά τηλέφωνα και οι εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα. Η έρευνα για το κινητό εμπόριο στον τομέα της φιλοξενίας έχει διερευνήσει την τεχνολογία κράτησης ξενοδοχείων μέσω κινητού τηλεφώνου (MHB) εξετάζοντας τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση χρήσης και τη συνέχιση της χρήσης αυτών των συστημάτων. Το MHB είναι ένα σύστημα διανομής με βάση τη θέση που έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίζει τις κρατήσεις ξενοδοχείων μέσω κινητών συσκευών (π.χ. εφαρμογές για κινητά και ιστότοπους για κινητά) (Wang & Wang, 2010). Οι συγγραφείς εξέτασαν τα οφέλη και τις θυσίες που επηρεάζουν την αντιληπτή αξία του συστήματος και την πρόθεση για υιοθεσία. Τα αποτελέσματα της μελέτης δείχνουν ότι η αντιληπτή αξία επηρεάζει την υιοθέτηση των καταναλωτών. Από την άποψη των οφελών, η αντιληπτή πληροφορία και η επιρροή της ποιότητας του συστήματος επηρεάζουν την αντιληπτή αξία. Από την άλλη πλευρά, η θυσία από την άποψη των τεχνολογικών προσπαθειών και των αμοιβών άσκησε την μεγαλύτερη επιρροή επηρεάζοντας αρνητικά την αντιληπτή αξία και την υιοθέτηση. Ozturk et al. (2016) εξέτασαν το MHB αλλά επίσης κοίταξαν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη συνέχιση της χρήσης. Οι συγγραφείς εξέτασαν την επιρροή των ηδονικών και χρηστικών αξιών στη συνεχιζόμενη χρήση, συγκεκριμένα την επιρροή των κοινωνικών, οργανικών πεποιθήσεων και των προσωπικών διαφορών στις αξίες αυτές. Τα αποτελέσματα της μελέτης δείχνουν ότι τόσο οι ηδονικές όσο και οι χρηστικές αξίες επηρεάζουν την πρόθεση συνέχισης της χρήσης της τεχνολογίας κινητής κράτησης ξενοδοχείων. Επιπλέον, ο αντιληπτός κίνδυνος επηρέασε αρνητικά τόσο την χρηστική όσο και την ηδονική αξία. Η προσωπική καινοτομία διαπιστώθηκε ότι έχει τον μεγαλύτερο αντίκτυπο και στις δύο αξίες.

Παρόλο που η έρευνα σχετικά με τις εφαρμογές για κινητά είναι σχετικά πρόσφατη στη βιομηχανία της φιλοξενίας, υπάρχουν αρκετά ξεχωριστά παραδείγματα έρευνας που δίνουν μια ματιά στο ρόλο που διαδραματίζουν οι κινητές εφαρμογές στις στρατηγικές m-commerce στην φιλοξενία (Kim & Law, 2015). Οι Young Im και

Hancer (2014) εξέτασαν την επίδραση των χρηστικών και ηδονικών κινήτρων, της αυτοδιάθεσης, της ευκολίας χρήσης και της χρησιμότητας στις στάσεις των ταξιδιωτών απέναντι σε μια κινητή εφαρμογή ταξιδιού. Το χρηστικό κίνητρο βρέθηκε να ασκεί τη μέγιστη επιρροή στις συμπεριφορές των χρηστών. Επιπλέον, τα ηδονικά κίνητρα επηρέασαν θετικά τα χρηστικά κίνητρα. Τέλος, διαπιστώθηκε ότι η αυτοδιάθεση έχει άμεση και έμμεση επίδραση στη συμπεριφορά σε σχέση με την αντιληπτή απόλαυση.

Όσον αφορά τη βιομηχανία διαμονής, μελέτες εξέτασαν την πρόθεση υιοθέτησης και την πρόθεση χρήσης. Οι Rivera, Gregory και Cobos (2015) εξέτασαν την πρόθεση των ιδιοκτητών χρονομεριστικής μίσθωσης να υιοθετήσουν μια εφαρμογή για κινητά. Οι συγγραφείς εξέτασαν επίσης την επίδραση της χρησιμότητας, της τεχνολογικής εμπειρίας και της στάσης απέναντι στην εφαρμογή για κινητά σχετικά με την πρόθεση χρήσης μιας εφαρμογής. Οι συγγραφείς διαπίστωσαν ότι η στάση και η αντιληπτή χρησιμότητα ασκούν την μεγαλύτερη επιρροή στην πρόθεση χρήσης, με την πρώτη να έχει το μεγαλύτερο αιτιατό αποτέλεσμα. Επιπλέον, η τεχνολογική εμπειρία επηρέασε θετικά όχι μόνο την πρόθεση, αλλά και τη χρησιμότητα και τη στάση. Τα ευρήματα δείχνουν ότι παρόλο που η βιομηχανία χρονομεριστικής μίσθωσης δεν έχει αποδεχτεί ακόμα εφαρμογές για κινητά, οι ιδιοκτήτες χρονομεριστικής μίσθωσης είναι πιθανό να υιοθετήσουν την εν λόγω τεχνολογία.

Οι Morosan και DeFranco (2016) διερεύνησαν τις πτυχές που επηρεάζουν την πρόθεση των φιλοξενουμένων των ξενοδοχείων να χρησιμοποιούν τις εφαρμογές του ξενοδοχείου για πρόσβαση σε εξατομικευμένες πληροφορίες, λαμβάνοντας υπόψη το παράδοξο της ιδιωτικοποίησης του προσωπικού απορρήτου. Οι συντάκτες πρότειναν ότι οι ανησυχίες σχετικά με την προστασία της ιδιωτικής ζωής (γενικές και σχετικές με την εφαρμογή), η εξατομίκευση, η καινοτομία και η συμμετοχή θα επηρεάσουν την πρόθεση χρήσης μιας εφαρμογής για κινητά. Στη συνέχεια διαπιστώθηκε ότι ο σημαντικότερος προγνωστικός παράγοντας της πρόθεσης χρήσης ήταν η συμμετοχή με εξατομικευμένες υπηρεσίες. Αυτό ακολουθήθηκε από ανησυχίες σχετικά με την προστασία της ιδιωτικής ζωής που σχετίζονται με την εφαρμογή και από την εξατομικευμένη αντίληψη. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η συμμετοχή των χρηστών με την εφαρμογή θα επηρεάσει την απόφασή τους να χρησιμοποιήσουν μια εφαρμογή για κινητά για εξατομικευμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες.

### 3.6 Χρήση έξυπνων συσκευών στις ξενοδοχειακές μονάδες

Ακολουθώντας το παράδειγμα των αεροπορικών εταιρειών, οι οποίες έχουν ενσωματώσει στις υπηρεσίες τους τις έξυπνες συσκευές για την εξυπηρέτηση των πελατών τους, τα ξενοδοχεία έχουν ξεκινήσει κάποια από αυτά να χρησιμοποιούν τις έξυπνες συσκευές (smartphones) ούτως ώστε να εξυπηρετούνται καλύτερα οι πελάτες τους, καθώς επίσης και για να μειώσουν την φυσική αλληλεπίδραση με τους πελάτες. Αυτή η ενέργεια δημιουργεί ένα αίσθημα εμπιστοσύνης με τους πελάτες του ξενοδοχείου πριν ακόμα την άφιξη τους σε αυτό. Με αυτό τον τρόπο τα ξενοδοχεία έχουν πλέον τη δυνατότητα να ανταποκρίνονται ακόμα πιο αποτελεσματικά στις απαιτήσεις των πελατών τους καθώς επίσης και να τους διευκολύνουν με πολλούς τρόπους και σε πολλούς τομείς, όπως είναι για παράδειγμα το να παίρνουν τηλέφωνο για να παραγγείλουν κάτι από το μενού του ξενοδοχείου για φαγητό, ή ακόμα να μην περιμένουν στην ουρά στην ρεσεψιόν για να κάνουν τσεκ-ιν. (McMullen, 2006).

Στη συνέχεια, όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω τα ξενοδοχεία πλέον αναζητούν τρόπους για να διευκολύνουν τους πελάτες τους, ένας από αυτούς τους τρόπους είναι η δυνατότητα του τσεκ – in από το κινητό τηλέφωνο μέσα από την εφαρμογή του ξενοδοχείου. Ένας ακόμα τρόπος είναι το ξεκλείδωμα της πόρτας του δωματίου με την χρήση του κινητού τηλεφώνου. Αυτές οι δυνατότητες εξυπηρετούν και διευκολύνουν ταξιδιώτες οι οποίοι είναι πολυάσχολοι και δεν θέλουν να σπαταλάνε το χρόνο τους σε χρονοβόρες διαδικασίες όπως είναι το τσεκ – in. (Mayerowitz, 2014).

Η πρώτη αλυσίδα ξενοδοχείων που υιοθέτησε στην εφαρμογή της το ξεκλείδωμα της πόρτας του δωματίου είναι η Starwood στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής επιτρέποντας στους πελάτες της να ξεκλειδώνουν τα δωμάτια τους μέσα από το κινητό τους. Ακολούθησαν και άλλες μεγάλες αλυσίδες να ενσωματώνουν αντίστοιχες υπηρεσίες στις εφαρμογές των ξενοδοχείων τους. Η παγκόσμια αλυσίδα Marriott International από το 2013 ξεκίνησε να ενσωματώνει στην εφαρμογή των ξενοδοχείων της τη δυνατότητα check – in, check – out.

Στα τέλη του 2014 εφαρμογές ξεκλειδώματος δωματίων ξενοδοχείων, ξεκίνησαν να χρησιμοποιούνται σε δέκα (10) ξενοδοχεία παγκοσμίως, κάποια από αυτά ήταν το ξενοδοχείο W στο Χονγκ Κονγκ και στη Σιγκαπούρη και το ξενοδοχείο Aloft στο Πεκίνο. Μέχρι το τέλος του 2015, 150 ξενοδοχεία σε όλο τον κόσμο μπορούσαν να

χρησιμοποιούν εφαρμογές ξεκλειδώματος δωματίων ξενοδοχείων με χρήση έξυπνων συσκευών (CCTVAmerica, 2014).

Πιο συγκεκριμένα, το mobile check in είναι ένας τρόπος ο οποίος δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες του ξενοδοχείου να παρακάμψουν τη ρεσεψιόν και να κατευθυνθούν κατευθείαν στο δωμάτιο τους. Στη συνέχεια, οι πελάτες με απλά ένα άγγιγμα στην έξυπνη συσκευή τους στην αντίστοιχη υποδοχή στην κλειδαριά του δωματίου, έχοντας ανοικτό τον κωδικό κλειδιού που λάβανε μέσω μηνύματος μπορούν να εισέλθουν στο δωμάτιο τους άμεσα και με ευκολία. Το πρώτο βήμα είναι η λήψη της εφαρμογής του ξενοδοχείου στη συνέχεια απαιτείται κράτηση μέσα από την ίδια εφαρμογή. Κατά το χρόνο πραγματοποίησης μιας κράτησης όλες οι πληροφορίες που χρειάζονται για την εγγραφή ενός ταξιδιώτη στη ρεσεψιόν ενός ξενοδοχείου, ο χρήστης μπορεί να τα δηλώσει μέσω του κινητού τηλεφώνου του. Επιπλέον, σε περίπτωση δεύτερης επίσκεψης του ταξιδιώτη στο ίδιο ξενοδοχείο, δεν απαιτείται η εκ νέου καταχώρηση των αντίστοιχων πληροφοριών, αλλά χρησιμοποιούνται τα στοιχεία που είχε δηλώσει την τελευταία φορά ο χρήστης. Πλέον τη δυνατότητα αυτή την κατέχουν όλες οι εφαρμογές ξενοδοχείων.

Στη συνέχεια, αυτόματα το σύστημα 24 ώρες πριν ο επισκέπτης φτάσει στο ξενοδοχείο, του αποστέλλει έναν κωδικό Bluetooth στην κινητή συσκευή συνοδευόμενο από μήνυμα με τον αριθμό δωματίου που θα χρησιμοποιήσει για τη διαμονή του στο ξενοδοχείο. Μετά από αυτό ο ταξιδιώτης τη στιγμή που φτάνει στο ξενοδοχείο δεν είναι απαραίτητη η εμφάνιση του στη ρεσεψιόν, μπορεί να πάει κατευθείαν στο δωμάτιο που του έχουν στείλει με μήνυμα. Αρκεί η επίδειξη του κωδικού Bluetooth που του έχει αποσταλεί στην ειδική συσκευή της κλειδαριάς της πόρτας για το άνοιγμα εκείνης. Άλλο ένα θετικό είναι ότι βγαίνοντας ο πελάτης από το ξενοδοχείο δεν είναι υποχρεωμένος να αφήσει κάποιο κλειδί στη ρεσεψιόν και χωρίς να την ενημερώσει. Έχοντας μαζί του το κινητό τηλέφωνο μπορεί ανά πάσα στιγμή να κλειδώσει και να ξεκλειδώσει τη πόρτα του δωματίου του. Πιθανές επιπλέον χρεώσεις που προκύπτουν θα χρεωθούν κατευθείαν στη πιστωτική κάρτα του επισκέπτη και θα λάβει σχετική ενημέρωση στο κινητό του.

## **4. Μεθοδολογία**

### **4.1 Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η ανάλυση και η περιγραφή των ψηφιακών εφαρμογών για τα κινητά τηλέφωνα των ξενοδοχείων της Αττικής. Πιο συγκεκριμένα ερευνάται τι περιλαμβάνουν, σε ποιούς απευθύνονται και σε τι ποσοστό υπάρχουν διαθέσιμες τέτοιες εφαρμογές από τα ξενοδοχεία. Τα υπό μελέτη ξενοδοχεία στην παρούσα έρευνα είναι μόνο αυτά που είναι πέντε αστέρων και τεσσάρων αστέρων στην περιοχή της Αττικής.

### **4.2 Μεθοδολογία εμπειρικής έρευνας**

Η έρευνα που θα ακολουθήσει είναι ποιοτική και ποσοτική, καθώς αναλύει και περιγράφει τις ψηφιακές εφαρμογές των ξενοδοχειακών μονάδων της Αττικής. Η ποιοτική έρευνα θα διεξαχθεί με τη βοήθεια κινητού τηλεφώνου με λογισμικό Android και IOs καθώς επίσης και με τη βοήθεια της GoogleApps και του AppStore.

### **4.3 Ερευνητικό εργαλείο**

Το ερευνητικό εργαλείο στην προκειμένη έρευνα είναι ένα κινητό τηλέφωνο με λογισμικό Android και ένα με λογισμικό iOS. Στη συνέχεια, χρησιμοποιήθηκαν το GoogleApps και το AppStore για την λήψη των ξενοδοχειακών εφαρμογών. Τέλος, χρειάστηκε η σύνδεση στο διαδίκτυο για την λήψη και το άνοιγμα των εφαρμογών.

### **4.4 Δείγμα της έρευνας**

Ο πληθυσμός που επιλέχθηκε για να συμβάλει στη διεξαγωγή της έρευνας είναι 157 ξενοδοχεία της Αττικής από τα οποία τα 118 είναι τεσσάρων αστέρων και τα 39 πέντε αστέρων. Τα ξενοδοχεία αυτά ανακτήθηκαν από το Booking.com. Από αυτά τα ξενοδοχεία αυτά που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα καθώς διέθεταν εφαρμογή για τα κινητά τηλέφωνα είναι 16 ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων και 21 ξενοδοχεία πέντε αστέρων.

### **4.5 Στάδια της έρευνας**

Αρχικά για την συγκεκριμένη έρευνα που αφορά τις ψηφιακές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων των ξενοδοχειακών μονάδων της Αττικής έγινε αναζήτηση στο Booking.com. Η αναζήτηση αυτή ανέδειξε 157 ξενοδοχεία συνολικά. Στη συνέχεια, αναζητήθηκαν οι ιστοσελίδες τους και έπειτα έγινε αναζήτηση των εφαρμογών σε λογισμικά Android και iOS. Όσον αφορά τα ξενοδοχεία στα οποία δεν έδειξε κάτι η αναζήτηση, υπήρξε επικοινωνία με τηλέφωνο ή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για την επιβεβαίωση ότι τα ξενοδοχεία αυτά δεν διαθέτουν εφαρμογή για κινητό τηλέφωνο ή

τάμπλετ. Αφού συγκεντρώθηκαν τα ξενοδοχεία που διαθέτουν εφαρμογή, η διαδικασία συνεχίστηκε κάνοντας λήψη στο κινητό κάθε εφαρμογής ξενοδοχείου ξεχωριστά. Αφού έγινε η καταγραφή του περιεχομένου των εφαρμογών στη συνέχεια με τη βοήθεια του στατιστικού προγράμματος SPSS (Statistical Package for Social Sciences) v.23.0 βγήκαν τα συμπεράσματα και οι προτάσεις.

#### **4.6 Μεθοδολογία της έρευνας**

Για την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό SPSS (Statistical Package for Social Sciences) v.23.0. Στο πλαίσιο της ανάλυσης των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η περιγραφική κι η επαγωγική στατιστική. Αρχικά, χρησιμοποιήθηκε η περιγραφική στατιστική και πιο συγκεκριμένα έγινε χρήση συχνοτήτων και σχετικών συχνοτήτων για τις πληροφορίες των ξενοδοχείων που παρέχονται μέσω των εφαρμογών τους στα κινητά τηλέφωνα. Έτσι, αναλύονται τα περιγραφικά στοιχεία που αφορούν τις πληροφορίες αυτές. Στη συνέχεια της ανάλυσης, διενεργήθηκαν κάποιες συσχετίσεις μέσω του ελέγχου chi-square test μεταξύ της κατηγορίας των ξενοδοχείων, δηλαδή να είναι τεσσάρων ή πέντε αστέρων και της αναφοράς των παροχών των ξενοδοχείων μέσω της εφαρμογής για τα κινητά τηλέφωνα. Αξίζει να σημειωθεί πως ως επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ορίστηκε το  $\alpha=0.05$  (95% επίπεδο εμπιστοσύνης).

Ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach's  $\alpha$  ισούται με 0,814 και δείχνει πως μεταξύ των ερωτήσεων υπάρχει εξαιρετική αξιοπιστία που σημαίνει πως οι ερωτήσεις είναι κατάλληλα δομημένες ώστε να εξετάσουν την αναφορά πολλών παροχών των ξενοδοχείων στις εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα.

#### **4.7 Χρόνος τέλεσης έρευνας**

Η έρευνα ταυτίζεται με το χρόνο διεξαγωγής της παρούσας εργασίας η οποία για να ολοκληρωθεί χρειάστηκε οχτώ μήνες πιο συγκεκριμένα από το Φεβρουάριο μέχρι τον Οκτώβριο του 2019.

#### **4.8 Περιορισμοί της έρευνας**

Κατά τη διάρκεια της έρευνας παρουσιάστηκαν αρκετοί περιορισμοί. Αρχικά ο πρώτος περιορισμός ήταν η εύρεση της εφαρμογής καθώς σχεδόν κανένα ξενοδοχείο στην επίσημη ιστοσελίδα του δεν ανέφερε ότι διαθέτει εφαρμογή. Στη συνέχεια, ο επόμενος περιορισμός ήταν ότι στην τηλεφωνική επικοινωνία με τα ξενοδοχεία οι περισσότεροι υπάλληλοι στην τηλεφωνική γραμμή δεν γνώριζαν αν το ξενοδοχείο



διέθετε εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα. Άλλος ένας περιορισμός ήταν ότι στα εργαλεία έρευνας, στην προκειμένη περίπτωση, λόγω της συνεχής χρήσης έπεφτε η μπαταρία και ήταν απαραίτητη η φόρτιση τους για να συνεχιστεί αποτελεσματικά η έρευνα.

#### **4.9 Πληροφορίες ξενοδοχείων**

Στην παρακάτω έρευνα μελετήθηκαν δεκαέξι ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων και είκοσι ένα πέντε αστέρων τα οποία διαθέτουν εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα. Τα ξενοδοχεία αυτά είναι:

##### **Estia Boutique Apartments**

Τα boutique διαμερίσματα Estia στην Αθήνα πήραν το όνομά τους από τη θεά Εστία, προστάτιδα του σπιτιού και πρεσβυτέρα της οικογενειακής θαλπωρής. Κάθε διαμέρισμά σαν ένα σπίτι που αποτυπώνει μια μεγάλη κληρονομιά και συνδυάζει ιδιαίτερο στυλ και άνεση. Ένα ονειρικό καταφύγιο, σε ένα από τα καλύτερα ξενοδοχεία στο Μεταξουργείο.

##### **ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΕΚΛΕΚΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Αποτίνοντας φόρο τιμής στις ρίζες τους, τα boutique διαμερίσματα Estia στο κέντρο της Αθήνας ταξιδεύουν τους επισκέπτες στους πιο όμορφους προορισμούς στην Ελλάδα. Στην ιστορική συνοικία του Μεταξουργείου, κοντά στην Ακρόπολη και τα πιο σημαντικά σημεία ενδιαφέροντος και αξιοθέατα της Αθήνας, τα εντυπωσιακά boutique διαμερίσματα Estia σίγουρα θα ξεπεράσουν τις προσδοκίες. Το κάθε διαμέρισμα αποπνέει την κουλτούρα και την ατμόσφαιρα ενός μοναδικού προορισμού στην Ελλάδα. Από το παραδοσιακό και πλούσιο ελληνικό πρωινό, στην οργάνωση επαγγελματικών συνεδρίων και εκδρομών, τα διαμερίσματα Estia αποτελούν πύλη για παραδεισένιους τόπους.

##### **New Aegli Resort Hotel Poros**

Το New Aegli Resort Hotel, κατηγορίας \*\*\*\*\*, βρίσκεται στο Ασκέλι, μπροστά από την πιο ωραία και οργανωμένη παραλία του νησιού, μόλις 1,3 χλμ μακριά από το κεντρικό λιμάνι του Πόρου. Το New Aegli Hotel είναι μια σύγχρονη ξενοδοχειακή μονάδα με 80 πλήρως εξοπλισμένα δωμάτια. Στο New Aegli Hotel, ο επισκέπτης

απολαμβάνει την υψηλή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, την καταγάλανη θάλασσα και την μαγευτική θέα.

### **Athens Cypria Hotel**

Το Athens Cypria Hotel είναι ένα φιλόξενο, ήσυχο και άνετο ξενοδοχείο 4 αστέρων, που βρίσκεται στην καρδιά της Αθήνας, σε απόσταση περίπου 150 μέτρων από την Πλατεία Συντάγματος. Αποτελεί μια καλή βάση απ' όπου οι επισκέπτες μπορούν να εξερευνήσουν όλα τα αξιοθέατα της πόλης. Ένα από τα πιο γνωστά μέρη για ψώνια στην Αθήνα, η Οδός Ερμού, βρίσκεται δίπλα από το ξενοδοχείο, ενώ η παλιά πόλη της Πλάκας και η Ακρόπολη απέχει μόνο λίγα λεπτά περπάτημα. Η συνοικία του Ψυρρή, το πιο γνωστό μέρος στην Αθήνα για νυχτερινή διασκέδαση, είναι σε εξίσου κοντινή απόσταση. Το ξενοδοχείο διαθέτει 115 δωμάτια, ειδικά σχεδιασμένα για να εξασφαλίζουν στους επισκέπτες την άνεση και την ξεκούραση που επιθυμούν. Τα περισσότερα δωμάτια διαθέτουν μπαλκόνια, και κάποια από αυτά έχουν θέα προς την Ακρόπολη. Τα δωμάτια διαθέτουν κλιματισμό και θέρμανση, πλήρως εφοδιασμένο μίνι μπαρ, πρόσβαση στο διαδίκτυο σε υψηλές ταχύτητες (δωρεάν), δορυφορική τηλεόραση, δυνατότητα προβολής δορυφορικών τηλεοπτικών καναλιών από την Ρωσία (Channel 1) και την Κίνα (CCTV), χρηματοκιβώτιο με ηλεκτρονική κλειδαριά (δωρεάν), τηλέφωνο απευθείας κλήσεων, ραδιόφωνο και πιστολάκι για τα μαλλιά, που περιλαμβάνονται στις τιμές του δωματίου, καθώς και βραστήρα για καφέ και τσάι.

### **Electra Hotel Athens**

Το Electra Athens, στην καρδιά του εμπορικού κέντρου της πόλης, είναι ένα ιδανικό ξενοδοχείο στην Αθήνα είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για διακοπές. Με κομψούς χώρους, μόλις λίγα μέτρα από την πλατεία Συντάγματος, το Electra Athens διαθέτει δωμάτια και σουίτες που μπορούν να γίνουν η “βάση” για τις διακοπές ή για το επαγγελματικό ταξίδι στην Αθήνα.

Σχεδιασμένο με βάση τις ανάγκες του δραστήριου ταξιδιώτη του 21ου αιώνα και, όπως όλα τα ξενοδοχεία Electra Hotels and Resorts, έχοντας ως φιλοσοφία του τη ζεστή και εγκάρδια ελληνική φιλοξενία, το Electra Athens διαθέτει άνετα δωμάτια, πλούσιες παροχές και νοστιμότητα γεύματα και πρωινό.

Στα πλήρως εξοπλισμένα δωμάτια και τις πολυτελείς σουίτες του ξενοδοχείου, τα άνετα κρεβάτια, η διακριτική διακόσμηση και οι προσεκτικά επιλεγμένες λεπτομέρειες δημιουργούν μια ατμόσφαιρα χαλάρωσης, ενώ στο εστιατόριο πρωινού και στο all day café του ξενοδοχείου υπάρχουν νόστιμα πιάτα που θα συμβάλλουν στην αξέχαστη εμπειρία.

Στην αρχή της οδού Ερμού, της σημαντικότερης εμπορικής αγοράς της Αθήνας, το ξενοδοχείο Electra Athens βρίσκεται σε πολύ κοντινή απόσταση με τα πόδια από την Πλάκα, το Μοναστηράκι και την Ακρόπολη, όπως και από το αριστοκρατικό Κολωνακί, μια συνοικία που προσφέρει τεράστιο εύρος επιλογών για shopping και φαγητό. Το μετρό βρίσκεται μόλις μερικά βήματα δίπλα από το ξενοδοχείο.

### **The Golden Age Hotel of Athens**

Το Golden Age of Athens είναι ένα boutique ξενοδοχείο, βρίσκεται σε μία από τις πιο ασφαλείς και προσβάσιμες περιοχές της Αθήνας. Καθ' όλη τη διάρκεια της 40ετούς ιστορίας, έχει διατηρηθεί ένα πνεύμα ατομικότητας και εξατομικευμένων υπηρεσιών. Με αυτή τη νοοτροπία προχωρήσαν και στην τρέχουσα ανακαίνιση του Golden Age, ορμώμενοι από τη γοητεία της αστικής απλότητας και λιτής κομψότητας. Υπάρχουν διαθέσιμοι πέντε τύποι δωματίων: Urban Chic Rooms - Μονόκλινο, Δίκλινο ή Τρίκλινο -, Superior Rooms - Μονόκλινο ή Δίκλινο -, Junior Suites, Executive Suites, και τέλος η Family Suites.

### **Iisia Hotel**

ο ξενοδοχείο ΙΛΙΣΙΑ διαθέτει 91 υπνοδωμάτια και βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας, κοντά σε ιστορικά αξιοθέατα, καταστήματα και εστιατόρια. Σε κοντινή απόσταση βρίσκονται τα κυριότερα τουριστικά αξιοθέατα και μουσεία, ενώ βρίσκεται μια ανάσα από το Μέγαρο Μουσικής και τη κοσμοπολίτικη αγορά του Κολωνακίου. Το ξενοδοχείο διαθέτει δωρεάν χώρο στάθμευσης ανάλογα με τη διαθεσιμότητα, ενώ βρίσκεται πολύ κοντά στη μπλε γραμμή του μετρό και σε στάσεις λεωφορείων. Όλα τα δωμάτια είναι ανακαινισμένα, με εξαιρετικές εγκαταστάσεις και προσφέρει σε όλους τους πελάτες, δωρεάν Wi-Fi στα δωμάτια και στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου.

## **Novotel Athens**

Σε ιδανική τοποθεσία για τη διαμονή στην Αθήνα, το NOVOTEL Αθηνών διαθέτει 196 μοντέρνα δωμάτια, δύο εστιατόρια, μπαρ, παιδική γωνιά, πισίνα, γυμναστήριο και 8 αίθουσες συνεδρίων. Βρίσκεται εκτός δακτυλίου, κοντά στο Αρχαιολογικό Μουσείο, στην πλατεία Ομονοίας, στο Μετρό και τον κεντρικό σιδηροδρομικό σταθμό ΛΑΡΙΣΗΣ. Παρέχει στους πελάτες του, δωρεάν σύνδεση στο διαδίκτυο και δωρεάν υπόγειο χώρο στάθμευσης. Η μοναδική προσέγγισή του στη φιλοξενία, βασισμένη στην απλότητα και την κομψότητα, κερδίζει τους επισκέπτες σε όλο τον κόσμο. Από το γυμναστήριο ως την πισίνα, από τις αίθουσες συνεδριάσεων ως τους κοινούς χώρους συναντήσεων, στο Novotel Αθηνών ο καθένας βρίσκει αυτό που αναζητά. Το προσωπικό, με προσήλωση στη λεπτομέρεια, είναι πάντα στη διάθεσή των πελατών.

## **Kubic Athens Smart Hotel**

Η εμπνευσμένη ανακαίνιση ενός παλαιού κτιρίου βιομηχανικού σχεδιασμού, με την αρχική του χαλύβδινη και γυάλινη πρόσοψη που διατηρείται, γέννησε ένα αστικό κομψό καταφύγιο με μια τεχνική συστροφή. Το ολοκαίνουργιο Kubic Hotel, στην καρδιά του κέντρου της Αθήνας, είναι η πρώτη γοητευτική τεχνολογία, όπου οι τεχνολογικοί πελάτες θα απολαύσουν την τέλεια ισορροπία υψηλής φιλοξενίας, κεντρικής θέσης και πλήρους αυτονομίας. Όλα τα κομψά διακοσμημένα και κομψά διακοσμημένα δωμάτια είναι εξοπλισμένα με έξυπνες τηλεοράσεις 43 ιντσών, δωρεάν Wi-Fi υψηλής ταχύτητας, θύρες USB και τηλέφωνα VoIP και διαθέτουν tablet Samsung, επιτρέποντας στους επισκέπτες να ελέγχουν τη θερμοκρασία δωματίου, τηλεόραση, παράθυρα και πόρτα, ενώ ο έλεγχος παρέχεται και μέσω της αποκλειστικής διαδραστικής εφαρμογής του ξενοδοχείου, η οποία μπορεί να μεταφορτωθεί σε κάθε smartphone. Το 4 αστέρων ξενοδοχείο Kubic στην Αθήνα είναι η επιτομή της αστικής κομψότητας, συνδυάζοντας την πρωτοποριακή τεχνολογία με το μέτρο και τη χαλάρωση. Το πρώτο τεχνολογικά κεντρικό ξενοδοχείο που λειτουργεί ποτέ στην Ελλάδα διαθέτει βεράντα στον τελευταίο όροφο που προσφέρει εκπληκτική πανοραμική θέα στην Αθήνα, πλήρως εξοπλισμένο γυμναστήριο, αίθουσα παιχνιδιών, αίθουσα συνεδριάσεων, επιχειρηματικό κέντρο, 24ωρο μπαρ, τέλος, ένα εξαιρετικά φιλόξενο σαλόνι. Το Kubic Hotel στην καρδιά της

Αθήνας είναι αναμφίβολα ένα ψυχικό καταφύγιο για τους σύγχρονους εξερευνητές και τους επόμενους επιχειρηματίες.

### **Hotel Fresh**

Το Fresh Hotel βρίσκεται στην καρδιά της Αθήνας. Μία όαση μέσα στο κέντρο, με ξεχωριστή ατμόσφαιρα και απόλυτα εξατομικευμένες υπηρεσίες. Ένα κομψό ξενοδοχείο, όπου οι λιτές γραμμές και τα ζωντανά χρώματα δημιουργούν ένα απόλυτα σύγχρονο περιβάλλον, που ηρεμεί και ξεκουράζει. Διαθέτει 133 δωμάτια (superior, executive, suites). Ο πελάτης μπορεί να απολαύσει ελληνικές και μεσογειακές γεύσεις στα εστιατόριά του ξενοδοχείου, από τα ξημερώματα έως μετά τα μεσάνυχτα. Διαθέτει σάουνα, γυμναστήριο καθώς επίσης και μπαρ στη ταράτσα με μοναδική θέα.

### **Melia Athens**

Το κομψό Melia Athens βρίσκεται στην καρδιά του κέντρου της πόλης, σε κοντινή απόσταση από το σταθμό του μετρό και σε μικρή απόσταση από το Μουσείο της Ακρόπολης και τον Παρθενώνα. Διαθέτει εστιατόριο και μπαρ SkyLounge Rooftop με εξαιρετική μεσογειακή κουζίνα και το τέλειο σκηνικό του λόφου Παρθενώνα και του Λυκαβηττού (άνοιξη και καλοκαίρι) ή ο πελάτης μπορεί να απολαύσει ένα γευστικό γεύμα άνεσης στο Café Mondo. Επίση διαθέτει σάουνα και σπα.

Κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου, υπάρχει η εξωτερική πισίνα 22 μέτρων του ξενοδοχείου με μοναδική θέα η οποία διαθέτει και υδρομασάζ. Το ξενοδοχείο προσφέρει σύγχρονες εγκαταστάσεις και μια μεγάλη ομάδα για να κάνει κάθε εκδήλωση επιτυχία. Οι εγκαταστάσεις του Meliá Athens καλύπτουν όλες τις ανάγκες των επισκεπτών, από τις γευστικές εμπειρίες μέχρι τις θεραπείες ευεξίας.

### **Periscope Hotel**

Ένα ξενοδοχείο – αντίδοτο στα συνηθισμένα city hotels. Με όπλα του το μοντέρνο μινιμαλισμό και το βραβευμένο αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, το Periscope αποτελεί ένα αστικό καταφύγιο, που ενσωματώνει όλες τις βασικές αξίες διαμονής της Yes! Hotels, αλλά ταυτόχρονα πηγαίνει και ένα βήμα παραπέρα, φέρνοντας μία πνοή σύγχρονης δημιουργίας στην καρδιά του Κολωνακίου, την παλαιότερη και πιο exclusive γειτονιά της Αθήνας. Το αρχικό «συνηθισμένο» κτήριο, χτισμένο στην δεκαετία του '50,

αποτελεί σήμερα μία ωδή στις καθαρές σχεδιαστικές γραμμές και στους καθαρούς χώρους, ισορροπώντας τις εργονομικές λύσεις με τη σύγχρονη αστική αισθητική.

Φόρμες, χρώματα και υφές δημιουργούν μία αίσθηση τάξης και ηρεμίας. Τα 22 δωμάτια και οι κοινόχρηστοι χώροι του Periscope κοσμούνται με έργα τέχνης, που έγιναν ειδική παραγγελία για το εν λόγω project, με κοινή θεματική ένα περισκόπιο που παρατηρεί την πολύβουη μητρόπολη. Ένα μοντέρνο και πολυτελές «σπίτι» για ένα long weekend ή για ένα μικρό διάλλειμα, το Periscope είναι η αγαπημένη επιλογή τόσο αυτών που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους όσο και εκείνων που επισκέπτονται την Αθήνα για αναψυχή.

### **Best Western Candia Hotel**

Το Best Western Candia Hotel βρίσκεται στην καρδιά της ελληνικής πρωτεύουσας και στο διάσημο ιστορικό κέντρο της Αθήνας. Η πόλη παγκοσμίως θαυμάζεται για την πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της, ενώ η τοποθεσία του Best Western Candia Hotel είναι κάτι περισσότερο από ιδανικό για περιήγηση και εξερεύνηση. Οι υψηλών προδιαγραφών παροχές και οι ανακαινισμένες εγκαταστάσεις ευρωπαϊκών προδιαγραφών συνδυάζονται με φιλικές τιμές και αποτελούν το ιδανικό περιβάλλον φιλοξενίας για τους επισκέπτες. Η θέα από το roof garden και τη βεράντα στην φωτισμένη Ακρόπολη και το λόφο του Λυκαβηττού είναι συναρπαστική.

### **Best Western Plus Embassy Hotel**

Το Best Western Plus Embassy Hotel, συνδυάζοντας την υποτιμημένη πολυτέλεια με τις ανέσεις ενός σύγχρονου ξενοδοχείου, προσφέρει αξέχαστες στιγμές απόλαυσης. Το ξενοδοχείο διαθέτει άμεση πρόσβαση στην πλατεία Συντάγματος και τους αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας. Βρίσκεται ανάμεσα σε δύο σταθμούς του μετρό μόλις τρία λεπτά από τη στάση "Αμπελόκηποι" και πέντε λεπτά από το σταθμό "Music Hall". Σε κοντινή απόσταση με τα πόδια από πολλούς σταθμούς δημόσιας συγκοινωνίας, αποτελεί ιδανική επιλογή αφού όλα είναι εύκολα προσβάσιμα. Αυτό είναι ένα boutique ξενοδοχείο 4 αστέρων που βρίσκεται σε κεντρική τοποθεσία στους πρόποδες του λόφου του Λυκαβηττού, κοντά στην αμερικανική πρεσβεία, το Μέγαρο Μουσικής και τα μεγάλα ιδιωτικά και δημόσια νοσοκομεία.

## **President Hotel**

Το President Hotel βρίσκεται στις παρυφές του κέντρου, σε μία από τις πιο ζωντανές περιοχές της Αθήνας, κοντά στο ιστορικό, πολιτιστικό και εμπορικό κέντρο της πόλης. Η εξαιρετική θέση του, ανάμεσα σε δύο σταθμούς Μετρό και το άριστο δίκτυο συγκοινωνίας καθιστούν το President Hotel το τέλειο “ορμητήριο” για εξερεύνηση στην πόλη. Το ξενοδοχείο προσφέρει εύκολη πρόσβαση στα πολιτιστικά και ιστορικά ορόσημα της πόλης, στους εμπορικούς δρόμους αλλά και σε χώρους διασκέδασης και αναψυχής. Παρέχει ζεστή φιλοξενία, φιλική και αποτελεσματική εξυπηρέτηση σε συνδυασμό με όλες τις σύγχρονες ανέσεις, για όσους ταξιδεύουν για αναψυχή, οικογενειακά αλλά και για επαγγελματικούς λόγους. Τα δωμάτια αποτελούν το ιδανικό σημείο χαλάρωσης ενώ προσφέρουν θέα της Αθήνας που κόβει την ανάσα. Στον 21ο όροφο, δίπλα στην πισίνα, προσφέρονται εκλεπτυσμένα κοκτέιλ και σνακ. Η μοναδική θέα 360ο του Penthouse 21 είναι σίγουρο ότι θα συναρπάσει. Είναι γνωστοί για την ποιότητα των συνεδριακών εγκαταστάσεων και για τις εξατομικευμένες υπηρεσίες. Οι αίθουσες διαθέτουν σύγχρονες υλικοτεχνικές υποδομές ώστε να φιλοξενούν με επιτυχία τις πιο σημαντικές εταιρικές συναντήσεις. Υπάρχει επίσης η ειδικευμένη ομάδα του ξενοδοχείου για τη διοργάνωση των γαμήλιων εκδηλώσεων και τα πάρτι. Σχεδιασμένο για να γίνει το υψηλότερο ξενοδοχείο στην Ελλάδα, το κτίριο- αρχιτεκτονικό ορόσημο κτίστηκε προς τα τέλη της δεκαετίας του '70, υπό την επίβλεψη του διάσημου Έλληνα αρχιτέκτονα Ιωάννη Βικέλα.

## **Holiday Inn Hotel Athens Airport**

Το Holiday Inn Athens Airport είναι ένα ξενοδοχείο στην Αθήνα που διαθέτει ανταλλακτήριο συναλλάγματος, ανελκυστήρα και περίπτερο με εφημερίδες και περιοδικά. Το μοναδικό ξενοδοχείο αποτελεί παράδειγμα αρχιτεκτονικής σε πρακτικό στιλ στην Αθήνα. Υπάρχει δωρεάν υπηρεσία μεταφοράς με λεωφορείο, σέρβις αυτοκινήτων και υπηρεσίες αχθοφόρου στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Αυτό το ξενοδοχείο βρίσκεται σε απόσταση 13 χλμ. από Rafina Port. Είναι σε απόσταση 20 λεπτών οδικώς από ExproAthens. Το κατάλυμα είναι δίπλα σε σινεμά, μουσεία και κολέγια. Ο σταθμός του μετρό βρίσκεται σε μικρή απόσταση με τα πόδια. Όσον αφορά τα δωμάτια παρέχουν θυρίδα ασφαλείας, εξοπλισμό σιδερώματος και DVD player σε όλα τα δωμάτια του Holiday Inn Athens Airport. Το εστιατόριο

καλωσορίζει τους επισκέπτες με αμερικάνικο πρωινό. Μεγάλη ποικιλία πιάτων ελληνικής κουζίνας προσφέρεται από το εστιατόριο που λειτουργεί όλο το 24ωρο. Οι επισκέπτες μπορούν να χαλαρώσουν και να φάνε ένα σνακ στο wine bar. Το ξενοδοχείο παρέχει στους πελάτες κούνιες, παιδικά γεύματα και υπηρεσία φύλαξης παιδιών. Οι παροχές έχουν γυμναστήριο και κέντρο φίτνες για όσους θέλουν να γυμναστούν. Τα στελέχη στο ξενοδοχείο μιλάνε English, German, French, Spanish, Italian, Greek. Αριθμός ορόφων: 6. Αριθμός δωματίων: 194.

### **Astor Hotel Athens**

Το ξενοδοχείο Astor βρίσκεται στην καρδιά της Αθήνας. Μια ανάσα από την ιστορική Πλατεία Συντάγματος και τη Βουλη των Ελλήνων, την Ακρόπολη και την π Πλάκα, καθώς και πολλά ακόμη αξιοθέατα, καταστήματα και κέντρα διασκέδασης στο κέντρο της Αθήνας. Κλασικό στυλ αρχιτεκτονικής σε ένα ιστορικό ξενοδοχείο, με φιλική εξυπηρέτηση. Στον ίδιο χώρο λειτουργεί εστιατόριο με ελληνικές και διεθνείς γεύσεις. Το ξενοδοχείο Astor προσφέρει πρακτικές λύσεις για συνέδρια και επιχειρηματικές εκδηλώσεις. Οι συμμετέχοντες έχουν την ευκαιρία να συνδυάσουν την εργασία με την εξερεύνηση του ιστορικού κέντρου σε απόσταση αναπνοής από το ξενοδοχείο. Μόλις μια ανάσα από όλα τα κύρια αξιοθέατα και σημεία ενδιαφέροντος, 2 λεπτά με τα πόδια από τον σταθμό μετρό στο Σύνταγμα και άλλα μέσα μεταφοράς.

Παρακάτω υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες για τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων της Αττικής που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα.

### **Sofitel Athens Airport**

Το Sofitel Athens Airport βρίσκεται στην ελληνική πρωτεύουσα. Σε ένα περιβάλλον που συνδυάζει αρμονικά την εγκάρδια φιλοξενία, το μοντέρνο περιβάλλον και την άψογη οργάνωση. Διαθέτει σο εστιατόριο Karavi με την παγκόσμια κουζίνα και την πανοραμική θέα και το μοντέρνο εστιατόριο Mesoghaia που σερβίρει ελληνική κουζίνα, διαθέσιμη 24 ώρες το 24ωρο. Το μπαρ Artemis είναι το ιδανικό μέρος για να μοιραστείτε ένα ποτό ή ακόμα και να απολαύσετε ένα ελαφρύ σνακ. Το μοναδικό ξενοδοχείο στο αεροδρόμιο της Αθήνας, το Sofitel Athens Airport επεκτείνει τον ξεχωριστό συνδυασμό γαλλικής φινέτσας και ελληνικής φιλοξενίας σε όλους τους επαγγελματίες και ελεύθερους πελάτες. Κάθε ξενοδοχείο Sofitel είναι ένα μοναδικό μείγμα της γαλλικής art de vivre και της τοπικής φινέτσας. Στο Sofitel Athens



Airport, πύλη σε αιώνες ελληνικής ιστορίας και ειδυλλιακά νησιά, η σύγχρονη αρχιτεκτονική συνδυάζεται με κλασικές επιρροές σε μια πόλη 3.000 ετών. Με μια τοποθεσία, μόλις 50μ. από το τερματικό σταθμό του αεροδρομίου, το ξενοδοχείο γοητεύει σε ένα κομψό αλλά άνετο περιβάλλον με μια φουτουριστική γαλλική αίσθηση.

### **Divani Caravel Hotel**

Το ξενοδοχείο Divani Caravel, μέλος των Leading Hotels of the World, χάρη στην προνομιακή του θέση στην καρδιά της Αθήνας, γίνεται η ιδανική αφετηρία για τις επισκέψεις στα πιο σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα αυτής της ιστορικής πόλης. Το Divani Caravel προσφέρει άνετη διαμονή και πολυτελείς εγκαταστάσεις που ικανοποιούν ακόμη και τους πιο απαιτητικούς πελάτες. Στο ξενοδοχείο υπάρχουν δωμάτια με κομψή αισθητική και σουίτες με πολυτελή άνεση, εστιατόρια, lounge και μπαρ, κέντρο ευεξίας στον 9ο όροφο, εσωτερική/εξωτερική πισίνα με υπέροχη θέα στην πόλη, και έναν από τους μεγαλύτερους χώρους συνεδρίων και δεξιώσεων στην Αθήνα.

### **Electra Metropolis Athens**

Το νέο Electra Metropolis Hotel αποτελεί μέρος της σύγχρονης Αθήνας, ένα από τα σημαντικότερα μέρη για να επισκεφθούν στην Ελλάδα. Το "Electra Metropolis" είναι ένα ολοκαίνουργιο ξενοδοχείο 5 αστέρων στην καρδιά της πόλης. Βρίσκεται στην αρχή της οδού Μητροπόλεως, δίπλα στην πλατεία Συντάγματος, την πιο διάσημη πλατεία της Ελλάδας, και καλωσορίζει επαγγελματίες ταξιδιώτες και παραθεριστές Αθήνα από τον Σεπτέμβριο του 2016. Αυτό το πολυτελές ξενοδοχείο στην Αθήνα βρίσκεται κοντά σε πολλά τουριστικά αξιοθέατα της Αθήνας και σε άλλα μέρη για επίσκεψη στην Αθήνα. Το νέο αυτό κόσμημα της Αθήνας βασίζεται στις αξίες του "Electra Hotels & Resorts" και διαθέτει 216 πολυτελείς και πλήρως εξοπλισμένες σουίτες και δωμάτια με θέα στην Ακρόπολη και την παλιά γειτονιά της Πλάκας. Υπάρχει επίσης ένα εντυπωσιακό αίθριο στο κέντρο του ξενοδοχείου το οποίο περιβάλλεται από εστιατόρια, καφετέριες, σπα και επίσης συνεδριακές αίθουσες, αίθουσες συσκέψεων και αίθουσες διδασκαλιών που κάνουν το ξενοδοχείο ένα από τα καλύτερα μέρη στην Αθήνα για τη διοργάνωση εταιρικών εκδηλώσεων. Το ξενοδοχείο διαθέτει επίσης ένα μοναδικό Roof Garden με εκπληκτική θέα στον Παρθενώνα και σε ολόκληρη την πόλη. Το κτίριο σχεδιάστηκε από τον διάσημο

αρχιτέκτονα Πατρόκλειο Καραντίνο και ήταν, εδώ και πολλά χρόνια, έδρα του Υπουργείου Παιδείας. Ωστόσο, έχει πλέον μετατραπεί σε ένα από τα καλύτερα ξενοδοχεία της Αθήνας και αυτό το δελεαστικό παράδειγμα του στυλ Retro Chic έχει κάνει το σημάδι του στη σύγχρονη Αθήνα και είναι πλέον ένα διαδεδομένο παράδειγμα της εσωτερικής αρχιτεκτονικής και του σχεδιασμού! Οι κοινόχρηστοι χώροι του ξενοδοχείου είναι διακοσμημένοι με δύο μοναδικά έργα τέχνης. Το πρώτο είναι ένα μοναδικό έργο του Έλληνα ζωγράφου Αλέκου Φασιανού που δείχνει ασημένιες μέλισσες στο γαλάζιο ελληνικό ουρανό και το άλλο είναι σύνθεση κατεργασμένων μαρμάρινων πλακών - αν και μια σύνθεση που δοκιμάζει τα όρια των καλλιτεχνικών έργων. Επιπλέον, στο υπόγειο του κτιρίου στεγάζεται η ιδιαίτερη πολιτιστική του έλξη - τα λείψανα του διάσημου Θεμιστοκλέους τοίχου που περιβάλλει την αρχαία Αθήνα. Τέλος, στο ισόγειο, το ξωκλήσι της Αγίας Δυναμής του 16ου αιώνα είναι κυριολεκτικά το σωστό μέρος του κτιρίου του ξενοδοχείου. Βρίσκεται δίπλα στον κεντρικό δρόμο για ψώνια στην Αθήνα, στην οδό Ερμού, και μόλις πέντε λεπτά από την περιοχή του Κολονάκι με τα καταστήματα σχεδιαστών, τις μπουτίκ και την εξαιρετικά εκλεπτυσμένη νυχτερινή ζωή της Αθήνας, όπως μερικά από τα πιο εντυπωσιακά κρασιά στην Αθήνα. Το ξενοδοχείο βρίσκεται επίσης σε κοντινή απόσταση με τα πόδια από πολλά από τα κορυφαία δέκα πράγματα που πρέπει να κάνετε στην Αθήνα, όπως η Ακρόπολη, η υπέροχη περιοχή συντήρησης της Πλάκας και κοντά στα περισσότερα από τα σημαντικότερα μνημεία και μουσεία της πόλης. Επιπλέον, βρίσκεται κοντά σε νυχτερινά κλαμπ και μπαρ που είναι φιλικά προς τα γκέι και είναι το ίδιο φιλικό προς τα γκέι. Όλα τα δωμάτια και οι σουίτες έχουν τη δική τους μοναδική αισθητική και στυλ, με 40 " έξυπνες τηλεοράσεις LED, γρήγορες συνδέσεις Wi-Fi, αποδοτικό κλιματισμό και ηχομόνωση, ώστε να απολαμβάνετε πλήρως τη διαμονή σας. Τέλος, όλα τα μάνια περιλαμβάνουν συμπληρωματικά καλλυντικά προϊόντα από το παγκοσμίου φήμης ελληνικό εμπορικό σήμα Korres. Ορισμένες από τις σουίτες έχουν υπέροχη θέα στην Ακρόπολη, ένα από τα σημαντικότερα αρχαία μνημεία στον κόσμο. Το Roof Garden της Μητρόπολης, στον 10ο όροφο, είναι μια μοναδική εμπειρία και δίνει στους επισκέπτες την ευκαιρία να δοκιμάσουν τη νέα δημιουργική ελληνική κουζίνα. Το εστιατόριο προσφέρει μια επιλογή ειδικών πιάτων με έμφαση στα ψάρια και το κρέας. Για πιο απλά γεύματα, η βιβλιοθήκη στο ισόγειο προσφέρει πιάτα με μεσογειακή κουζίνα. Τέλος, το μπαρ M (ένα από τα καλύτερα κοκτέιλ μπαρ στην Αθήνα) στον δέκατο όροφο είναι ένα ιδανικό μέρος για να απολαύσετε ένα από τα

κοκτέιλ μας, το τέλειο τέλος μιας ημέρας στην πόλη του ελληνικού πολιτισμού. Το Aegeo Spa στο Electra Metropolis προσφέρει μια ασυνήθιστα αναζωογονητική εμπειρία, τόσο για το σώμα όσο και για την ψυχή, και προσθέτει την τελική πινελιά στην μοναδικά φιλόξενη φιλοξενία του ξενοδοχείου.

### **Grand Hyatt Athens**

Βρίσκεται στη διάσημη λεωφόρο Συγγρού, ανάμεσα στο πολιτιστικό κέντρο της ιστορικής πόλης της Αθήνας και της κοσμοπολίτικης Αθηναϊκής Ριβιέρας, το Grand Hyatt Athens προσφέρει την απόλυτη εμπειρία φιλοξενίας σε μια πόλη με πλούσιο μείγμα ιστορίας και πικρίας.

### **Electra Palace Athens**

Κλασική με την αρχιτεκτονική και το σχεδιασμό της, συνδυάζοντας όμορφα με τα ευγενή ιστορικά κτίρια της περιοχής της Πλάκας, η κομψή πολυτέλεια του ξενοδοχείου συμπληρώνεται από την μαγευτική θέα στην Ακρόπολη που φαίνεται από το εστιατόριο, την πισίνα, τα δωμάτια και τις σουίτες του τελευταίου ορόφου. Οι ανέσεις του ξενοδοχείου θα αφήσουν να μην θέλετε τίποτα περισσότερο: για την άνεση και την απόλαυση, υπάρχει δωρεάν Wi-Fi σύνδεση στο internet, ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο μεγέθους φορητού υπολογιστή και πλήρως εξοπλισμένα μπάνια με στεγνωτήρα μαλλιών, μπουρνούζια και παντόφλες. Ακριβώς στο κέντρο της πόλης και σε κοντινή απόσταση με τα πόδια από όλα τα σημαντικά αξιοθέατα, εύκολα προσβάσιμα με αυτοκίνητο ή μέσα μαζικής μεταφοράς, το Electra Palace Athens είναι το ιδανικό ξενοδοχείο για τη διαμονή στην Αθήνα είτε είναι για επαγγελματικούς λόγους είτε για αναψυχή: εξωτερική πισίνα, απολαμβάνοντας τον ήλιο της Αθήνας καθώς ανεβαίνει πάνω από την Ακρόπολη. Για μεγαλύτερες γιορτές ή επαγγελματικές εκδηλώσεις στην καρδιά της Αθήνας, η υπηρεσία πέντε αστέρων του ξενοδοχείου εκτείνεται σε πέντε αίθουσες συνεδριάσεων και αίθουσες χορού: πλήρως εξοπλισμένα, κλιματιζόμενα και φυσικά φωτισμένα, οι αίθουσες μπορούν να φιλοξενήσουν έως και 350 άτομα για κάθε εκδήλωση τύπου, ανεξάρτητα από το πόσο επίσημο.

### **Hilton Athens**

Το Hilton Athens είναι κάτι περισσότερο από ένα ξενοδοχείο - είναι κληρονομιά. Αγαπημένο τόσο από τους ντόπιους όσο και από τους φιλοξενούμενους, το

ξενοδοχείο ορόσημο είναι ο ίδιος ο προορισμός ως κόμβος για την επιχειρηματική, πολιτιστική και κοινωνική ζωή της Αθήνας.

### **St George Lycabettus Hotel**

Το St. George Lycabettus Lifestyle Hotel, χτισμένο στις γεμάτες πεύκα πλαγιές του Λυκαβηττού, προσφέρει πανοραμική θέα της Αθήνας, που κόβει την ανάσα, από την Ακρόπολη μέχρι τον Σαρωνικό Κόλπο. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να βρεθούν εκεί που χτυπά η καρδιά της Αθήνας, μερικά μόνο βήματα από τα μοναδικά καταστήματα του Κολωνακίου, από μουσεία, γκαλερί κι εστιατόρια.

### **Hotel Grande Bretagne a Luxury Collection Hotel**

Με εκπληκτική θέα στην περίφημη Ακρόπολη, την πλατεία Συντάγματος και το Κοινοβούλιο, τον καταπράσινο λόφο του Λυκαβηττού ή το αρχικό Ολυμπιακό Στάδιο, το πολυτελές ξενοδοχείο 5 αστέρων Grande Bretagne προσφέρει μια ασυναγώνιστη προοπτική της μυθικής ιστορίας της Αθήνας. Βρίσκεται στην καρδιά της πόλης από το 1874, το πολυ-βραβευμένο ξενοδοχείο ορόσημο βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από αποκλειστικές εμπορικές περιοχές, μουσεία και την επιχειρηματική περιοχή. Με ιδιαίτερη προσοχή στη λεπτομέρεια, τα 320 δωμάτια και οι σουίτες παντρεύονται τη γοητευτική κομψότητα του παλιού κόσμου με υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις, ενώ οι 58 σουίτες απολαμβάνουν επιπλέον οφέλη, συμπεριλαμβανομένης της εξατομικευμένης υπηρεσίας Butler. Διαθέτει το γραφικό εστιατόριο GB Roof Garden με την εξαιρετική μεσογειακή κουζίνα και το Winter Garden για ένα απογευματινό υψηλό τσάι και το GB Spa για ένα υποκριτικό μασάζ, περιποίηση ομορφιάς ή μια χαλαρή απόλαυση στην θερμική σουίτα. Γνωρίστε τα μέλη της ομάδας Concierge, που είναι έτοιμα να ξεκλειδώσουν τους μυστικούς θησαυρούς της Αθήνας.

### **New Hotel**

Το NEW Hotel είναι το πρώτο ξενοδοχείο που σχεδιάστηκε από τους βραβευμένους Campana Brothers. Το δυναμικό δίδυμο, Humberto και Fernando Campana, σε συνεργασία με το Workshop Campanas στην Αθήνα, μεταμόρφωσε το 79-room Olympic Palace Hotel στο εντυπωσιακό NEW του σήμερα. Δημιουργήθηκε μια νέα έννοια του χώρου με τη χρήση παλιών καθημερινών αντικειμένων και αντικειμένων που σχεδίασε ο πρωτοποριακός Έλληνας αρχιτέκτονας Ιάσιος Ρίζος το 1958, τα οποία

επανεισηγάγαν ως έργα τέχνης με τη βοήθεια εξειδικευμένων τεχνιτών και χειροτεχνών. Εμπνευσμένο από θέματα της ελληνικής κουλτούρας όπως η θρυλική λαογραφική φιγούρα Καραγκιόζη, μια σειρά από παλιές κάρτες και η έννοια του κακού ματιού, οι προϋπάρχοντες χώροι έχουν μετατραπεί σε αριστουργήματα σύγχρονης τέχνης που προσφέρουν μια ανάσα καθαρού αέρα με υβριδικές προσεγγίσεις και προηγμένες τεχνολογίες. Το εξαιρετικό ντιζάιν συναντά τον εκπληκτικό τρόπο ζωής στην πόλη, στο απόλυτο σύγχρονο design ξενοδοχείο στην Αθήνα. Σε βολική τοποθεσία στην οδό Filellinon. 16, 200 μέτρα από την πλατεία Συντάγματος και σε κοντινή απόσταση με τα πόδια από το σταθμό του μετρό και τα κυριότερα αξιοθέατα της πόλης, όπως η Ακρόπολη και η γραφική γειτονιά της Πλάκας. Ένα νέο ξενοδοχείο, ακριβώς στο κέντρο της Αθήνας για ταξιδιώτες αναψυχής και επαγγελματίες.

### **Radisson Blu Park Hotel Athens**

Το Radisson Blu Park Hotel, βρίσκεται ακριβώς στο κέντρο της Αθήνας. Το βολικά τοποθετημένο ξενοδοχείο βρίσκεται στην άκρη του Πεδίου του Άρεως, ένα από τα μεγαλύτερα πάρκα της πόλης, και βρίσκεται σε μικρή απόσταση με τα πόδια από το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Διαθέτει άνετο και σύγχρονο στυλ σε όλα τα 160 δωμάτια και σουίτες του ξενοδοχείου, όπου προσφέρονται δωρεάν Wi-Fi υψηλής ταχύτητας, μαρμάρινα μπάνια και ατομικό κλιματισμό. Επίσης διαθέτει γυμναστήριο, σπα καθώς και πισίνα στον τελευταίο όροφο του ξενοδοχείου. Διαθέτει τρεις καλά εξοπλισμένες αίθουσες συνεδριάσεων έκτασης 550 τετραγωνικών μέτρων, κατάλληλα για όλες τις περιπτώσεις από μοναδικούς γάμους μέχρι εντυπωσιακές εταιρικές εκδηλώσεις.

### **Athenaeum Intercontinental Athens**

Αυτό το ξενοδοχείο 5 αστέρων βρίσκεται κοντά στον Παρθενώνα και στο Μουσείο της Ακρόπολης. Διαθέτει 553 κλιματιζόμενα δωμάτια με μίνι μπαρ και τηλεοράσεις LCD. Το κρεβάτι Select Comfort έρχεται με παπλώματα. Τα ιδιωτικά μπάνια διαθέτουν βαθιές μπανιέρες και ντους βροχής. Στη συνέχεια, διαθέτει σπα πλήρους εξυπηρέτησης, όπου προσφέρεται μασάζ, περιποιήσεις σώματος και περιποιήσεις προσώπου. Υπάρχει σάουνα καθώς και γυμναστήριο όλο το 24ωρο και εποχιακή εξωτερική πισίνα. Επιπλέον παροχές σε αυτό το ξενοδοχείο περιλαμβάνουν ασύρματη πρόσβαση στο ίντερνετ (επιπλέον χρέωση), υπηρεσίες ρεσεψιόν και

φύλαξη βρεφών / παιδιών (επιπλέον χρέωση). Οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν ένα γεύμα σε ένα από τα εστιατόρια του ξενοδοχείου, τα οποία περιλαμβάνουν 3 εστιατόρια και καφετέρια. Επιπλέον, οι προσφερόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνουν ενσύρματη πρόσβαση στο ίντερνετ (επιπλέον χρέωση), επιχειρηματικό κέντρο που λειτουργεί 24 ώρες το 24ωρο και υπηρεσία λιμουζίνας ή αυτοκινήτου πόλης. Οι εγκαταστάσεις εκδηλώσεων αυτού του ξενοδοχείου περιλαμβάνουν συνεδριακό κέντρο και αίθουσα συναντήσεων. Η στάθμευση είναι δωρεάν στο χώρο του ξενοδοχείου (υπόκειται σε χρεώσεις).

### **Academia of Athens Autograph Collection**

Προσφέροντας ποιοτικά καταλύματα στην περιοχή της Αθήνας που προτείνεται για ψώνια, πολιτισμικά αξιοθέατα, museum & arts, το Academia of Athens, Autograph Collection αποτελεί δημοφιλή επιλογή είτε ταξιδεύει κανείς για δουλειά είτε για λόγους αναψυχής. Από εδώ, οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν στο μέγιστο βαθμό όλα όσα έχει να προσφέρει αυτή η πολυσύχναστη πόλη. Χάρη στη βολική του τοποθεσία, το ξενοδοχείο προσφέρει εύκολη πρόσβαση σε κορυφαίους προορισμούς της πόλης. Η ιδιοκτησία παρέχει πρόσβαση σε μεγάλο εύρος υπηρεσιών, όπως 24ωρη ρεσεψιόν, εγκαταστάσεις για άτομα με αναπηρία, ενοικίαση αυτοκινήτου, εστιατόριο, μπαρ πισίνας. Ορισμένα δωμάτια περιλαμβάνουν δορυφορική/καλωδιακή τηλεόραση, ψυγείο, στεγνωτήρα μαλλιών, ιδιωτικό μπάνιο. Η ιδιοκτησία φιλοξενεί πολλές εγκαταστάσεις αναψυχής. Όποιος κι αν είναι ο σκοπός της επίσκεψης, το Academia of Athens, Autograph Collection είναι μια εξαιρετική επιλογή για μια ευχάριστη, συναρπαστική απόδραση.

### **King George a Luxury Collection**

Χτισμένο το 1930 και βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας, το 5 αστέρων King George, ένα πολυτελές ξενοδοχείο συλλογής, αποτελεί την απόλυτη ουσία ενός συναρπαστικού boutique ξενοδοχείου. Σε ιδανική τοποθεσία για μαγευτικές εμπειρίες, έναν πραγματικά εντυπωσιακό και ευχάριστο χώρο, το King George βρίσκεται σε κοντινή απόσταση με τα πόδια από τα αξιοθέατα της Αθήνας. Η Ακρόπολη, η Αγορά, η Πλάκα και το Θησείο βρίσκονται σε κοντινή απόσταση, έτσι και οι πολυτελείς μπουτίκ, τα παγκοσμίου φήμης μουσεία και η ζωντανή επιχειρηματική περιοχή της πόλης. Με 102 δωμάτια και σουίτες, το Penthouse Suite με ιδιωτική εξωτερική πισίνα με θέα στη θρυλική Ακρόπολη, το βραβευμένο

εστιατόριο Tudor Hall με αυθεντική ελληνική κουζίνα και ασύγκριτη θέα στα ορόσημα της πόλης, ο βασιλιάς Γιώργος βρίσκει την καλύτερη έκφρασή του στην εξαιρετική εξατομικευμένη υπηρεσία.

### **Somewhere Boutique Vouliagmeni**

Το Somewhere Vouliagmeni βρίσκεται στο πολυτελές, παραθαλάσσιο προάστιο της Βουλιαγμένης και προσφέρει εξωτερική πισίνα και υπέροχη θέα στη θάλασσα. Αυτό το boutique ξενοδοχείο διαθέτει επίσης γυμναστήριο, επιχειρηματικό κέντρο και συνεδριακές εγκαταστάσεις. Σε όλους τους χώρους παρέχεται δωρεάν Wi-Fi. Όλα τα δωμάτια και οι σουίτες του Somewhere Vouliagmeni έχουν κομψό ντιζάιν και θέα στη θάλασσα, στον κήπο ή στην πισίνα. Σε ορισμένες σουίτες υπάρχει ιδιωτικό υπαίθριο υδρομασάζ. Όλες οι μονάδες περιλαμβάνουν κλιματισμό και ιδιωτικό μπάνιο με δωρεάν προϊόντα περιποίησης. Το εστιατόριο του καταλύματος σερβίρει πρωινό, μεσημεριανό γεύμα και δείπνο με υλικά εξαιρετικής ποιότητας. Μπορείτε να απολαύσετε πρωτότυπα κοκτέιλ δίπλα στην πισίνα. Η υπηρεσία δωματίου λειτουργεί όλο το 24ωρο. Η κοσμοπολίτικη περιοχή της Γλυφάδας, με τα εκλεκτά εστιατόρια και τις μπουτίκ, απέχει 6χλμ. από το κατάλυμα. Οι λάτρεις του γκολφ μπορούν να διασκεδάσουν στην υπερσύγχρονη λέσχη γκολφ της Γλυφάδας, σε απόσταση 8 χιλιομέτρων. Το Διεθνές Αεροδρόμιο της Αθήνας είναι προσβάσιμο σε 26χλμ., ενώ διατίθεται δωρεάν υπηρεσία μεταφοράς από και προς το αεροδρόμιο.

### **Athens Marriott Hotel**

Το Athens Marriott Hotel βρίσκεται στην Λεωφόρο Συγγρού, απέναντι από το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος και σε απόσταση 15 λεπτών οδικώς από την Πλατεία Συντάγματος. Το ξενοδοχείο προσφέρει βεράντα στον τελευταίο όροφο με πισίνα, μπαρ και θέα στην Ακρόπολη, στη θάλασσα και στην Εθνική Λυρική Σκηνή. Στο χώρο του ξενοδοχείου λειτουργεί άρτια εξοπλισμένο γυμναστήριο. Τα δωμάτια και οι σουίτες του Athens Marriott Hotel διαθέτουν μοντέρνα διακόσμηση σε απαλά χρώματα, πολυτελή κρεβάτια με επίστρωμα, καναπέ-κρεβάτι, μπάνιο σε στυλ spa και σύγχρονα έργα τέχνης. Όλες οι μονάδες είναι εξοπλισμένες με κλιματισμό, επιτοίχια τηλεόραση LED 49 ιντσών και μίνι μπαρ. Το εστιατόριο Made in Athens διαθέτει δημιουργική κουζίνα με ελληνικά υλικά για μεσημεριανό γεύμα ή δείπνο. Τα MClub δωμάτια παρέχουν στους επισκέπτες πρόσβαση στο MClub, όπου σερβίρονται δωρεάν ευρωπαϊκό πρωινό, ελαφριά

βραδινά σνακ και ποτά. Το Athens Marriott Hotel απέχει μόλις 15 λεπτά με το αυτοκίνητο από το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης και το λιμάνι του Πειραιά. Η Παραλία του Φλοίσβου βρίσκεται σε απόσταση 2χλμ., ενώ το Διεθνές Αεροδρόμιο της Αθήνας είναι 40χλμ. μακριά. Παρέχονται δωρεάν Wi-Fi σε όλους τους χώρους και δωρεάν δημόσιος χώρος στάθμευσης στη γύρω περιοχή.

### **Crowne Plaza Athens**

Το ξενοδοχείο της Κεντρικής Αθήνας διαθέτει εξαιρετικές εγκαταστάσεις εκδηλώσεων καθώς και εποχική πισίνα στον τελευταίο όροφο. Το Crowne Plaza Athens - City Centre Hotel βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τα αρχαία αξιοθέατα της πόλης και σε μικρή απόσταση με τα πόδια από το σταθμό του μετρό Megaro Mousikis. Η στάση του λεωφορείου βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τις διαδρομές σε όλη την πόλη, ενώ το Διεθνές Αεροδρόμιο της Αθήνας απέχει μόλις 30 λεπτά με το αυτοκίνητο. Σε απόσταση 15 λεπτών με το αυτοκίνητο βρίσκεται το αρχαίο συγκρότημα Ακρόπολης και το Μουσείο της Ακρόπολης. Επίσης κοντά είναι οι μπουτίκ της συνοικίας Κολωνάκι, η κεντρική πλατεία Συντάγματος και το Μουσείο Μπενάκη. Οι 14 χώροι λειτουργίας υψηλής τεχνολογίας διαθέτουν χώρο για έως 430 άτομα και ο Διευθυντής Συναντήσεων Crowne Plaza είναι σε ετοιμότητα για να εξασφαλίσει ότι η εκδήλωσή είναι επιτυχημένη. Τα ηχομονωμένα δωμάτια διαθέτουν ψηφιακούς κόμβους πολυμέσων και τηλεοράσεις LCD. Τα οικογενειακά δωμάτια διαθέτουν 2 διπλά κρεβάτια ώστε όλοι να μπορούν να μείνουν μαζί. Το μαλακό κρεβάτι του Sleep Advantage και οι ήσυχες ζώνες βοηθούν στον ύπνο.

### **Theoxenia Palace and House Suites**

Το Theoxenia Palace βρίσκεται στο Κεφαλάρι της Κηφισιάς. Διαθέτει θέα στο πάρκο, καθώς επίσης δωμάτια και σουίτες 5 αστέρων, ενώ προσφέρει στους επισκέπτες του εξωτερική πισίνα, εξαιρετικό εστιατόριο και πλήρως εξοπλισμένο γυμναστήριο. Σε κάθε μονάδα υπάρχει τηλεόραση LCD υψηλής ευκρίνειας με δωρεάν ενσύρματο και ασύρματο internet, καθώς επίσης δυνατότητα σύνδεσης με USB/MP3. Διαθέτει το Theoxenia Palace Spa, το οποίο προσφέρει με πρόσθετη χρέωση εσωτερική πισίνα, υδρομασάζ, σάουνα και χαμάμ. Λειτουργεί καθημερινά από τις 14:00 έως τις 21:00. Το εστιατόριο-μπαρ του Theoxenia Palace ειδικεύεται σε ελληνικά και ιταλικά πιάτα, τα οποία προετοιμάζονται από κορυφαίους σεφ. Το Theoxenia Palace στην Κηφισιά



είναι μέλος των Small Luxury Hotels of the World και ανακαινίστηκε πλήρως το 2012.

### **The Margi Hotel**

Ένα boutique ξενοδοχείο και μέλος της SLH στην πιο αποκλειστική περιοχή της Ριβιέρας της Αθήνας, Βουλιαγμένη, το ξενοδοχείο The Margi. Σε μια ιδανική τοποθεσία, βρίσκεται μόλις λίγα βήματα μακριά από τις πιο κομψές αμμώδεις παραλίες αλλά αρκετά κοντά στα ιστορικά αξιοθέατα της Αθήνας. Με εξαιρετική κουζίνα και βιολογικά τρόφιμα από το αγρόκτημα, φιλικό και εξυπηρετικό προσωπικό καθώς και εξαιρετικό σχεδιασμό, το ξενοδοχείο προσφέρει μια αξέχαστη εμπειρία για ταξιδιώτες όλο το χρόνο. Με τα χρόνια, η ιδιοκτήτρια Μαρία Σταυρίδη και ο γιος της και ο Αρχιτέκτων Γιάγκος Αγιοστρατίτης δημιούργησαν τη ζεστή και κομψή ατμόσφαιρα του ξενοδοχείου, συνδυάζοντας έργα τέχνης από όλες τις γωνιές του κόσμου με μαλακά ίχνη, όπως τραπέζια με κεριά και πολυτελή έπιπλα.

### **Divani Apollon Palace and Thalasso**

Ως ένα από τα πιο εικονικά ξενοδοχεία της Αθήνας, το Divani Apollon Palace & Thalasso προσφέρει την επιτομή σε μια διαχρονική πολυτέλεια. Η προνομιακή του θέση στην καρδιά της Αθηναϊκής Ριβιέρας κάνει το Divani Apollon Palace & Thalasso το ιδανικό ξενοδοχείο για αξέχαστη διαμονή στην Αθήνα. Αυτό το πολυτελές ξενοδοχείο προσφέρει το μοναδικό κέντρο Θαλασσοθεραπείας στην Αττική, πολυτελή δωμάτια και σουίτες με εκπληκτική θέα στη θάλασσα, ιδιωτική παραλία, εξωτερικές πισίνες, εστιατόρια και μπαρ και εκτεταμένες εγκαταστάσεις για επιχειρήσεις και εκδηλώσεις.

### **Semiramis hotel**

Το Semiramis είναι το οραματικό πνευματικό τέκνο του καλλιτέχνη τέχνης Ντάκης Ιωάννου και του φημισμένου βιομηχανικού σχεδιαστή Karim Rashid. Το Karim, με ελεύθερη κίνηση για να δημιουργήσει μια συνολική εμπειρία, χρησιμοποίησε καμπυλωτές μορφές και χρώματα γλειφιτζουριού για να προσφέρει μια νεανική, ενθουσιώδη και σαγηνευτική εναλλακτική λύση σε πιο παραδοσιακές αντιλήψεις φιλοξενίας στην αριστοκρατική συνοικία του Κεφαλαρίου της Αθήνας. Σε αυτό το αποκλειστικό ξενοδοχείο 51 δωματίων κοντά στο αεροδρόμιο της Αθήνας, όπου η τέχνη συνδυάζεται με τη σύγχρονη ξενοδοχειακή τεχνολογία και τη λειτουργικότητα

αποπνέει στυλ, ο επαγγελματίας ταξιδιώτης ή ο ταξιδιώτης αναψυχής θα αισθάνονται «στο σπίτι». Μια εκθεσιακή έκθεση τέχνης που εκπέμπει δύο φορές το χρόνο, εκπληκτική για την ποιότητα του μουσείου, θα αφήσει τους λάτρεις της τέχνης να απολαύσουν την απόλαυση.

### **Four Seasons Astir Palace Hotel Athens**

Το Four Seasons Astir Palace βρίσκεται στην Αθηναϊκή Ριβιέρα. Περιλαμβάνει 8 εστιατόρια και μπαρ, κέντρο σπα με 10 αίθουσες, γυμναστήριο και ιδιωτική παραλία. Το ξενοδοχείο αποτελείται από 2 διαφορετικά κτήρια και διαθέτει 5 γήπεδα τένις. Όλα τα καταλύματα είναι κλιματιζόμενα και έχουν μοντέρνα έπιπλα και παράθυρα από το πάτωμα μέχρι την οροφή. Κάθε ένα παρέχει θέα στα πεύκα ή στη θάλασσα, ενώ μερικές μονάδες περιλαμβάνουν ιδιωτική πισίνα. Οι επισκέπτες μπορούν να ξεκινήσουν τη μέρα τους με αμερικανικό πρωινό σε μπουφέ που σερβίρεται στην τραπεζαρία. Για μεσημεριανό γεύμα ή δείπνο, υπάρχει η επιλογή από ελληνικά θαλασσινά, ιταλική κουζίνα ή πιάτα σχάρας Λατινικής Αμερικής συνοδευόμενα από εκλεκτό κρασί, όλα από τα εστιατόρια στον χώρο του ξενοδοχείου. Στο cigar lounge προσφέρονται μερικά από τα καλύτερα πούρα του κόσμου, σπάνια κονιάκ και ουίσκι. Το κέντρο σπα που λειτουργεί στον χώρο του ξενοδοχείου περιλαμβάνει εσωτερική πισίνα, χαμάμ, πισίνα αναζωογόνησης, κρύα ντους καθώς και διάφορα μασάζ και άλλες περιποιήσεις. Στο γυμναστήριο προσφέρονται μαθήματα γιόγκα, ενώ στην ιδιωτική παραλία προσφέρονται θαλάσσια σπορ όπως ιστιοσανίδα, θαλάσσιο καγιάκ και κολύμβηση με αναπνευστήρα. Το κέντρο της Αθήνας βρίσκεται σε απόσταση 30 λεπτών με το αυτοκίνητο από το Four Seasons Astir Palace Hotel Athens, ενώ η μαρίνα Γλυφάδας είναι 9χλμ. μακριά. Το πλησιέστερο αεροδρόμιο είναι το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος, στα 24χλμ.. Παρέχεται δωρεάν Wi-Fi. Υπάρχει δωρεάν χώρος στάθμευσης στον χώρο του καταλύματος.

## **5. Ανάλυση Ξενοδοχειακών Εφαρμογών**

### **5.1 Ανάλυση 5\* Ξενοδοχειακών Μονάδων Αττικής**

#### **5.1.1 Divani Caravel Hotel**

Το Divani Collection έχει ξεχωριστές εφαρμογές για όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου. Η σχεδίαση των εφαρμογών έχει γίνει από την ίδια εταιρεία και είναι σχεδιασμένες με

ακριβώς τον ίδιο τρόπο. Οι μόνες αλλαγές που παρατηρούνται είναι ότι οι πληροφορίες για το κάθε ξενοδοχείο καθώς και οι παροχές τους είναι διαφορετικές.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	H&S Technology Solutions S.A.
-----------------	-------------------------------

Στη συνέχεια η εφαρμογή περιλαμβάνει:

Hotel Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welcome</li> <li>• Hotel Features</li> <li>• Guestroom Features</li> <li>• Hotel Services</li> <li>• Telephone Directory</li> <li>• Meeting and Events Facilities</li> <li>• The Peak Health Club and Spa</li> <li>• Contact</li> <li>• Privacy Statement</li> </ul>
Dining	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In Room Dining</li> <li>• Restaurants</li> </ul>
The Peak Health Club and Spa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Spa</li> <li>• Fitness Center</li> </ul>
Our Concierge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flight Arrangements</li> <li>• Guests Activities</li> <li>• Lost and Found</li> <li>• Wake up Call</li> <li>• Local Attractions</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local Weather</li> </ul>
Housekeeping	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Room Cleaning</li> <li>• Turn Down Service</li> <li>• Engineering Request</li> <li>• Laundry</li> <li>• In Room Amenities</li> </ul>
Before You Arrive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Special Requests</li> <li>• In Room Amenities</li> <li>• In Room Dining</li> <li>• Transportation request</li> <li>• Laundry</li> </ul>
Transportation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportation Request</li> <li>• Airline Information</li> </ul>
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TripAdvisor</li> <li>• Facebook</li> <li>• Foursquare</li> <li>• Twitter</li> </ul>
Send a Postcard	✓
The Group	✓
Feedback	✓
Booking	✓
Contact	✓
Profile	✓

**Hotel Information:** Σε αυτή την κατηγορία το ξενοδοχείο παρουσιάζει μέσα από μικρά κείμενα και φωτογραφίες, πληροφορίες οι οποίες είναι χρήσιμες για τους πελάτες καθώς επίσης και θα τους βοηθήσει στην τελική τους επιλογή.

**Dining:** Σε αυτό το τμήμα η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες του ξενοδοχείου να κάνουν κράτηση σε κάποιο από τα εστιατόρια του ξενοδοχείου μέσα από την εφαρμογή ή να παραγγείλουν φαγητό στο δωμάτιο τους.

**The Peak Health Club and Spa:** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να δει τι προσφέρει το ξενοδοχείο και να κάνει κράτηση είτε στο spa είτε στο γυμναστήριο του ξενοδοχείου.

**Our Concierge:** Δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να κανονίσει τη πτήση του, να δει και να κλείσει ότι δραστηριότητες προσφέρει το ξενοδοχείο στους πελάτες του. Επίσης έχει τη δυνατότητα να ζητήσει αφύπνιση από τη ρεσεψιόν του ξενοδοχείου, να μάθει πληροφορίες σχετικά με το τι μπορεί να κάνει στην περιοχή όπου βρίσκεται διαθέτοντας χάρτη με όλα τα σημαντικά αξιοθέατα. Τέλος, η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα να πληροφορείται ο πελάτης σχετικά με τον καιρό.

**Housekeeping:** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να ζητήσει τις υπηρεσίες που αναγράφονται στον πίνακα μέσα από την εφαρμογή.

**Before you arrive:** Το συγκεκριμένο κομμάτι της εφαρμογής αναφέρεται αποκλειστικά σε πελάτες του ξενοδοχείου που έχουν ήδη κάνει κράτηση.

**Transportation:** Ακολούθως και αυτό το κομμάτι αναφέρεται στους πελάτες που έχουν κάνει ήδη κράτηση.

**Social Media:** Δίνει στον πελάτη τη δυνατότητα να βρει το ξενοδοχείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να το διαφημίσει.

**Send a Postcard:** Δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες του ξενοδοχείου να κατεβάσουν τις φωτογραφίες και να τις στείλουν στα αγαπημένα τους άτομα.

**The Group:** Είναι χάρτης που δείχνει τις τοποθεσίες όπου βρίσκονται τα υπόλοιπα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Feedback:** Στις κριτικές για το ξενοδοχείο έχουν πρόσβαση μόνο όσοι είναι πελάτες του ξενοδοχείου και έχουν κάνει λογαριασμό μέσα στην εφαρμογή. Για να δημιουργηθεί ο λογαριασμός απαιτούνται ο αριθμός δωματίου, το όνομα κράτησης ή ένα όνομα χρήστη και έναν κωδικό.

**Booking:** Η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα να κάνει ο πελάτης κράτηση στο ξενοδοχείο μέσα από το κινητό του τηλέφωνο. Πατώντας πάνω σε αυτό το εικονίδιο μπορεί να επιλέξει ημερομηνίες και αριθμό ατόμων και να δει την διαθεσιμότητα δωματίων.

**Contact:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου τηλέφωνο, μιλ καθώς επίσης και η διεύθυνση του ξενοδοχείου.

**Profile:** Αναφέρεται στον ιδιωτικό λογαριασμό του κάθε επισκέπτη και είναι προσβάσιμο μόνο στους πελάτες του ξενοδοχείου.

### 5.1.2 Divani Apollon Palace and Thalasso

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω η σχεδίαση των εφαρμογών των ξενοδοχείων του ομίλου Divani Collections έχει γίνει με τον ίδιο τρόπο και οι μόνες διαφορές που παρατηρούνται είναι στις πληροφορίες των ξενοδοχείων.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	✓
ANDROID	

Η εφαρμογή του ξενοδοχείου αυτού διατίθεται μόνο σε λογισμικό iOS. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν.

Προγραμματιστής	H&S Technology Solutions S.A.
-----------------	-------------------------------

Η εφαρμογή αυτή περιλαμβάνει:

Hotel Information	<ul style="list-style-type: none"><li>• Welcome</li><li>• Hotel Features</li><li>• Guestroom Features</li><li>• Hotel Services</li><li>• Telephone Directory</li><li>• Meeting and Events Facilities</li><li>• Spa &amp; Fitness</li><li>• Privacy Statement</li></ul>
Dining	<ul style="list-style-type: none"><li>• In Room Dining</li><li>• Restaurants</li></ul>
Spa & Fitness	<ul style="list-style-type: none"><li>• Divani Athens Spa and</li></ul>

	<p>Thalasso Center</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitness Center</li> </ul>
Our Concierge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flight Arrangements</li> <li>• Guests Activities</li> <li>• Lost and Found at the airport</li> <li>• Wake up Call</li> <li>• Local Attractions</li> <li>• Local Weather</li> </ul>
Housekeeping	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Room Cleaning</li> <li>• Turn Down Service</li> <li>• Engineering Request</li> <li>• Laundry</li> <li>• In Room Amenity</li> </ul>
Before You Arrive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Special Requests</li> <li>• In Room Amenity</li> <li>• In Room Dining</li> <li>• Transportation request</li> <li>• Laundry</li> </ul>
Transportation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportation Request</li> <li>• Airline Information</li> </ul>
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TripAdvisor</li> <li>• Facebook</li> <li>• Foursquare</li> <li>• Twitter</li> <li>• LinkedIn</li> <li>• Pinterest</li> </ul>
Send a Postcard	✓
The Group	✓
Feedback	✓
Booking	✓
Contact	✓
Profile	✓

**Πληροφορίες Ξενοδοχείου:** Σε αυτό το τμήμα το ξενοδοχείο παρουσιάζει μέσα από μικρά κείμενα και φωτογραφίες, πληροφορίες οι οποίες είναι χρήσιμες για τους πελάτες.

**Dining:** Η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες του ξενοδοχείου να κάνουν κράτηση σε κάποιο από τα εστιατόρια του ξενοδοχείου μέσα από την εφαρμογή ή να παραγγείλουν φαγητό στο δωμάτιο τους.

**Spa & Fitness:** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να δει τι προσφέρει το ξενοδοχείο και να κάνει κράτηση είτε στο σπα είτε στο γυμναστήριο του ξενοδοχείου.

**Our Concierge:** Δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να κανονίσει τη πτήση του, να δει και να κλείσει ότι δραστηριότητες προσφέρει το ξενοδοχείο στους πελάτες του. Επίσης έχει τη δυνατότητα να ζητήσει αφύπνιση από τη ρεσεψιόν του ξενοδοχείου, να μάθει πληροφορίες σχετικά με το τι μπορεί να κάνει στην περιοχή όπου βρίσκεται διαθέτοντας χάρτη με όλα τα σημαντικά αξιοθέατα. Τέλος, η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα να πληροφορείται ο πελάτης σχετικά με τον καιρό.

**Housekeeping:** Μέσα από την κατηγορία αυτή ο πελάτης έχει την δυνατότητα μέσα από το κινητό του τηλέφωνο να ζητήσει τις παραπάνω υπηρεσίες του ξενοδοχείου.

**Before You Arrive:** Το συγκεκριμένο κομμάτι της εφαρμογής αναφέρεται αποκλειστικά σε πελάτες του ξενοδοχείου που έχουν ήδη κάνει κράτηση.

**Transportation:** Ακολούθως και αυτό το κομμάτι αναφέρεται στους πελάτες που έχουν κάνει ήδη κράτηση.

**Social Media:** Δίνει στον πελάτη τη δυνατότητα να βρει το ξενοδοχείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Send a Postcard:** Σε αυτή την κατηγορία παρέχονται επαγγελματικές φωτογραφίες στον πελάτη ο οποίος έχει την δυνατότητα να τις στείλει σε κάποιο αγαπημένο του πρόσωπο.

**The Group:** Είναι χάρτης που δείχνει τις τοποθεσίες όπου βρίσκονται τα υπόλοιπα ξενοδοχεία του ομίλου.



**Feedback:** Στις κριτικές για το ξενοδοχείο έχουν πρόσβαση μόνο όσοι είναι πελάτες του ξενοδοχείου και έχουν κάνει λογαριασμό μέσα στην εφαρμογή. Για να δημιουργηθεί ο λογαριασμός απαιτούνται ο αριθμός δωματίου, το όνομα κράτησης ή ένα όνομα χρήστη και έναν κωδικό.

**Booking:** Η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα να κάνει ο πελάτης κράτηση στο ξενοδοχείο μέσα από το κινητό του τηλέφωνο. Πατώντας πάνω σε αυτό το εικονίδιο μπορεί να επιλέξει ημερομηνίες και αριθμό ατόμων και να δει την διαθεσιμότητα δωματίων.

**Contact:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου (τηλέφωνο, μιλ) καθώς επίσης και η διεύθυνση του ξενοδοχείου.

**Profile:** Αναφέρεται στον ιδιωτικό λογαριασμό του κάθε επισκέπτη και έχουν πρόσβαση μόνο οι πελάτες του ξενοδοχείου.

### 5.1.3 Sofitel Athens Airport

Το **Sofitel Athens Airport** είναι ένα ξενοδοχείο του ομίλου **Accor Hotels**. Η εφαρμογή που διατίθεται για τους επισκέπτες είναι όλου του ομίλου και μέσα από αυτή ο επισκέπτης μπορεί να αναζητήσει το ξενοδοχείο που τον ενδιαφέρει.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Ανάμεσα στα δύο λογισμικά δεν παρατηρείται κάποια διαφοροποίηση όσον αφορά το σχεδιασμό και το περιεχόμενο της εφαρμογής. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	ACCOR
-----------------	-------

Πιο αναλυτικά η εφαρμογή περιλαμβάνει:

Τιμή Δωματίων	✓
Φωτογραφίες Ξενοδοχείου/ Δωματίων	✓

Κριτικές Άλλων πελατών	✓
Χάρτης	✓
Υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο	✓
Περιγραφή του Ξενοδοχείου	✓
Εστιατόρια/ Μπαρ του ξενοδοχείου	✓
Επικοινωνία	✓
Κοινοποίηση της εφαρμογής	✓
Προσθήκη στα αγαπημένα	✓
Check in/ check out	✓
Κράτηση Δωματίων	✓
Προνόμια	✓

**Τιμή Δωματίων:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρεται ενδεικτικά η χαμηλότερη τιμή του ξενοδοχείου για ένα άτομο και μετά δίνει τη δυνατότητα αναζήτησης άλλων δωματίων με μεγαλύτερη τιμή και για περισσότερα άτομα αναλόγως τις απαιτήσεις του κάθε πελάτη.

**Φωτογραφίες Ξενοδοχείου/ Δωματίων:** Παρουσιάζονται φωτογραφίες των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων του ξενοδοχείου καθώς και φωτογραφίες από αξιοθέατα που υπάρχουν στην περιοχή όπου βρίσκεται το ξενοδοχείο και που μπορεί ο πελάτης να επισκεφθεί.

**Κριτικές Άλλων πελατών:** Στην κατηγορία αυτή ο επισκέπτης μπορεί να διαβάσει κριτικές από προηγούμενους πελάτες του ξενοδοχείου και να έχει μία πιο ολοκληρωμένη άποψη σχετικά με τις υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο. Μέσα από αυτή την κατηγορία οι υπεύθυνοι του ξενοδοχείου καταφέρνουν να έρχονται σε επαφή με τον πελάτη και να μαθαίνουν τι είναι αυτό που τον ικανοποιεί. Όπως επίσης μαθαίνουν τι είναι αυτό που δυσαρεστεί τους πελάτες έτσι ώστε να είναι σε θέση να το αλλάξουν.

**Χάρτης:** Στην εφαρμογή υπάρχει ένας χάρτης ο οποίος δείχνει την τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο:** Παρουσιάζονται επιγραμματικά οι υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει το ξενοδοχείο στους πελάτες του. Στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι οι παρακάτω:

- Κατοικίδια
- Γυμναστήριο
- Ιντερνέτ
- 24 ώρες ρεσεψιόν
- Σπα
- Επαγγελματικοί χώροι
- Αίθουσες Συνεδριάσεων
- Κλιματισμός
- Υπηρεσίες για παιδιά
- Θερμαινόμενη πισίνα
- Εστιατόριο
- Υπηρεσίες για Ανάπηρους
- Παρκινγκ
- Μπαρ

**Περιγραφή του Ξενοδοχείου:** Γίνεται αναφορά στην τοποθεσία του ξενοδοχείου. Παρουσιάζεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ξενοδοχείου όπου είναι η τοποθεσία του με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργήσει αξία στον πελάτη. Πέρα από την τοποθεσία αναφέρει και τις πολυτελείς υπηρεσίες που παρέχει.

**Εστιατόριο/ Μπαρ του ξενοδοχείου:** Αναφέρεται στα εστιατόρια και στα μπαρ που περιλαμβάνει το ξενοδοχείο. Παρουσιάζεται περιληπτικά το εστιατόριο, ποιός είναι ο σεφ αλλά και τι κουζίνα διαθέτει. Ακολούθως ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση μέσω μείλ ή τηλεφωνικώς μέσα από την εφαρμογή καθώς επίσης να μάθει τις ώρες λειτουργίας του και τι υπηρεσίες παρέχονται όπως είναι για παράδειγμα ο κλιματισμός, πρόσβαση για ανάπηρους και η καταπληκτική θέα.

**Επικοινωνία:** Αναφέρονται οι τρόποι επικοινωνίας με το ξενοδοχείο (τηλέφωνο, μείλ).

**Κοινοποίηση της εφαρμογής:** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κοινοποιήσει την εφαρμογή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή να στείλει την εφαρμογή σε κάποιον δικό του άνθρωπο έτσι ώστε να προτείνει το ξενοδοχείο αυτό.

**Προσθήκη στα αγαπημένα:** Για να προστεθεί η εφαρμογή στα αγαπημένα χρειάζεται η δημιουργία λογαριασμού. Με αυτό τον τρόπο ο επισκέπτης που θέλει να ξανά επισκεφθεί το ξενοδοχείο βρίσκει την εφαρμογή πολύ εύκολα.

**Check in/ check out:** Αναφέρονται οι ώρες προσέλευσης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Κράτηση Δωματίων:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση το δωμάτιο που τον ενδιαφέρει και να οργανώσει τη διαμονή του στο ξενοδοχείο.

**Προνόμια:** Παρουσιάζονται τα προνόμια που μπορεί να έχει ο κάθε πελάτης αν θέλει να γίνει μέλος στο member club του ξενοδοχείου.

#### 5.1.4 Electra Palace Athens

Τα ξενοδοχεία Electra Hotels and Resorts είναι αλυσίδα η οποία δραστηριοποιείται σε όλη την Ελλάδα. Από τον όμιλο τρία ξενοδοχεία βρίσκονται στην Αττική και αυτά είναι το Electra Palace Athens, Electra Athens, Electra Metropolis Athens. Για όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου υπάρχει μία εφαρμογή η οποία τα περιλαμβάνει όλα και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να διαλέξει το ξενοδοχείο που επιθυμεί. Μπαίνοντας στην εφαρμογή στην αρχική σελίδα υπάρχουν πληροφορίες γενικά για όλα τα ξενοδοχεία. Παρακάτω θα αναλύσουμε τι υπάρχει και τι προσφέρει η εφαρμογή αυτή στους πελάτες των ξενοδοχείων των ομίλων.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	M-hospitality (H+S Technology Solutions S.A.).
-----------------	--

Μπαίνοντας στην εφαρμογή οι κατηγορίες που είναι διαθέσιμες παρουσιάζονται παρακάτω:

Κάντε Κράτηση	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electra Metropolis Athens</li> <li>• Electra Palace Athens</li> <li>• Electra Athens</li> <li>• Electra Palace Thessaloniki</li> <li>• Electra Palace Rhodes</li> </ul>
Electra Rewards	✓
Concierge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αθήνα <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Η Περιοχή</li> <li>➤ Τι να δεις</li> <li>➤ Εκδρομές</li> <li>➤ Πρέπει να πας</li> <li>➤ Κολύμπι</li> <li>➤ Καιρός</li> </ul> </li> <li>• Θεσσαλονίκη</li> <li>• Ρόδος</li> </ul>
Guest services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γρήγορο check-in</li> <li>• Spa</li> <li>• Δραστηριότητες και Εκδρομές</li> <li>• Παραγγελία στο δωμάτιο</li> <li>• Εστιατόρια και Μπαρ</li> <li>• Παροχές</li> <li>• Βλάβες</li> </ul>
Restaurants & Bars	✓
Offers	✓

**Κάντε Κράτηση:** Η εφαρμογή δίνει την δυνατότητα στους πελάτες να διαλέξουν το ξενοδοχείο που επιθυμούν και έπειτα να δουν τις τιμές και τη διαθεσιμότητα δωματίων για τις ημερομηνίες που χρειάζονται. Στη συνέχεια, οι τιμές αναγράφονται δίπλα από την ονομασία του κάθε δωματίου καθώς επίσης και πληροφορίες για το κάθε δωμάτιο (φωτογραφίες και παροχές).

**Electra Rewards:** Αναφέρεται στον ιδιωτικό λογαριασμό του κάθε επισκέπτη και είναι προσβάσιμο μόνο στους πελάτες του ξενοδοχείου. Σε αυτή την κατηγορία ο κάθε πελάτης μπορεί να έχει καλύτερη τιμή σε απευθείας κράτηση, μοναδικά προνόμια και εκπτώσεις καθώς επίσης να κερδίσει και να εξαργυρώσει πόντους.

**Concierge:** Μέσα από την κατηγορία αυτή προσφέρεται στον πελάτη η δυνατότητα απόκτησης χρήσιμων πληροφοριών για το ταξίδι του όπως είναι ένας χάρτης της περιοχής, διάφορα αξιοθέατα της πόλης μαζί με φωτογραφίες χάρτες και πληροφορίες για το κάθε αξιοθέατο ξεχωριστά. Στη συνέχεια παρέχει πληροφορίες για το που μπορεί ο επισκέπτης να κολυμπήσει αν επιθυμεί παραθέτοντας μερικές παραλίες που βρίσκονται όσο το δυνατόν γίνεται πιο κοντά στο ξενοδοχείο. Διάφορες εκδρομές που μπορεί να κάνει ο πελάτης. Τέλος, παρέχονται πληροφορίες για τον καιρό ολόκληρης της εβδομάδας.

**Guest services:** Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διάφορες υπηρεσίες που προσφέρονται στον πελάτη όπως είναι το γρήγορο check in το οποίο δίνει την δυνατότητα να κάνει το check in του μέσα από την εφαρμογή. Επίσης, δίνει την δυνατότητα ραντεβού στο spa του ξενοδοχείου στα εστιατόρια και στα μπαρ, σε διάφορες δραστηριότητες και εκδρομές καθώς επίσης και να ελέγξει τις διάφορες παροχές του ξενοδοχείου καθώς και να ειδοποιήσει για τυχόν βλάβες. Πρόσβαση στην συγκεκριμένη κατηγορία έχουν μόνο πελάτες του ξενοδοχείου.

**Restaurants & Bars:** Μέσα από την κατηγορία αυτή ο πελάτης μπορεί να κάνει κράτηση στα εστιατόρια και στο μπαρ του ξενοδοχείου. Προσφέρεται μόνο για πελάτες του ξενοδοχείου.

**Offers:** Παρουσιάζονται διάφορες προσφορές του ξενοδοχείου.

**Chat with us:** Για να χρησιμοποιηθεί η κατηγορία αυτή πρέπει να έχει γίνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια μπαίνοντας στο μενού το οποίο βρίσκεται πάνω αριστερά της αρχικής σελίδας υπάρχουν διάφορες κατηγορίες οι οποίες παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα:

Τα Ξενοδοχεία	<ul style="list-style-type: none"><li>• Electra Metropolis Athens</li><li>• Electra Palace Athens</li></ul>
---------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electra Athens</li> <li>• Electra Palace Thessaloniki</li> <li>• Electra Palace Rhodes</li> </ul>
Προορισμοί	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αθήνα <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Η Περιοχή</li> <li>➤ Τι να δεις</li> <li>➤ Εκδρομές</li> <li>➤ Πρέπει να πας</li> <li>➤ Κολύμπι</li> <li>➤ Καιρός</li> </ul> </li> <li>• Θεσσαλονίκη</li> <li>• Ρόδος</li> </ul>
Υπηρεσίες	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γρήγορο check-in</li> <li>• Spa</li> <li>• Δραστηριότητες και Εκδρομές</li> <li>• Παραγγελία στο δωμάτιο</li> <li>• Εστιατόρια και Μπαρ</li> <li>• Παροχές</li> <li>• Βλάβες</li> </ul>
Σχόλια	✓
Μικρά Μυστικά	✓
Προσφορά Ημέρας	✓
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• YouTube</li> <li>• Twitter</li> <li>• Instagram</li> <li>• Foursquare</li> <li>• Pinterest</li> </ul>
Φωτογραφίες	✓
Επικοινωνία	✓
Πολιτική Απορρήτου	✓
Privacy Policy	✓

Πολλές από τις κατηγορίες αυτές είναι ίδιες με εκείνες τις αρχικής σελίδας, σχολιάζονται εκείνες που δεν αναφέρονται ήδη.

**Σχόλια:** Αναφέρεται στα σχόλια που μπορεί να θέλει να κάνει ο πελάτης όσον αφορά τη διαμονή του στο ξενοδοχείο. Η κατηγορία αυτή είναι κλειστή και απαιτείται να έχει γίνει κράτηση σε κάποιο ξενοδοχείο.

**Μικρά Μυστικά:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει διάφορες συμβουλές.

**Προσφορά Ημέρας:** Αναφέρεται σε διάφορες προσφορές που μπορεί να έχει το ξενοδοχείο.

**Social Media:** Εκεί αναγράφονται όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχει το ξενοδοχείο και μόλις επιλεγθεί κάποιο από αυτά σε μεταφέρει κατευθείαν στη σελίδα του ξενοδοχείου.

**Φωτογραφίες:** Παρατίθενται διάφορες φωτογραφίες από τους χώρους των ξενοδοχείων.

**Επικοινωνία:** Παρατίθενται πληροφορίες επικοινωνίας για όλα τα ξενοδοχεία, τηλέφωνο, τμήμα κρατήσεων και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

**Πολιτική Απορρήτου:** Παρουσιάζει την πολιτική απορρήτου που χρησιμοποιεί ο όμιλος σχετικά με την εφαρμογή αυτή.

**Privacy Policy:** Αναγράφονται από ποιόν έχει σχεδιασθεί και δημιουργηθεί η εφαρμογή.

**Electra Rewards Policy:** Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής στα προνόμια που προσφέρονται από το ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια, πατώντας πάνω στο ξενοδοχείο **Electra Palace Athens** μεταφέρεται σε μία σελίδα η οποία αφορά μόνο το ξενοδοχείο αυτό. Στην αρχική σελίδα του ξενοδοχείου υπάρχει μία παρουσίαση με μία πλήρη περιγραφή του ξενοδοχείου καθώς επίσης και των παροχών του. Περιγράφεται το ξενοδοχείο εσωτερικά και



εξωτερικά καθώς επίσης και η τοποθεσία όπου βρίσκεται. Η εφαρμογή αυτή είναι διαθέσιμη σε 7 γλώσσες.

Οι κατηγορίες που περιλαμβάνει είναι:

Διαμονή	✓
Εστιατόρια και Μπαρ	✓
Υγεία και Ευεξία	✓
Εκδηλώσεις	✓
Η Γύρω Περιοχή	✓
Τοποθεσία	✓

**Διαμονή:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζει τα δωμάτια του ξενοδοχείου και δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να κάνουν κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Εστιατόρια και Μπαρ:** Παρουσιάζονται τα εστιατόρια και τα μπαρ που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Υγεία και Ευεξία:** Περιλαμβάνει το σπα του ξενοδοχείου καθώς και το γυμναστήριο.

**Εκδηλώσεις:** Παρουσιάζει τις αίθουσες εκδηλώσεων και συνεδριάσεων που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Η Γύρω Περιοχή:** Παρουσιάζει διάφορα σημεία ενδιαφέροντος για τους πελάτες του.

**Τοποθεσία:** Η εφαρμογή περιλαμβάνει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

### 5.1.5 Electra Metropolis Athens

Τα ξενοδοχεία Electra Hotels and Resorts είναι αλυσίδα η οποία δραστηριοποιείται σε όλη την Ελλάδα. Από τον όμιλο τρία ξενοδοχεία βρίσκονται στην Αττική και αυτά είναι το Electra Palace Athens, Electra Athens, Electra Metropolis Athens. Για όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου υπάρχει μία εφαρμογή η οποία τα περιλαμβάνει όλα και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να διαλέξει το ξενοδοχείο που επιθυμεί. Μπαίνοντας στην εφαρμογή στην αρχική σελίδα υπάρχουν πληροφορίες γενικά για όλα τα

ξενοδοχεία. Παρακάτω θα αναλύσουμε τι υπάρχει και τι προσφέρει η εφαρμογή αυτή στους πελάτες των ξενοδοχείων των ομίλων.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	M-hospitality (H+S Technology Solutions S.A.).
-----------------	--

Μπαίνοντας στην εφαρμογή οι κατηγορίες που είναι διαθέσιμες παρουσιάζονται παρακάτω:

Κάντε Κράτηση	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electra Metropolis Athens</li> <li>• Electra Palace Athens</li> <li>• Electra Athens</li> <li>• Electra Palace Thessaloniki</li> <li>• Electra Palace Rhodes</li> </ul>
Electra Rewards	✓
Concierge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αθήνα <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Η Περιοχή</li> <li>➤ Τι να δεις</li> <li>➤ Εκδρομές</li> <li>➤ Πρέπει να πας</li> <li>➤ Κολύμπι</li> <li>➤ Καιρός</li> </ul> </li> <li>• Θεσσαλονίκη</li> <li>• Ρόδος</li> </ul>
Guest services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γρήγορο check-in</li> <li>• Spa</li> <li>• Δραστηριότητες και Εκδρομές</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Παραγγελία στο δωμάτιο</li> <li>• Εστιατόρια και Μπαρ</li> <li>• Παροχές</li> <li>• Βλάβες</li> </ul>
Restaurants & Bars	✓
Offers	✓

**Κάντε Κράτηση:** Η εφαρμογή δίνει την δυνατότητα στους πελάτες να διαλέξουν το ξενοδοχείο που επιθυμούν και έπειτα να δουν τις τιμές και τη διαθεσιμότητα δωματίων για τις ημερομηνίες που χρειάζονται. Στη συνέχεια, οι τιμές αναγράφονται δίπλα από την ονομασία του κάθε δωματίου καθώς επίσης και πληροφορίες για το κάθε δωμάτιο (φωτογραφίες και παροχές).

**Electra Rewards:** Αναφέρεται στον ιδιωτικό λογαριασμό του κάθε επισκέπτη και είναι προσβάσιμο μόνο στους πελάτες του ξενοδοχείου. Σε αυτή την κατηγορία ο κάθε πελάτης μπορεί να έχει καλύτερη τιμή σε απευθείας κράτηση, μοναδικά προνόμια και εκπτώσεις καθώς επίσης να κερδίσει και να εξαργυρώσει πόντους.

**Concierge:** Μέσα από την κατηγορία αυτή προσφέρεται στον πελάτη η δυνατότητα απόκτησης χρήσιμων πληροφοριών για το ταξίδι του όπως είναι ένας χάρτης της περιοχής, διάφορα αξιοθέατα της πόλης μαζί με φωτογραφίες χάρτες και πληροφορίες για το κάθε αξιοθέατο ξεχωριστά. Στη συνέχεια παρέχει πληροφορίες για το που μπορεί ο επισκέπτης να κολυμπήσει αν επιθυμεί παραθέτοντας μερικές παραλίες που βρίσκονται όσο το δυνατόν γίνεται πιο κοντά στο ξενοδοχείο. Διάφορες εκδρομές που μπορεί να κάνει ο πελάτης. Τέλος, παρέχονται πληροφορίες για τον καιρό ολόκληρης της εβδομάδας.

**Guest services:** Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διάφορες υπηρεσίες που προσφέρονται στον πελάτη όπως είναι το γρήγορο check in το οποίο δίνει την δυνατότητα να κάνει το check in του μέσα από την εφαρμογή. Επίσης, δίνει την δυνατότητα να κλείσεις ραντεβού στο σπα του ξενοδοχείου στα εστιατόρια και στα μπαρ, σε διάφορες δραστηριότητες και εκδρομές καθώς επίσης και να ελέγξει τις διάφορες παροχές του ξενοδοχείου καθώς και να ειδοποιήσει για τυχόν βλάβες. Για να μπορέσεις να έχεις πρόσβαση στην κατηγορία αυτή της εφαρμογής πρέπει να είσαι πελάτης του ξενοδοχείου.

**Restaurants & Bars:** Μέσα από την κατηγορία αυτή ο πελάτης μπορεί να κάνει κράτηση στα εστιατόρια και στο μπαρ του ξενοδοχείου. Προσφέρεται μόνο για πελάτες του ξενοδοχείου.

**Offers:** Παρουσιάζονται διάφορες προσφορές του ξενοδοχείου.

**Chat with us:** Για να χρησιμοποιηθεί η κατηγορία αυτή πρέπει να έχει γίνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια μπαίνοντας στο μενού το οποίο βρίσκεται πάνω αριστερά της αρχικής σελίδας υπάρχουν διάφορες κατηγορίες οι οποίες παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα:

Τα Ξενοδοχεία	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electra Metropolis Athens</li> <li>• Electra Palace Athens</li> <li>• Electra Athens</li> <li>• Electra Palace Thessaloniki</li> <li>• Electra Palace Rhodes</li> </ul>
Προορισμοί	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αθήνα <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Η Περιοχή</li> <li>➤ Τι να δεις</li> <li>➤ Εκδρομές</li> <li>➤ Πρέπει να πας</li> <li>➤ Κολύμπι</li> <li>➤ Καιρός</li> </ul> </li> <li>• Θεσσαλονίκη</li> <li>• Ρόδος</li> </ul>
Υπηρεσίες	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γρήγορο check-in</li> <li>• Spa</li> <li>• Δραστηριότητες και Εκδρομές</li> <li>• Παραγγελία στο δωμάτιο</li> <li>• Εστιατόρια και Μπαρ</li> <li>• Παροχές</li> <li>• Βλάβες</li> </ul>
Σχόλια	✓

Μικρά Μυστικά	✓
Προσφορά Ημέρας	✓
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• YouTube</li> <li>• Twitter</li> <li>• Instagram</li> <li>• Foursquare</li> <li>• Pinterest</li> </ul>
Φωτογραφίες	✓
Επικοινωνία	✓
Πολιτική Απορρήτου	✓
Privacy Policy	✓
Electra Rewards Policy	✓

Πολλές από τις κατηγορίες αυτές είναι ίδιες με εκείνες τις αρχικής σελίδας, σχολιάζονται εκείνες που δεν αναφέρονται ήδη.

**Σχόλια:** Αναφέρεται στα σχόλια που μπορεί να θέλει να κάνει ο πελάτης όσον αφορά τη διαμονή του στο ξενοδοχείο. Η κατηγορία αυτή είναι κλειστή και απαιτείται να έχει γίνει κράτηση σε κάποιο ξενοδοχείο.

**Μικρά Μυστικά:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει διάφορες συμβουλές.

**Προσφορά Ημέρας:** Αναφέρεται σε διάφορες προσφορές που μπορεί να έχει το ξενοδοχείο.

**Social Media:** Εκεί αναγράφονται όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχει το ξενοδοχείο και μόλις επιλεγθεί κάποιο από αυτά σε μεταφέρει κατευθείαν στη σελίδα του ξενοδοχείου.

**Φωτογραφίες:** Παρατίθενται διάφορες φωτογραφίες από τους χώρους των ξενοδοχείων.

**Επικοινωνία:** Παρατίθενται πληροφορίες επικοινωνίας για όλα τα ξενοδοχεία, τηλέφωνο, τμήμα κρατήσεων και το μιλ.

**Πολιτική Απορρήτου:** Παρουσιάζει την πολιτική απορρήτου που χρησιμοποιεί ο όμιλος σχετικά με την εφαρμογή αυτή.

**Privacy Policy:** Αναγράφονται από ποιόν έχει σχεδιασθεί και δημιουργηθεί η εφαρμογή.

**Electra Rewards Policy:** Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής στα προνόμια που προσφέρονται από το ξενοδοχείο.

Το **Electra Metropolis Athens** έχει δική του σελίδα με λεπτομέρειες και πληροφορίες που να αφορούν το συγκεκριμένο ξενοδοχείο. Στην αρχική σελίδα του ξενοδοχείου υπάρχει μία πλήρη περιγραφή του ξενοδοχείου καθώς επίσης και των παροχών του. Περιγράφεται το ξενοδοχείο εσωτερικά και εξωτερικά καθώς επίσης και η τοποθεσία όπου βρίσκεται. Η εφαρμογή αυτή διατίθεται σε 7 γλώσσες.

Οι κατηγορίες που περιλαμβάνει είναι:

Διαμονή	✓
Εστιατόρια και Μπαρ	✓
Υγεία και Ευεξία	✓
Εκδηλώσεις	✓
Good to know	✓
Η Γύρω Περιοχή	✓
Τοποθεσία	✓

**Διαμονή:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζει τα δωμάτια του ξενοδοχείου και δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να κάνουν κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Εστιατόρια και Μπαρ:** Παρουσιάζονται τα εστιατόρια και τα μπαρ που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Υγεία και Ευεξία:** Περιλαμβάνει το σπα του ξενοδοχείου καθώς και το γυμναστήριο.

**Εκδηλώσεις:** Παρουσιάζει τις αίθουσες εκδηλώσεων και συνεδριάσεων που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Good to know:** Αναφέρει την ιστορία του ομίλου και του ξενοδοχείου.

**Η Γύρω Περιοχή:** Παρουσιάζει διάφορα σημεία ενδιαφέροντος για τους πελάτες του.

**Τοποθεσία:** Η εφαρμογή περιλαμβάνει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

### 5.1.6 Hilton Athens

Το ξενοδοχείο Hilton Athens είναι μέλος του ομίλου Hilton Honors. Η εφαρμογή που διατίθεται περιλαμβάνει όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου σε όλο τον κόσμο. Μπαίνοντας στην εφαρμογή ο πελάτης έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό κάνοντας κράτηση σε κάποιο ξενοδοχείο.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά χωρίς να παρατηρούνται διαφορές στη χρησιμότητα και στο σχεδιασμό τους. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Hilton Worldwide, Inc.
-----------------	------------------------

Συνοπτικά στην αρχική σελίδα παρουσιάζονται τα εξής:

Search	✓
Stays	✓
Account	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sign In</li><li>• About</li><li>• Legal<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Privacy Statement</li><li>➤ Cookie Statement</li><li>➤ Digital Key Terms of Use</li><li>➤ Digital Check In Terms of Use</li></ul></li></ul>

	➤ Site Usage Agreement
Contact	✓
Sign In	✓
Join Honors	✓

**Search:** Ο πελάτης κατεβάζοντας την εφαρμογή έχει την δυνατότητα να ψάξει το ξενοδοχείο που τον ενδιαφέρει στην πόλη που τον ενδιαφέρει.

**Stays:** Παρέχεται η δυνατότητα ενός ιστορικού με τις διαμονές του πελάτη σε όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Account:** Στην κατηγορία αυτή ο πελάτης μπορεί να δημιουργήσει λογαριασμό καθώς επίσης να μάθει πληροφορίες για την εφαρμογή και την πολιτική απορρήτου.

**Contact:** Στην κατηγορία contact ο πελάτης μπορεί να επικοινωνήσει κατευθείαν με έναν παγκόσμιο αριθμό ο οποίος απευθύνεται σε όλους τους πελάτες των ξενοδοχείων του ομίλου σε όποιο μέρος και αν βρίσκονται.

**Sign In:** Ο πελάτης μπορεί να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή και να έχει ακόμα περισσότερες παροχές στη διάθεση του μέσω αυτής.

**Join Honors:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα προνόμια που προσφέρει το κάθε ξενοδοχείο στον πελάτη του.

Στη συνέχεια, βρίσκοντας στην αναζήτηση το Hilton Athens και πατώντας επάνω μεταφέρεται σε μία σελίδα όπου έχει όλα τα δωμάτια που παρέχει το ξενοδοχείο καθώς επίσης και τις τιμές του κάθε δωματίου. Πατώντας πάνω σε κάποιο δωμάτιο μεταφέρεται σε μία σελίδα όπου έχει φωτογραφίες από το δωμάτιο και τις παροχές του. Ακολούθως, έχει τη διεύθυνση και το τηλέφωνο επικοινωνίας του ξενοδοχείου και χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του. Επιπλέον διαθέτει φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τον εσωτερικό και τον εξωτερικό χώρο καθώς επίσης και τις παροχές – υπηρεσίες του ξενοδοχείου. Τέλος, παρουσιάζει και την πολιτική του ξενοδοχείου.

Τιμή Δωματίων	✓
---------------	---



Φωτογραφίες Ξενοδοχείου/ Δωματίων	✓
Χάρτης	✓
Υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο	✓
Επικοινωνία	✓
Κράτηση Δωματίων	✓
Πολιτική Ξενοδοχείου	✓

### 5.1.7 Hotel Grande Bretagne a Luxury Collection Hotel

Το ξενοδοχείο Grande Bretagne a Luxury Collection Hotel είναι μέλος του ομίλου Marriott. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι του ομίλου Marriott και ονομάζεται Marriott Rewards.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ιντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής ο πελάτης έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει σαν καλεσμένος. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να

δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνόμια που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το Hotel Grande Bretagne a Luxury Collection Hotel έχει διαθέσιμες περίπου 188 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, έχει διάφορες κριτικές από προηγούμενους πελάτες του ξενοδοχείου, χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του και στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amenities</li> <li>• Transportation</li> <li>• Dining</li> <li>• Attractions</li> <li>• Spa</li> <li>• Fitness &amp; Recreation</li> </ul>
Reviews	✓
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης, μαγαζιά κ.λπ.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο, ενοικίαση αυτοκινήτου, λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων, στάσεις λεωφορείων, χώροι στάθμευσης, γραμμές του μετρό και του τρένου.

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα μπαρ και τα εστιατόρια του ξενοδοχείου και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση μέσα από την εφαρμογή.

**Attractions:** Διαθέτει αξιοθέατα, πανεπιστήμια, εταιρείες, θέατρα, μουσεία, νυχτερινή ζωή, στάδια, αγορές για ψώνια ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

**Spa:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση στο spa του ξενοδοχείου.

**Fitness & Recreation:** Παρουσιάζει τις παροχές του ξενοδοχείου στον τομέα της εκγύμνασης.

### 5.1.8 New Hotel Athens

Το ξενοδοχείο New Hotel Athens είναι μέλος των Design Hotels και είναι διαθέσιμο στα κινητά μέσω της εφαρμογής Marriott Rewards.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ίντερνετ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του ο πελάτης και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει σαν καλεσμένος. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνομία που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το New Athens Hotel έχει διαθέσιμες περίπου 62 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, έχει διάφορες κριτικές από προηγούμενους πελάτες του ξενοδοχείου, χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του και στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχος διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amenities</li> <li>• Transportation</li> <li>• Dining</li> <li>• Attractions</li> </ul>
Reviews	✓
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο, χώροι στάθμευσης του αυτοκινήτου, κοντινές στάσεις του μετρό και του τρένου.

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζεται το εστιατόριο του ξενοδοχείου.

**Attractions:** Διαθέτει αξιοθέατα, εταιρείες, μουσεία ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

### 5.1.9 Grand Hyatt Athens

Το ξενοδοχείο Grand Hyatt Athens είναι μέλος του ομίλου Hyatt ο οποίος δραστηριοποιείται σε όλο τον κόσμο. Η εφαρμογή που παρέχει στους πελάτες του ξενοδοχείου είναι όλου του ομίλου και περιλαμβάνει όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου. Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει την διαμονή του σε ένα από τα πολλά ξενοδοχεία του ομίλου που υπάρχουν στον κόσμο καθώς επίσης να επιλέξει τον προορισμό του και η εφαρμογή να του εμφανίσει τα ξενοδοχεία που δραστηριοποιούνται στη χώρα που έχει επιλέξει.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά κάνοντας την έτσι προσβάσιμη σε ευρύτερο κοινό. Η διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά στον σχεδιασμό της εφαρμογής είναι ότι στα iOS μπαίνοντας στην εφαρμογή στο τέλος της σελίδας έχει διάφορες κατηγορίες που μπορεί να επιλέξει ο πελάτης, ενώ στα Android τις επιλογές αυτές τις έχει πάνω αριστερά στην αρχική σελίδα της εφαρμογής. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Hyatt
-----------------	-------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής “World of Hyatt” υπάρχουν τα παρακάτω:

Sign In	✓
Join	✓
Where are you going?	✓
Book	✓
Stays	✓
Account	✓
More	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hotels &amp; Resorts</li><li>• Favorites</li><li>• Chromecast</li><li>• Settings</li><li>• Contact Hyatt</li><li>• Feedback</li><li>• Sign In</li></ul>

**Sign In:** Σε αυτή την κατηγορία ο πελάτης μπορεί να κάνει είσοδο στην εφαρμογή.

**Join:** Επιλέγοντας αυτή την κατηγορία ο πελάτης μπορεί να εγγραφεί με τα προσωπικά του στοιχεία στην εφαρμογή για μελλοντικές εισόδους.

**Where are you going?:** Μηχανή αναζήτησης για τα ξενοδοχεία του ομίλου στις περιοχές όπου δραστηριοποιούνται.

**Book:** Η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα κράτησης στους χρήστες της.

**Stays:** Δίνει τη δυνατότητα ενός ιστορικού το οποίο βοηθάει τον χρήστη να ανατρέξει στις παλαιότερες κρατήσεις του σε όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Account:** Επιτρέπει στον χρήστη να δημιουργήσει έναν λογαριασμό στην εφαρμογή και τον κάνει μέλος στον κόσμο της Hyatt.

**More:** Μέσα από αυτή την κατηγορία ο χρήστης μπορεί να έχει πρόσβαση σε μία μικρή παρουσίαση όλων των ξενοδοχείων του ομίλου σε όλο τον κόσμο, επιπλέον δίνει τη δυνατότητα κράτησης ενός αγαπημένου ξενοδοχείου, με το Google

chromecast μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να συνδεθεί στο Netflix, στο YouTube, στο Spotify και να το συνδέσει με τη τηλεόραση που υπάρχει στο δωμάτιο του. Στη συνέχεια, στις ρυθμίσεις της εφαρμογής ο χρήστης μπορεί να αλλάξει τη γλώσσα της εφαρμογής η οποία διατίθεται σε 8 γλώσσες, να επικοινωνήσει με την εξυπηρέτηση πελατών της Hyatt και να αφήσει μία κριτική για το ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια, στα Hotels & Resorts αφού επιλέξει το Grand Hyatt Athens οι επιλογές που δίνει για το ξενοδοχείο αυτό είναι:

Contact	✓
Location	✓
Save	✓
Photos	✓
Check availability	✓
Local Time	✓
Local Weather	✓
Hotel Overview	✓
Our Hotel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Check in</li> <li>• Check out</li> <li>• Hotel Features</li> <li>• Map &amp; Directions</li> </ul>
Rooms	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Room Types <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Suites</li> <li>➤ Rooms</li> </ul> </li> </ul>
Activities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Area Activities <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Art &amp; Culture</li> </ul> </li> </ul>
Dining	✓
Offers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Member Rate</li> <li>• Double Your Points</li> </ul>

**Contact:** Δίνει τις πληροφορίες επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Location:** Έχει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Save:** Ο χρήστης μπορεί να προσθέσει το ξενοδοχείο αυτό στα αγαπημένα του.

**Photos:** Έχει φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τον εσωτερικό και τον εξωτερικό του χώρο, όπως επίσης και από τα δωμάτια.

**Check Availability:** Μέσα από αυτή την κατηγορία ο χρήστης έχει τη δυνατότητα ελέγχου της διαθεσιμότητας.

**Local Time:** Η εφαρμογή παρέχει την τοπική ώρα.

**Local Weather:** Η εφαρμογή παρέχει τον καιρό στην περιοχή εκείνη.

**Hotel Overview:** Μέσα από ένα μικρό κείμενο παρουσιάζεται το ξενοδοχείο.

**Our Hotel:** Αναφέρει τις ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο καθώς επίσης και τα χαρακτηριστικά του ξενοδοχείου και τι υπηρεσίες παρέχει όπως είναι για παράδειγμα το σπα, τις αίθουσες συνεδριάσεων, γυμναστήριο κ.λπ. Επιπλέον, προσφέρει έναν χάρτη με γραπτές ή προφορικές οδηγίες για το ξενοδοχείο.

**Rooms:** Παρουσιάζει όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου μαζί με φωτογραφίες και τι παροχές έχει το καθένα από αυτά.

**Activities:** Περιλαμβάνει μία μικρή παρουσίαση της Αθήνας και των διάσημων αξιοθέατων της και επιπλέον αναφέρει μερικά από αυτά μαζί με οδηγίες για το που βρίσκονται σε σχέση με το ξενοδοχείο.

**Dining:** Παρουσιάζει τα εστιατόρια του ξενοδοχείου.

**Offers:** Αναφέρει πως μπορεί ο πελάτης να κερδίσει συγκεκριμένα προνόμια και εκπτώσεις για το ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια, πατώντας πάνω στο where are you going? το ξενοδοχείο, έχει όλα τα δωμάτια με αναγραφόμενες τιμές κράτησης.

Τέλος, σε όλες τις σελίδες της εφαρμογής έχει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ( Facebook, YouTube, Twitter) που κατέχει ο όμιλος.

#### **5.1.10 Somewhere Boutique Hotel Vouliagmeni**

Το ξενοδοχείο Somewhere Boutique Hotel Vouliagmeni είναι ένα ξενοδοχείο πέντε αστερών το οποίο ανήκει τον όμιλο Somewhere Hotels με τα υπόλοιπα ξενοδοχεία να



βρίσκονται σε περιοχές όπως είναι η Σαουδική Αραβία και το Ντουμπάι. Το ξενοδοχείο αυτό έχει δική του εφαρμογή.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα τους είναι στον σχεδιασμό της σελίδας. Στο λογισμικό της Apple το μενού βρίσκεται καθέτως ενώ στο λογισμικό της Android το μενού είναι σε οριζόντια θέση. Καμία άλλη διαφορά δεν παρατηρείται.

Προγραμματιστής	Intelity Solutions
-----------------	--------------------

Μπαίνοντας στην εφαρμογή ο χρήστης έχει στη διάθεση του το παρακάτω μενού:

Pre-Arrival Requests	✓
Your Home	<ul style="list-style-type: none"> <li>• You are home</li> <li>• Contact details</li> </ul>
Dining	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In-Room Dining</li> <li>• Breakfast Hot Menu</li> <li>• Breakfast Cold Menu</li> <li>• Dining Tray Pickup</li> <li>• Lobby Bar</li> </ul>
Transportation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxi</li> <li>• Airline Check-in &amp; Booking</li> <li>• Flight Information</li> </ul>
Maps & Directions	✓
Activities & Attractions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scuba Diving</li> <li>• Our Eco Friendly Bikes</li> <li>• Cape Sounio</li> <li>• Acropolis</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lake Vouliagmeni</li> <li>• Acropolis Museum</li> <li>• Ask Captain Panos</li> <li>• Attica Zoo Park</li> <li>• Plaka Athens</li> <li>• Wine Tasting</li> <li>• Events</li> </ul>
Welcome to Ithaki	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visit Ithaki Website</li> <li>• Ithaki Menu</li> </ul>
Ensayar Boutique	✓
Comment Card	✓
Post Card	✓
Art Corner Store	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Art Dose</li> </ul>
News	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USA Today</li> <li>• The Guardian</li> <li>• Aljazeera News</li> </ul>
Book Your Next Stay	✓
Make a Connection	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> </ul>
Mobile Key	✓

**Pre-Arrival Requests:** Μέσα από την εφαρμογή το ξενοδοχείο επιτρέπει στον πελάτη να ζητήσει οτιδήποτε χρειάζεται από το ξενοδοχείο ή να δείξει την προτίμηση του σε πράγματα όπως να επιλέξει τον τύπο του μαξιλαριού που επιθυμεί, να κλείσει ένα μασάζ, να έχει κάποιο ιδιαίτερο μενού και οτιδήποτε άλλο χρειαστεί κατά τη διάρκεια της διαμονής του.

**Your Home:** Μέσα από αυτή την κατηγορία κάνει μία μικρή παρουσίαση του ξενοδοχείου καθώς επίσης παρουσιάζει και τι το κάνει μοναδικό σε σχέση με άλλα τέτοιου είδους. Επιπλέον, διαθέτει και τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Dining:** Παρουσιάζει τις παροχές του ξενοδοχείου όσον αφορά τη σίτιση. Καθώς επίσης και τα μενού που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Transportation:** Παρέχει στον χρήστη την δυνατότητα μετακίνησης με το να κλείσει μέσα από την εφαρμογή ταξί, να κάνει το τσεκ ιν για το αεροδρόμιο και τέλος διαθέτει όλες τις πτήσεις που φτάνουν ή αναχωρούν από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος.

**Maps & Directions:** Διαθέτει χάρτη της Αθήνας καθώς επίσης αναφέρει κάποιους τουριστικούς προορισμούς.

**Activities & Attractions:** Προτείνει κάποια αξιοθέατα όπως για παράδειγμα την Ακρόπολη καθώς επίσης προτείνει διάφορες δραστηριότητες για τους πελάτες του όπως είναι οι καταδύσεις.

**Welcome to Ithaki:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει το μενού και να κάνει κράτηση στο γνωστό εστιατόριο της Βουλιαγμένης Ιθάκη.

**Ensayar Boutique:** Πρόκειται για ένα μαγαζί με ρούχα που βρίσκεται κοντά στο ξενοδοχείο.

**Comment Card:** Πρόκειται για ένα μικρό ερωτηματολόγιο σχετικά με τις παροχές και τις εντυπώσεις του κάθε πελάτη όσον αφορά τη διαμονή του στο ξενοδοχείο.

**Post Card:** Παρέχει στο χρήστη φωτογραφίες, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να αποσταλούν σαν καρτ ποστάλ.

**Art Corner Store:** Σε αυτή την κατηγορία υπάρχουν διάφορα έργα τέχνης όπου ο πελάτης μπορεί να αγοράσει μέσα από την εφαρμογή.

**News:** Διαθέτει διάφορες ειδησεογραφικές ιστοσελίδες.

**Book Your Next Stay:** Δίνει τη δυνατότητα κράτησης μέσα από την εφαρμογή.

**Make a Connection:** Περιλαμβάνει τις σελίδες του ξενοδοχείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Mobile Key:** Ο πελάτης έχοντας κατεβάσει την εφαρμογή έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το κινητό του σαν κλειδί στην πόρτα του δωματίου του.

#### **5.1.11 Athens Marriott Hotel**

Το ξενοδοχείο Athens Marriott Hotel είναι μέλος του ομίλου Marriott. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι του ομίλου Marriott και ονομάζεται Marriott Rewards.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ιντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα ο πελάτης έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει σαν καλεσμένος. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνομία που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το Athens Marriott Hotel έχει διαθέσιμες περίπου 43 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, έχει κριτικές από προηγούμενους πελάτες του ξενοδοχείου, χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του και στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amenities</li> <li>• Transportation</li> <li>• Dining</li> <li>• Attractions</li> <li>• Spa</li> <li>• Fitness &amp; Recreation</li> </ul>
Reviews	✓
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης, μαγαζιά κ.λπ.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο, ενοικίαση αυτοκινήτου, λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων, στάσεις λεωφορείων, χώροι στάθμευσης, γραμμές του μετρό και του τρένου.

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα μπαρ και τα εστιατόρια του ξενοδοχείου και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση μέσα από την εφαρμογή.

**Attractions:** Διαθέτει αξιοθέατα, πανεπιστήμια, εταιρείες, μουσεία, νυχτερινή ζωή, αγορές για ψώνια ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

**Spa:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση στο σπα του ξενοδοχείου.

**Fitness & Recreation:** Παρουσιάζει τις παροχές του ξενοδοχείου στον τομέα της εκγύμνασης.

#### 5.1.12 King George a Luxury Collection

Το ξενοδοχείο King George a Luxury Collection είναι μέλος του ομίλου Marriott. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι του ομίλου Marriott και ονομάζεται Marriott Rewards.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που υπάρχει είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επιπλέον, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ίντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής ο πελάτης έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει σαν καλεσμένος. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνόμια που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το King George a Luxury Collection έχει διαθέσιμες περίπου 88 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, έχει διάφορες κριτικές από προηγούμενους πελάτες του ξενοδοχείου, χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του και στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amenities</li> <li>• Transportation</li> <li>• Dining</li> <li>• Attractions</li> <li>• Spa</li> <li>• Fitness &amp; Recreation</li> </ul>
Reviews	✓
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης, μαγαζιά κ.λπ.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο, ενοικίαση αυτοκινήτου, λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων, στάσεις λεωφορείων, χώροι στάθμευσης, γραμμές του μετρό και του τρένου.

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα μπαρ και τα εστιατόρια του ξενοδοχείου και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση μέσα από την εφαρμογή.

**Attractions:** Διαθέτει αξιοθέατα, πανεπιστήμια, εταιρείες, θέατρα, μουσεία, νυχτερινή ζωή, στάδια, αγορές για ψώνια ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

**Spa:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση στο spa του ξενοδοχείου.

**Fitness & Recreation:** Παρουσιάζει τις παροχές του ξενοδοχείου στον τομέα της εκγύμνασης.

### 5.1.13 Crowne Plaza Athens

Το Crowne Plaza Athens είναι ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων το οποίο βρίσκεται κοντά στο αεροδρόμιο της Αθήνας. Είναι μέλος του ομίλου Intercontinental Hotels Group. Οι εφαρμογές που διαθέτει για το κοινό είναι δύο. Όσον αφορά τα λογισμικά Android υπάρχουν δύο εφαρμογές η μία είναι όλου του ομίλου και η δεύτερη αναφέρεται συγκεκριμένα στο ξενοδοχείο αυτό. Σε αντίθεση με τα λογισμικά iOS όπου η εφαρμογή που διατίθεται είναι όλου του ομίλου.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Προγραμματιστής	Nelios.com
	Intercontinental Hotels Group

Ξεκινώντας από την ιδιωτική εφαρμογή του ξενοδοχείου μπαίνοντας ο χρήστης έχει στη διάθεση του το παρακάτω μενού:

Information	
Facilities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fitness and Recreation</li> </ul>
Offers	✓
Travel Guide	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bars</li> </ul>
Points of Interest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxi</li> </ul>
Useful Numbers	✓



Way Back to Hotel	✓
Share on Social	✓

**Information:** Σε μία μικρή παράγραφο παρουσιάζει το ξενοδοχείο και αναφέρει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα σε σχέση με τα άλλα ξενοδοχεία του ίδιου τύπου. Επιπλέον, περιλαμβάνει ένα λινκ το οποίο μεταφέρει στην επίσημη ιστοσελίδα του ξενοδοχείου στο ιντερνέτ. Πέρα από αυτά περιέχει ένα βίντεο το οποίο προβάλλει το ξενοδοχείο.

**Facilities:** Στην κατηγορία αυτή περιέχει το γυμναστήριο του ξενοδοχείου.

**Offers:** Η κατηγορία αυτή περιέχει διάφορες προσφορές για τους πελάτες του ξενοδοχείου.

**Travel Guide:** Διαθέτει χάρτη με διάφορες τοποθεσίες για έξοδο κοντά στο ξενοδοχείο.

**Points of Interest:** Αναφέρει ότι ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να ζητήσει από τη ρεσεψιόν να καλέσει ταξί για τη μεταφορά του.

**Useful Numbers:** Περιλαμβάνει τον αριθμό της πυροσβεστικής.

**Way Back to Hotel:** Περιλαμβάνει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Share on Social:** Στην κατηγορία αυτή προτρέπει τους χρήστες να ανεβάσουν μία φωτογραφία από το ξενοδοχείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Twitter, Facebook) που χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο για την προβολή του.

Στη συνέχεια, στην εφαρμογή του ομίλου στην αρχική σελίδα έχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο του ομίλου που τον ενδιαφέρει σε όλο τον κόσμο. Στη συνέχεια, δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού στην εφαρμογή βάζοντας ο χρήστης τα προσωπικά του στοιχεία. Όσον αφορά το μενού της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Sign In	✓
Find a Hotel	✓
Stays	✓

Offers	✓
Our Brands	✓
Travel Tools	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tips</li> <li>• Guides</li> <li>• Apps</li> </ul>
Customer Care	✓
About and Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leave Feedback about this app</li> <li>• Terms of use</li> <li>• IHG Rewards Club Terms and Conditions</li> <li>• Privacy Statement</li> </ul>
AdChoices	✓
Home	✓

**Sign In:** Δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού στην εφαρμογή βάζοντας ο χρήστης τα προσωπικά του στοιχεία.

**Find a Hotel:** Η εφαρμογή αυτή έχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο του ομίλου που τον ενδιαφέρει σε όλο τον κόσμο.

**Stays:** Η κατηγορία αυτή βοηθάει τον χρήστη να βρει παλιές κρατήσεις αλλά και επερχόμενες κρατήσεις.

**Offers:** Πρόκειται για προνόμια και προσφορές που παρέχει ο όμιλος στους πιστούς πελάτες του.

**Our Brands:** Αναφέρει επιγραμματικά τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Travel Tools:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει διάφορες συμβουλές για ταξίδια, οδηγούς για τις περιοχές όπου βρίσκονται τα ξενοδοχεία και τέλος εφαρμογές όπου ο χρήστης μπορεί να κατεβάσει και να κάνει το ταξίδι του πιο εύκολο.

**Customer Care:** Δίνει πληροφορίες για την εξυπηρέτηση των πελατών.

**About and Legal:** Πρόκειται για μία κατηγορία η οποία περιλαμβάνει την πολιτική απορρήτου, τους όρους χρήσης της εφαρμογής καθώς επίσης ο πελάτης μπορεί να αφήσει την κριτική του για την εφαρμογή μέσω μηνύματος μέσα από αυτήν.

**AdChoices:** Πρόκειται για ενημέρωση των χρηστών σχετικά με τις διαφημίσεις που μπορούν να εμφανιστούν κατά τη διάρκεια της περιήγησης στην εφαρμογή. Επιπλέον ενημερώνει τους χρήστες σχετικά με τις πληροφορίες που μπορεί να κρατήσει η εφαρμογή.

**Home:** Το κουμπί αυτό μεταφέρει αυτόματα στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

Συνεχίζοντας, πατώντας στην αναζήτηση το ξενοδοχείο παρουσιάζονται οι παρακάτω κατηγορίες οι οποίες αφορούν αποκλειστικά το ξενοδοχείο αυτό. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

Booking	✓
Photos	✓
Contact Hotel	✓
Reviews	✓
Map	✓
Check in – Check out	✓
Overview	✓
Amenities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Services</li> <li>• Health/Fitness Center On-Site</li> <li>• Entertainment and Recreation</li> <li>• Housekeeping and Laundry Services</li> <li>• Miscellaneous</li> </ul>
Dining	✓
Things To Do	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Must see</li> <li>• Must Do</li> <li>• What’s New</li> <li>• Nearby Attractions</li> <li>• Don’t Go Home Without</li> <li>• Tips</li> </ul>

Transportation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parking</li> <li>• Airport Shuttle</li> <li>• Local Area Shuttle</li> <li>• Transportation by Air</li> </ul>
Languages	✓
Credit Cards	✓
Accessibility and Special Needs	✓

**Booking:** Μέσα στην εφαρμογή δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Photos:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες φωτογραφίες από τον εσωτερικό αλλά και τον εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου καθώς επίσης και από τα δωμάτια του.

**Contact Hotel:** Αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Reviews:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες κριτικές παλαιότερων πελατών.

**Map:** Η εφαρμογή αυτή διαθέτει χάρτη με την τοποθεσία του ξενοδοχείου επισημασμένη.

**Check in – Check out:** Αναφέρονται οι ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Overview:** Μέσα στην κατηγορία αυτή περιγράφεται το ξενοδοχείο, οι εγκαταστάσεις του, ο αριθμός των δωματίων που διαθέτει καθώς επίσης το σπα του και ότι άλλο είναι αυτό που το κάνει να ξεχωρίζει.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές που διαθέτει το ξενοδοχείο για τους πελάτες του όπως είναι οι εγκαταστάσεις για επαγγελματική χρήση, το γυμναστήριο και άλλα που προσφέρει το ξενοδοχείο αυτό.

**Dining:** Αναφέρει τα εστιατόρια και τα μπαρ του ξενοδοχείου. Τις ώρες λειτουργίας τους και μία μικρή περιγραφή των χώρων.

**Things To Do:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες προτάσεις για τις δραστηριότητες του πελάτη και τα αξιοθέατα που αξίζει να επισκεφτεί.

**Transportation:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο όσον αφορά τις μεταφορές των πελατών.

**Languages:** Αναφέρει τις γλώσσες που μιλάνε στο ξενοδοχείο.

**Credit Cards:** Αναφέρει τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες που δέχεται το ξενοδοχείο.

**Accessibility and Special Needs:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται ο αριθμός των δωματίων καθώς επίσης ότι το ξενοδοχείο δέχεται τα κατοικίδια.

#### 5.1.14 Theoxenia Palace and House Suites

Το ξενοδοχείο Theoxenia Palace and House Suites είναι μέλος του ομίλου Small Luxury Hotels of the World. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι όλου του ομίλου και πέρα από το συγκεκριμένο ξενοδοχείο περιέχει και άλλα σε όλο τον κόσμο.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό και στην χρήση ανάμεσα στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Small Luxury Hotels of the World
-----------------	----------------------------------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν τέσσερα κουτάκια και μία μηχανή αναζήτησης. Πιο αναλυτικά υπάρχουν τα παρακάτω:

Search	✓
Regions	<ul style="list-style-type: none"><li>• Africa</li><li>• Americas</li><li>• Asia</li><li>• Australia</li><li>• Caribbean</li><li>• Europe</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indian Ocean</li> <li>• Middle East</li> </ul>
Join	✓
Experience	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activity</li> <li>• Adults only</li> <li>• All inclusive</li> <li>• Beach Resorts</li> <li>• City center</li> <li>• Country house</li> <li>• Family</li> <li>• Fine dining</li> <li>• Golf resorts</li> <li>• Historical</li> <li>• Honeymoons</li> <li>• Michelin hotels</li> <li>• Modern design</li> <li>• Pool</li> <li>• Private island</li> <li>• Rooftop</li> <li>• Ski</li> <li>• Spa resorts</li> <li>• UNESCO site</li> <li>• Waterfront</li> <li>• Wildlife of safari</li> <li>• Wine cellar</li> <li>• Wine experiences</li> </ul>
Map	✓
Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• About</li> <li>• Privacy</li> <li>• Terms &amp; Conditions</li> <li>• Help</li> </ul>

**Search:** Υπάρχει μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να ψάξει το ξενοδοχείο που επιθυμεί.

**Regions:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλες οι περιοχές στις οποίες υπάρχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Join:** Η εφαρμογή επιτρέπει στον πελάτη να δημιουργήσει έναν ιδιωτικό λογαριασμό σε αυτήν.

**Experience:** Όπως γίνεται αντιληπτό και από τον παραπάνω πίνακα η εφαρμογή βοηθάει τον πελάτη να επιλέξει τη διαμονή του με βάση τις εμπειρίες που επιθυμεί να αποκομίσει από αυτή.

**Map:** Χάρτης που δείχνει πιο ξενοδοχείο είναι το κοντινότερο στην περιοχή όπου βρίσκεται ο χρήστης.

**Info:** Περιέχει τους όρους χρήσης της εφαρμογής.

Στη συνέχεια, πατώντας στην αναζήτηση το ξενοδοχείο Theoxenia Palace and House Suites μεταφέρεται σε μία σελίδα με πληροφορίες και φωτογραφίες για το ξενοδοχείο. Πιο συγκεκριμένα περιέχει:

Book now	✓
Call	✓
Map	✓
Share	✓
Photos	✓
Unique qualities	✓
The hotel in detail	✓
The rooms	✓
Food & Drink	✓
Spa	✓
Services & Facilities	✓
Rooms facilities	✓
Recreation	✓

**Book now:** Στην κατηγορία αυτή ο χρήστης μπορεί να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο μέσα από την εφαρμογή.

**Call:** Περιέχει το τηλέφωνο του ξενοδοχείου.

**Map:** Περιέχει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Share:** Μπορεί ο χρήστης να κάνει κοινοποίηση την εφαρμογή είτε σε έναν φίλο του είτε στα προσωπικά του μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Photos:** Περιλαμβάνει φωτογραφίες από τους χώρους του ξενοδοχείου.

**Unique qualities:** Μέσα από μία μικρή παράγραφο παρουσιάζει τι κάνει το ξενοδοχείο αυτό μοναδικό.

**The hotel in detail:** Πρόκειται για μια μικρή παρουσίαση του ξενοδοχείου και των εγκαταστάσεων του μέσα από ένα μικρό κείμενο.

**The rooms:** Παρουσιάζει τα δωμάτια του ξενοδοχείου με έναν αρκετά λεπτομερή τρόπο.

**Food & Drink:** Αναφέρει τα εστιατόρια και τα μπαρ που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Spa:** Μέσα από μία μικρή παράγραφο κάνει αναφορά στο σπα του ξενοδοχείου και τις παροχές που αυτό διαθέτει.

**Services & Facilities:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο όπως για παράδειγμα το παρκινγκ, πισίνα, υπηρεσία αφύπνισης κ.α.

**Rooms facilities:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο στα δωμάτια όπως για παράδειγμα η τηλεόραση, τηλέφωνο, χρηματοκιβώτιο κ.α.

**Recreation:** Αναφέρει δραστηριότητες που μπορεί ο πελάτης να κάνει μέσα στο ξενοδοχείο όπως είναι για παράδειγμα το μπιλιάρδο.

### **5.1.15 The Margi Hotel**

Το ξενοδοχείο The Margi ανήκει και αυτό στον όμιλο Small Luxury Hotels of the World. Έτσι λοιπόν η εφαρμογή που διαθέτει είναι όλου του ομίλου και έχει τα ίδια χαρακτηριστικά με το Theoxenia Palace and House Suites.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:



iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή διατίθεται και στα δύο λογισμικά. Καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό και στην χρήση ανάμεσα στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Small Luxury Hotels of the World
-----------------	----------------------------------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν τέσσερα κουτάκια και μία μηχανή αναζήτησης. Πιο αναλυτικά υπάρχουν τα παρακάτω:

Search	✓
Regions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Africa</li> <li>• Americas</li> <li>• Asia</li> <li>• Australia</li> <li>• Caribbean</li> <li>• Europe</li> <li>• Indian Ocean</li> <li>• Middle East</li> </ul>
Join	✓
Experience	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activity</li> <li>• Adults only</li> <li>• All inclusive</li> <li>• Beach Resorts</li> <li>• City center</li> <li>• Country house</li> <li>• Family</li> <li>• Fine dining</li> <li>• Golf resorts</li> <li>• Historical</li> <li>• Honeymoons</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Michelin hotels</li> <li>• Modern design</li> <li>• Pool</li> <li>• Private island</li> <li>• Rooftop</li> <li>• Ski</li> <li>• Spa resorts</li> <li>• UNESCO site</li> <li>• Waterfront</li> <li>• Wildlife of safari</li> <li>• Wine cellar</li> <li>• Wine experiences</li> </ul>
Map	✓
Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• About</li> <li>• Privacy</li> <li>• Terms &amp; Conditions</li> <li>• Help</li> </ul>

**Search:** Υπάρχει μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να ψάξει το ξενοδοχείο που επιθυμεί.

**Regions:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλες οι περιοχές στις οποίες υπάρχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Join:** Η εφαρμογή επιτρέπει στον πελάτη να δημιουργήσει έναν ιδιωτικό λογαριασμό σε αυτήν.

**Experience:** Όπως γίνεται αντιληπτό και από τον παραπάνω πίνακα η εφαρμογή βοηθάει τον πελάτη να επιλέξει τη διαμονή του με βάση τις εμπειρίες που επιθυμεί να αποκομίσει από αυτή.

**Map:** Χάρτης που δείχνει πιο ξενοδοχείο είναι το κοντινότερο στην περιοχή όπου βρίσκεται ο χρήστης.

**Info:** Περιέχει τους όρους χρήσης της εφαρμογής.

Στη συνέχεια, πατώντας στην αναζήτηση το ξενοδοχείο The Margi Hotel μεταφέρεται σε μία σελίδα με πληροφορίες και φωτογραφίες για το ξενοδοχείο. Πιο συγκεκριμένα περιέχει:

Book now	✓
Call	✓
Map	✓
Share	✓
Photos	✓
Unique qualities	✓
The hotel in detail	✓
The rooms	✓
Food & Drink	✓
Spa	✓
Services & Facilities	✓
Rooms facilities	✓

**Book now:** Στην κατηγορία αυτή ο χρήστης μπορεί να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο μέσα από την εφαρμογή.

**Call:** Περιέχει το τηλέφωνο του ξενοδοχείου.

**Map:** Περιέχει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Share:** Μπορεί ο χρήστης να κάνει κοινοποίηση την εφαρμογή είτε σε έναν φίλο του είτε στα προσωπικά του μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Photos:** Περιλαμβάνει φωτογραφίες από τους χώρους του ξενοδοχείου.

**Unique qualities:** Μέσα από μία μικρή παράγραφο παρουσιάζει τι κάνει το ξενοδοχείο αυτό μοναδικό.

**The hotel in detail:** Πρόκειται για μια μικρή παρουσίαση του ξενοδοχείου και των εγκαταστάσεων του μέσα από ένα μικρό κείμενο.

**The rooms:** Παρουσιάζει τα δωμάτια του ξενοδοχείου με έναν αρκετά λεπτομερή τρόπο.

**Food & Drink:** Αναφέρει τα εστιατόρια και τα μπαρ που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Spa:** Μέσα από μία μικρή παράγραφο κάνει αναφορά στο σπα του ξενοδοχείου και τις παροχές που αυτό διαθέτει.

**Services & Facilities:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο όπως για παράδειγμα το παρκινγκ, υπηρεσία αφύπνισης, αίθουσες συνεδριάσεων, πρωινό, ανελκυστήρες εστιατόρια κ.α.

**Rooms facilities:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο στα δωμάτια όπως για παράδειγμα είναι η τηλεόραση, το τζακούζι, το μίνι μπαρ, η εφημερίδα κ.α.

### 5.1.16 Semiramis Hotel

Το ξενοδοχείο Semiramis Hotel είναι μέλος των Design Hotels και είναι διαθέσιμο στα κινητά μέσω της εφαρμογής Marriott Rewards.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ιντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα ο πελάτης έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει χωρίς να κάνει εγγραφή. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο

που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνόμια που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το Semiramis Hotel έχει διαθέσιμες περίπου 42 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, έχει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου καθώς επίσης στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"><li>• Amenities</li><li>• Transportation</li><li>• Dining</li><li>• Attractions</li><li>• Fitness &amp; Recreation</li></ul>
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης, μαγαζιά κ.λπ.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο, ενοικίαση αυτοκινήτου, χώροι στάθμευσης, γραμμές του μετρό και του τρένου.

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζεται το εστιατόριο του ξενοδοχείου.

**Attractions:** Διαθέτει εταιρείες, μουσεία, γκαλερί ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

**Fitness & Recreation:** Παρουσιάζει τις παροχές του ξενοδοχείου στον τομέα της εκγύμνασης.

### 5.1.17 Academia of Athens Autograph Collection

Το ξενοδοχείο Academia of Athens Autograph Collection είναι μέλος του ομίλου Marriott. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι του ομίλου Marriott και ονομάζεται Marriott Rewards.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ιντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα ο χρήστης έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει χωρίς να κάνει εγγραφή. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά

έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνομία που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το Academia of Athens Autograph Collection έχει διαθέσιμες περίπου 10 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, έχει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου καθώς επίσης στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"><li>• Amenities</li><li>• Transportation</li><li>• Dining</li><li>• Attractions</li><li>• Spa</li><li>• Fitness &amp; Recreation</li></ul>
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης, μαγαζιά κ.λπ.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο, ενοικίαση αυτοκινήτου.

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζεται το εστιατόριο του ξενοδοχείου.

**Attractions:** Διαθέτει μουσεία, στάδια και άλλους τουριστικούς προορισμούς στην Αθήνα ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

**Spa:** Παρουσιάζει το σπα του ξενοδοχείου.

**Fitness & Recreation:** Παρουσιάζει τις παροχές του ξενοδοχείου στον τομέα της εκγύμνασης.

### 5.1.18 Radisson Blu Park Hotel Athens

Το Radisson Blu Park Hotel Athens είναι μέλος του ομίλου Radisson Blu και η εφαρμογή που διαθέτει είναι του ομίλου.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό της εφαρμογής ανάμεσα στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Runtriz, Inc
-----------------	--------------

Στη συνέχεια, στην αρχική σελίδα υπάρχουν τα παρακάτω:

Find	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nearby</li><li>• Africa</li><li>• Americas</li><li>• Asia Pacific</li><li>• Europe &amp; CIS</li><li>• Middle East</li></ul>
Book	✓
My Hotel	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chat with Hotel</li><li>• Check in/out</li><li>• Hotel Information</li><li>• Hotel Food &amp; Drink</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Room Service</li> <li>• Out &amp; About</li> <li>• Meetings</li> <li>• Schedule of Events</li> <li>• Health &amp; Fitness</li> </ul>
Inbox	✓
More	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Languages</li> <li>• Radisson Rewards</li> <li>• Gift Cards</li> <li>• Radissonblu.com</li> <li>• Blu Blog</li> <li>• Terms &amp; Conditions</li> <li>• Privacy Policy</li> <li>• Ad and Cookie Policy</li> <li>• App Feedback</li> </ul>

**Find:** Μπαίνοντας στην εφαρμογή έχει τις τοποθεσίες στις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα τα ξενοδοχεία του ομίλου. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει το ξενοδοχείο που επιθυμεί

**Book:** Στην κατηγορία αυτή ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο που επιθυμεί.

**My Hotel:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζει διάφορες πληροφορίες και υπηρεσίες που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Inbox:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δέχεται μηνύματα όσον αφορά τη διαμονή του στο ξενοδοχείο.

**More:** Η κατηγορία αυτή έχει να κάνει με τις λειτουργίες της εφαρμογής.

Συνεχίζοντας στην εφαρμογή και πατώντας το ξενοδοχείο Radisson Blu Park Hotel Athens υπάρχει μόνο διαθέσιμη η επιλογή να κάνεις κράτηση ενώ όπως παρατηρείται στα υπόλοιπα ξενοδοχεία του ομίλου μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες οι παροχές και οι υπηρεσίες που προσφέρει το κάθε ξενοδοχείο.

### 5.1.19 St. George Lycabettus Lifestyle Hotel

Το ξενοδοχείο St.George Lycabettus Lifestyle Hotel είναι ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων το οποίο δραστηριοποιείται στο κέντρο της Αθήνας.

Η εφαρμογή του διατίθεται σε:

iOS	
ANDROID	✓

Η εφαρμογή του ξενοδοχείου αυτού διατίθεται μέχρι στιγμής σε λογισμικά Android. Έπειτα από επικοινωνία με το ξενοδοχείο η εφαρμογή θα διατίθεται και σε λογισμικό της Apple σε λίγο καιρό. Συνεπώς, η ανάλυση της εφαρμογής θα γίνει μόνο για τα λογισμικά Android.

Προγραμματιστής	Guest Arena PC
-----------------	----------------

Στη συνέχεια, μπαίνοντας στην εφαρμογή ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να εισέλθει είτε κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή, είτε σύνδεση στον ήδη υπάρχοντα λογαριασμό και τέλος μπορεί να μπει χωρίς να κάνει τίποτα από τα παραπάνω.

Login	✓
Create a new Account	✓
Explore as guest	✓

Προχωρώντας στην εφαρμογή, υπάρχει η δυνατότητα να ελέγξει ο χρήστης την κράτηση του στο ξενοδοχείο. Την συγκεκριμένη ενέργεια μπορούν να την κάνουν μόνο όσοι έχουν λογαριασμό στην εφαρμογή. Ακολούθως, υπάρχει η δυνατότητα βελτιστοποίησης της διαμονής, στην οποία κατηγορία ο πελάτης μπορεί να κλείσει διάφορες υπηρεσίες όπως είναι το πρωινό, να κλείσει τραπέζι στο εστιατόριο του ξενοδοχείου, να κάνει κράτηση σε διάφορες δραστηριότητες που οργανώνει το ξενοδοχείο, να ζητήσει κάτι από τη ρεσεψιόν κ.α. Επιπλέον, διαθέτει ζωντανή συνομιλία με τη ρεσεψιόν καθώς επίσης και το τηλέφωνο του ξενοδοχείου.

Restaurant	✓
Experiences	✓
Concierge	✓
Gifts & Treats	✓

Στο μενού της εφαρμογής υπάρχουν οι παρακάτω κατηγορίες:

Create Profile	✓
Pre-Registration	✓
Feedback	✓
Rate our app	✓

**Create Profile:** Μεταφέρει τον χρήστη στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

**Pre-Registration:** Επιτρέπει στον χρήστη να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή μεταφέροντας τον σε μία φόρμα όπου θα μπορεί να προσθέσει τα προσωπικά του στοιχεία.

**Feedback:** Κοινοποίηση της εφαρμογής σε κάποιο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του χρήστη.

**Rate our app:** Αξιολόγηση της εφαρμογής.

#### 5.1.20 Athenaeum Intercontinental Athens

Το Athenaeum Intercontinental Athens είναι ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Είναι μέλος του ομίλου Intercontinental Hotels Group. Η εφαρμογή που διατίθεται είναι όλου του ομίλου και ο πελάτης πρέπει να πατήσει στην αναζήτηση το συγκεκριμένο ξενοδοχείο για να μπορέσει να ανακαλύψει τις παροχές που διαθέτει.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Επίσης, καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό και στην λειτουργία της εφαρμογής.

Προγραμματιστής	Intercontinental Hotels Group
-----------------	-------------------------------

Ξεκινώντας από την εφαρμογή του ομίλου στην αρχική σελίδα έχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο του ομίλου που τον ενδιαφέρει σε όλο τον κόσμο. Στη συνέχεια, δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού στην εφαρμογή βάζοντας ο χρήστης τα προσωπικά του στοιχεία. Όσον αφορά το μενού της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Sign In	✓
Find a Hotel	✓
Stays	✓
Offers	✓
Our Brands	✓
Travel Tools	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tips</li> <li>• Guides</li> <li>• Apps</li> </ul>
Customer Care	✓
About and Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leave Feedback about this app</li> <li>• Terms of use</li> <li>• IHG Rewards Club Terms and Conditions</li> <li>• Privacy Statement</li> </ul>
AdChoices	✓
Home	✓

**Sign In:** Δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού στην εφαρμογή βάζοντας ο χρήστης τα προσωπικά του στοιχεία.

**Find a Hotel:** Η εφαρμογή αυτή έχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο του ομίλου που τον ενδιαφέρει σε όλο τον κόσμο.

**Stays:** Η κατηγορία αυτή βοηθάει τον χρήστη να βρει παλιές κρατήσεις.

**Offers:** Πρόκειται για προνόμια και προσφορές που παρέχει ο όμιλος στους πιστούς πελάτες του.

**Our Brands:** Αναφέρει επιγραμματικά τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Travel Tools:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει διάφορες συμβουλές για ταξίδια, οδηγούς για τις περιοχές όπου βρίσκονται τα ξενοδοχεία και τέλος εφαρμογές όπου ο χρήστης μπορεί να κατεβάσει και να κάνει το ταξίδι του πιο εύκολο.

**Customer Care:** Δίνει πληροφορίες για την εξυπηρέτηση των πελατών.

**About and Legal:** Πρόκειται για μία κατηγορία η οποία περιλαμβάνει την πολιτική απορρήτου, τους όρους χρήσης της εφαρμογής καθώς επίσης ο πελάτης μπορεί να αφήσει την κριτική του για την εφαρμογή μέσω μηνύματος μέσα από αυτήν.

**AdChoices:** Πρόκειται για ενημέρωση των χρηστών σχετικά με τις διαφημίσεις που μπορούν να εμφανιστούν κατά τη διάρκεια της περιήγησης στην εφαρμογή. Επιπλέον ενημερώνει τους χρήστες σχετικά με τις πληροφορίες που μπορεί να κρατήσει η εφαρμογή.

**Home:** Το κουμπί αυτό μεταφέρει αυτόματα στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

Στη συνέχεια, πατώντας στην αναζήτηση το ξενοδοχείο παρουσιάζονται οι παρακάτω κατηγορίες οι οποίες αφορούν αποκλειστικά το ξενοδοχείο αυτό. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

Booking	✓
Photos	✓
Contact Hotel	✓
Reviews	✓
Map	✓
Check in – Check out	✓
Overview	✓
Amenities	<ul style="list-style-type: none"><li>• Business Services</li><li>• Health/Fitness Center On-Site</li><li>• Entertainment and Recreation</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Housekeeping and Laundry Services</li> <li>• Miscellaneous</li> </ul>
Dining	✓
Things To Do	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Must see</li> <li>• Must Do</li> <li>• What's New</li> <li>• Nearby Attractions</li> <li>• Don't Go Home Without</li> <li>• Tips</li> </ul>
Transportation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parking</li> <li>• Airport Shuttle</li> <li>• Local Area Shuttle</li> <li>• Transportation by Air</li> </ul>
Languages	✓
Credit Cards	✓
Accessibility and Special Needs	✓

**Booking:** Μέσα στην εφαρμογή δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Photos:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες φωτογραφίες από τον εσωτερικό αλλά και τον εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου καθώς επίσης και από τα δωμάτια του.

**Contact Hotel:** Αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Reviews:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες κριτικές παλαιότερων πελατών.

**Map:** Η εφαρμογή αυτή διαθέτει χάρτη με την τοποθεσία του ξενοδοχείου επισημασμένη.

**Check in – Check out:** Αναφέρονται οι ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Overview:** Μέσα στην κατηγορία αυτή περιγράφεται το ξενοδοχείο, οι εγκαταστάσεις του, ο αριθμός των δωματίων που διαθέτει καθώς επίσης το σπα του και ότι άλλο είναι αυτό που το κάνει να ξεχωρίζει.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές που διαθέτει το ξενοδοχείο για τους πελάτες του όπως είναι οι εγκαταστάσεις για επαγγελματική χρήση, το γυμναστήριο και άλλα που προσφέρει το ξενοδοχείο αυτό.

**Dining:** Αναφέρει τα εστιατόρια και τα μπαρ του ξενοδοχείου. Τις ώρες λειτουργίας τους και μία μικρή περιγραφή των χώρων.

**Things To Do:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες προτάσεις για τις δραστηριότητες του πελάτη και τα αξιοθέατα που αξίζει να επισκεφτεί.

**Transportation:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο όσον αφορά τις μεταφορές των πελατών.

**Languages:** Αναφέρει τις γλώσσες που μιλάνε στο ξενοδοχείο.

**Credit Cards:** Αναφέρει τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες που δέχεται το ξενοδοχείο.

**Accessibility and Special Needs:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται ο αριθμός των δωματίων καθώς επίσης ότι το ξενοδοχείο δέχεται τα κατοικίδια.

#### **5.1.21 Four Seasons Astir Palace Hotel Athens**

Το ξενοδοχείο Four Seasons Astir Palace Hotel Athens είναι ένα πεντάστερο ξενοδοχείο που βρίσκεται στη Βουλιαγένη της Αθήνας και ανήκει στον όμιλο Four Seasons. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι όλου του όμιλου.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Επίσης, καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό και στην λειτουργία της εφαρμογής.

Προγραμματιστής	Four Seasons Hotels Ltd.
-----------------	--------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή, στην αρχική σελίδα έχει την δυνατότητα να συνέχισης σαν χρήστης του ξενοδοχείου ή σαν ανεξάρτητος χρήστης για να μπορεί ο πελάτης να κάνει κράτηση σε κάποιο από τα ξενοδοχεία του ομίλου. Στη συνέχεια, υπάρχει μία μηχανή αναζήτησης η οποία διαθέτει όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου. Επιλέγοντας την Αθήνα μεταβαίνει αμέσως στην σελίδα του ξενοδοχείου. Στην σελίδα του ξενοδοχείου υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Call	✓
Email	✓
Directions	✓
Address	✓
Accommodations	✓
Photos and videos	✓
Offers	✓

**Call:** Περιέχει το τηλέφωνο επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Email:** Περιέχει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του ξενοδοχείου.

**Directions:** Δίνει οδηγίες για την πρόσβαση στο ξενοδοχείο.

**Address:** Αναφέρει τη διεύθυνση του ξενοδοχείου.

**Accommodations:** Στη συγκεκριμένη κατηγορία υπάρχουν διαθέσιμα όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου. Επιλέγοντας κάποιο από αυτά δίνει πληροφορίες σχετικά με το δωμάτιο.

**Photos and videos:** Περιέχει φωτογραφίες και βίντεο από τους εσωτερικούς και από τους εξωτερικούς χώρους του ξενοδοχείου.

**Offers:** Αυτή η κατηγορία είναι διαθέσιμη μόνο στους πελάτες του ξενοδοχείου οι οποίοι μπορούν να κάνουν σύνδεση στην εφαρμογή.



## 5.2 Ανάλυση 4\* Ξενοδοχειακών Μονάδων Αττικής

### 5.2.1 New Aegli Resort Hotel Poros

Το ξενοδοχείο New Aegli Resort Hotel Poros είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστερών στον Πόρο.

Η εφαρμογή του διατίθεται σε:

iOS	
ANDROID	✓

Η εφαρμογή του ξενοδοχείου διατίθεται μόνο σε λογισμικά Android και είναι δωρεάν.

Προγραμματιστής	New Technology Advertisements
-----------------	-------------------------------

Στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν οι παρακάτω κατηγορίες:

Photos	✓
Πληροφορίες	<ul style="list-style-type: none"><li>• Πληροφορίες Wi-Fi</li><li>• Εγκαταστάσεις γυμναστηρίου</li><li>• Εγκαταστάσεις πισίνας</li><li>• Εγκαταστάσεις παιδότοπου</li><li>• Αθλητικές εγκαταστάσεις</li><li>• Εγκαταστάσεις παραλίας</li><li>• Συνέδρια &amp; Συναντήσεις</li></ul>
Χρήση δωματίου	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ασφάλεια</li><li>• Κλιματισμός</li><li>• Προφυλάξεις για χρήση του υδρομασάζ</li><li>• Οδηγίες τηλεφώνου</li></ul>
Εστίαση	✓
Express Check-in	✓

Πριν την άφιξη σας	✓
Επικοινωνία	✓
Υπηρεσίες δωματίου	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αιτήματα αντικειμένων</li> <li>• Καθαρισμός δωματίου</li> <li>• Υπηρεσία πλυντηρίου</li> <li>• Τεχνική υποστήριξη</li> </ul>
Παραλαβή δίσκου	✓
Υπηρεσία αποσκευών	✓
Αφύπνιση	✓
Υπηρεσίες υποδοχής	✓
Spa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sauna</li> <li>• Massage</li> <li>• Αντικείμενα Spa</li> </ul>
Μετακινήσεις	✓
Μεταφορές	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Άφιξη με πλοίο</li> <li>• Άφιξη με λεωφορείο</li> <li>• Καλέστε ταξί του Πόρου</li> </ul>
Online κρατήσεις	✓
Mini Shop	✓
Loyal Members	✓
Η γνώμη σας	✓
Ο προορισμός μας	✓
Online chat	✓
Social Media	✓
Manessi Hotel	✓

**Photos:** Διαθέτει φωτογραφίες από τον εξωτερικό και τον εσωτερικό χώρο του ξενοδοχείου.

**Πληροφορίες:** Σε αυτή την κατηγορία έχει διαθέσιμες διάφορες χρήσιμες πληροφορίες για τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου.

**Χρήση δωματίου:** Σε αυτή την κατηγορία υπάρχουν χρήσιμες πληροφορίες για τον πελάτη όσον αφορά τη διαμονή του στο ξενοδοχείο και στο δωμάτιο.

**Εστίαση:** Πατώντας σε αυτή την κατηγορία μεταφέρεται σε μία ιστοσελίδα του ξενοδοχείου η οποία έχει το μενού του ξενοδοχείου καθώς και τιμοκατάλογο. Έτσι ο πελάτης μπορεί να παραγγείλει να φάει ή να πιεί ότι θέλει μέσα από την εφαρμογή.

**Express Check-in:** Αυτή η κατηγορία μεταφέρει τον χρήστη σε μία ιστοσελίδα του ξενοδοχείου η οποία πρόκειται για μία φόρμα για να μπορέσει ο πελάτης να κάνει το τσεκ in κατευθείαν από εκεί.

**Πριν την άφιξη σας:** Πρόκειται για μία φόρμα η οποία έχει διάφορες παροχές και υπηρεσίες που μπορεί να ζητήσει ο πελάτης πριν την άφιξη του στο ξενοδοχείο. Για παράδειγμα μπορεί να ζητήσει ένα μπουκάλι σαμπάνια ή ένα ρομαντικό πακέτο.

**Επικοινωνία:** Περιέχει όλα τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Υπηρεσίες δωματίου:** Μέσω αυτής της κατηγορίας ο πελάτης μπορεί να ζητήσει από τη ρεσεψιόν να καθαρίσει το δωμάτιο ή τις υπηρεσίες πλυντηρίου.

**Παραλαβή δίσκου:** Πρόκειται για μία φόρμα συμπλήρωσης με την οποία ο πελάτης μπορεί να ζητήσει από τη ρεσεψιόν να μαζέψει το δίσκο από το δωμάτιο.

**Υπηρεσία αποσκευών:** Πρόκειται για φόρμα συμπλήρωσης με την οποία ο πελάτης ειδοποιεί τη ρεσεψιόν ότι χρειάζεται βοήθεια με την μεταφορά των αποσκευών του.

**Αφύπνιση:** Πρόκειται για μία φόρμα συμπλήρωσης με την οποία ο πελάτης ζητάει από τη ρεσεψιόν την υπηρεσία αφύπνισης.

**Υπηρεσίες υποδοχής:** Πρόκειται για μία φόρμα με την οποία ο πελάτης μπορεί να ζητήσει παράταση του check out.

**Spa:** Μέσα από αυτή την κατηγορία ο πελάτης μπορεί να κάνει κράτηση στο spa του ξενοδοχείου.

**Μετακινήσεις:** Δίνει οδηγίες προσέλευσης στον Πόρο.

**Μεταφορές:** Περιέχει τα δρομολόγια πλοίων και λεωφορείων από και προς τον Πόρο.

**Online κρατήσεις:** Μεταφέρει στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου όπου ο πελάτης μπορεί να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Mini Shop:** Το mini shop του ξενοδοχείου διαθέτει κρέμες και αντηλιακά για τους πελάτες του.

**Loyal Members:** Μεταφέρει στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου και αναφέρεται στα μέλη του ξενοδοχείου.

**Η γνώμη σας:** Πρόκειται για ένα ερωτηματολόγιο όπου οι πελάτες μπορούν να εκφράσουν την γνώμη τους όσον αφορά τη διαμονή τους στο ξενοδοχείο.

**Ο προορισμός μας:** Περιέχει διάφορα αξιοθέατα του Πόρου όπου μπορεί ο τουρίστας να επισκεφτεί.

**Online chat:** Μεταφέρεται στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου όπου εκεί ο πελάτης μπορεί να μιλήσει κατευθείαν με τη ρεσεψιόν του ξενοδοχείου μέσω τσατ.

**Social Media:** Παρουσιάζει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ξενοδοχείου.

**Manessi Hotel:** Μέσα από την εφαρμογή παρουσιάζει και το άλλο ξενοδοχείο που διαθέτει ο ιδιοκτήτης.

### 5.2.2 Athens Cypria Hotel

Το Athens Cypria Hotel βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι δωρεάν.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή του ξενοδοχείου διατίθεται δωρεάν και στα δύο λογισμικά. Καμία διαφορά δεν παρατηρείται στο σχεδιασμό ανάμεσα στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	The Travelbook Group
-----------------	----------------------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Book your Stay	✓
About the Hotel	✓
Explore our Rooms	✓
Hotel Facilities	✓
Contact us	✓
City Guide	✓
Weather	✓

**Book your Stay:** Στην κατηγορία αυτή ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

**About the Hotel:** Πρόκειται για μία μικρή παρουσίαση του ξενοδοχείου μέσα από ένα μικρό κείμενο. Το κείμενο αυτό αναφέρει την τοποθεσία του ξενοδοχείου, τα δωμάτια και τέλος τι είναι αυτό που το κάνει να ξεχωρίζει από τα άλλα ξενοδοχεία του είδους του.

**Explore our Rooms:** Σε αυτή την κατηγορία παρουσιάζονται τα δωμάτια του ξενοδοχείου με τις παροχές που διαθέτουν με τη βοήθεια φωτογραφιών από τους εσωτερικούς χώρους.

**Hotel Facilities:** Αναφέρει επιγραμματικά τις παροχές του ξενοδοχείου και τι περιλαμβάνει αυτό όπως είναι για παράδειγμα το μπαρ, το πρωινό, υπηρεσία αφύπνισης κ.α.

**Contact us:** Αναφέρει τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου (τηλέφωνο, μιλ).

**City Guide:** Μέσα σε ένα μικρό κείμενο παρουσιάζονται διάφορα αξιοθέατα και δραστηριότητες που μπορεί να φανούν ελκυστικά στον πελάτη ανάλογα το λόγο του ταξιδιού του.

**Weather:** Αναγράφει τη θερμοκρασία της συγκεκριμένης στιγμής.

Στη συνέχεια, στο μενού της εφαρμογής συμπεριλαμβάνονται οι ίδιες κατηγορίες με την αρχική σελίδα με τη μόνη διαφορά ότι στο μενού αναγράφεται και τα εστιατόρια και τα μπαρ του ξενοδοχείου.

### 5.2.3 Hotel Fresh

Το ξενοδοχείο Fresh είναι μέλος των Design Hotels και είναι διαθέσιμο στα κινητά μέσω της εφαρμογής Marriott Rewards.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ιντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του ο πελάτης και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει σαν καλεσμένος. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνομία που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το Fresh Hotel έχει διαθέσιμες περίπου 41 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, διαθέτει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του καθώς και στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amenities</li> <li>• Transportation</li> <li>• Dining</li> <li>• Attractions</li> <li>• Fitness &amp; Recreation</li> </ul>
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο και χώροι στάθμευσης του αυτοκινήτου,

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα εστιατόρια του ξενοδοχείου.

**Attractions:** Διαθέτει αξιοθέατα, εταιρείες, μουσεία ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

**Fitness & Recreation:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται το γυμναστήριο του ξενοδοχείου καθώς και οι ώρες λειτουργίας της πισίνας.

#### 5.2.4 Kubic Athens Smart Hotel

Το Kubic Athens smart Hotel βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή του ξενοδοχείου διατίθεται δωρεάν και στα δύο λογισμικά. Καμία διαφορά δεν παρατηρείται στο σχεδιασμό ανάμεσα στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Software Minds S.A.
-----------------	---------------------

Μπαίνοντας στην εφαρμογή του ξενοδοχείου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να διαλέξει ανάμεσα σε δύο γλώσσες (Ελληνικά, Αγγλικά) για να συνεχίσει την περιήγηση του παρακάτω. Στην αρχική σελίδα της εφαρμογής ο χρήστης βρίσκει χρήσιμες πληροφορίες όπως είναι πληροφορίες για το ξενοδοχείο, το γυμναστήριο που διαθέτει, γιατί ο πελάτης να διαλέξει το ξενοδοχείο αυτό σε σύγκριση με άλλα του είδους του. Στη συνέχεια, αναφέρει γιατί η εφαρμογή που διαθέτει για κινητά και ταμπλετ είναι χρήσιμη για τους πελάτες. Αυτά που αναφέρει, πιο συγκεκριμένα, είναι ότι όταν ο χρήστης κάνει εγγραφή στην εφαρμογή μπορεί να δει όλες τις πληροφορίες του ξενοδοχείου, να λαμβάνει προωθητικά μηνύματα από το ξενοδοχείο, να παρακολουθεί ενδιαφέρουσες δραστηριότητες στο ημερολόγιο. Επιπλέον, την εφαρμογή αυτή ο πελάτης μπορεί να την χρησιμοποιήσει σαν κλειδί για να εισέλθει στο δωμάτιο του, για να μπορεί να ελέγξει την τηλεόραση του δωματίου του και τέλος για να μπορεί να μιλήσει ανά πάσα στιγμή με τη ρεσεψιόν.

Συνεχίζοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχει η τοποθεσία του ξενοδοχείου, οι υπηρεσίες που προσφέρει όπως είναι για παράδειγμα η υπηρεσία αφύπνισης, κάλεσμα ταξί και τεχνικά προβλήματα. Η εφαρμογή αυτή επιπλέον κάνει γνωστό στους χρήστες της εφαρμογής διάφορες εκδηλώσεις που οργανώνει το ξενοδοχείο καθώς επίσης και τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου. Πάνω δεξιά



στην αρχική σελίδα του ξενοδοχείου υπάρχει το μενού όπου εκεί είναι διαθέσιμα τα παρακάτω:

Γλώσσα	✓
Ψηφιακό κλειδί	✓
Επικοινωνία	✓
Πολιτική απορρήτου	✓
Σύνδεση	✓

Τέλος, κάτω στην αρχική σελίδα υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Αρχική σελίδα	✓
Μηνύματα	✓
Ψηφιακό κλειδί	✓
Ξενοδοχείο	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gym</li> <li>• Kubic Athens Hotel</li> <li>• WiFi</li> <li>• Services</li> <li>• Order Taxi</li> <li>• Technical issues</li> <li>• Wake up service</li> <li>• Location</li> <li>• Τηλεόραση</li> <li>• Tablet</li> <li>• Mobile εφαρμογή</li> </ul>
Ημερολόγιο	✓

### 5.2.5 Periscope Hotel

Το Periscope Hotel είναι μέλος των Design Hotels και είναι διαθέσιμο στα κινητά μέσω της εφαρμογής Marriott Rewards.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στα δύο λογισμικά είναι ότι στα Android μπαίνοντας στην εφαρμογή και συνεχίζοντας στο μενού σε οδηγεί σε καρτέλα στο διαδίκτυο ενώ στο iOS συνεχίζει μέσα στην εφαρμογή. Επίσης, για να μπορέσει ο πελάτης να εισέλθει στην εφαρμογή και να κάνει αναζήτηση πρέπει να είναι συνδεδεμένος στο ιντερνέτ. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Marriott International
-----------------	------------------------

Κατεβάζοντας την εφαρμογή στο κινητό του ο πελάτης και μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής έχει την δυνατότητα να συνδεθεί είτε σαν πελάτης του ξενοδοχείου βάζοντας τα στοιχεία της κράτησης του είτε να δημιουργήσει λογαριασμό βάζοντας το όνομα του, ένα μέιλ και έναν κωδικό πρόσβασης ή και να συνεχίσει σαν καλεσμένος. Με αυτό τον τρόπο ο καθένας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην εφαρμογή του ομίλου Marriott καθώς επίσης να κάνει αναζήτηση για το ξενοδοχείο που επιθυμεί και να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες που παρέχει η εφαρμογή. Κάνοντας εγγραφή στην εφαρμογή ο πελάτης μπορεί να δει πόσα βράδια συνολικά έχει μείνει σε ξενοδοχεία του ομίλου καθώς επίσης και τα προνομία που έχει κερδίσει μέσα από τις επιβραβεύσεις που παρέχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Συνεχίζοντας, ζητάει την τοποθεσία όπου επιθυμεί ο πελάτης να ταξιδέψει τις ημερομηνίες και τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν.

Πατώντας στην αναζήτηση το Periscope Hotel έχει διαθέσιμες περίπου 26 φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τους εσωτερικούς καθώς και από τους εξωτερικούς χώρους. Στη συνέχεια, διαθέτει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του καθώς και στοιχεία επικοινωνίας, πληροφορίες του ξενοδοχείου και έλεγχο διαθεσιμότητας.

Photos	✓
Map	✓
Contact	✓
Hotel Info	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amenities</li> <li>• Transportation</li> <li>• Dining</li> <li>• Attractions</li> </ul>
Check availability	✓

Όσον αφορά τις πληροφορίες του ξενοδοχείου πατώντας πάνω έχει ένα μικρό κείμενο μέσω του οποίου παρουσιάζεται το ξενοδοχείο και η ιστορία του με λίγα λόγια.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι η προσβασιμότητα, οι υπηρεσίες διαδικτύου, check in/out μέσω κινητού, η υπηρεσία αφύπνισης, παροχές και υπηρεσίες για επαγγελματικούς σκοπούς, παροχές δωματίων, εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ιδιωτικός χώρος στάθμευσης.

**Transportation:** Προσφέρονται μέσα από την εφαρμογή υπηρεσίες όπως μετακινήσεις από και προς το αεροδρόμιο και χώροι στάθμευσης του αυτοκινήτου,

**Dining:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα εστιατόρια του ξενοδοχείου.

**Attractions:** Διαθέτει αξιοθέατα, εταιρείες, μουσεία ανάλογα με το τι αναζητάει ο κάθε πελάτης του.

### 5.2.6 Pisia Hotel

Το Pisia Hotel είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων το οποίο βρίσκεται στην Αθήνα. Η εφαρμογή του είναι διαθέσιμη μόνο σε λογισμικά Android μέσω του Google Play και είναι δωρεάν.

Η εφαρμογή διατίθεται σε:

iOS	
ANDROID	✓

Προγραμματιστής	The Travelbook Group
-----------------	----------------------

Στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμες οι ακόλουθες κατηγορίες:

Photos	✓
Book Your Stay	✓
Explore our Rooms	✓
Hotel Facilities	<ul style="list-style-type: none"><li>• Overview</li><li>• Bedroom Facilities</li></ul>
Restaurants & Bars	✓
City Guide	<ul style="list-style-type: none"><li>• Restaurants</li><li>• Museums</li><li>• Other Info</li><li>• Banks and ATMs</li><li>• Pharmacies</li></ul>
Contact us	✓
Useful Contacts	✓

**Photos:** Περιέχει φωτογραφίες από το ξενοδοχείο.

**Book Your Stay:** Μέσα από την εφαρμογή ο χρήστης μπορεί να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Explore our Rooms:** Αυτή η κατηγορία περιέχει φωτογραφίες καθώς και τις παροχές που διαθέτουν τα δωμάτια.

**Hotel Facilities:** Αναφέρει τις παροχές του ξενοδοχείου όπως για παράδειγμα την ελεύθερη στάθμευση, το πρωινό, το μπαρ κ.α.

**Restaurants & Bars:** Παρουσιάζει το χώρο όπου σερβίρεται το πρωινό και το μπαρ του ξενοδοχείου.

**City Guide:** Αναφέρει κάποια αξιοθέατα, μουσεία και κάποια άλλα χρήσιμα καταστήματα για να διευκολύνει τον πελάτη.

**Contact us:** Αναφέρει τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Useful Contacts:** Περιλαμβάνει χρήσιμα τηλέφωνα εκτάκτου ανάγκης όπως είναι η αστυνομία και η πυροσβεστική.

### 5.2.7 Melia Athens

Το Melia Athens είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Είναι μέλος του ομίλου Melia Hotels and Resorts, ο οποίος δραστηριοποιείται σε παγκόσμια κλίμακα. Η εφαρμογή είναι του ομίλου και περιλαμβάνει όλα τα ξενοδοχεία του παγκοσμίως.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Προγραμματιστής	Melia Hotels International
-----------------	----------------------------

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη μέσω Apple Store για τα λογισμικά iOS και μέσω Google Store για τα λογισμικά Android. Η σχεδίαση της εφαρμογής είναι ίδια και στα δύο λογισμικά. Η εφαρμογή διατίθεται δωρεάν.

Στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης που βοηθάει τον χρήστη στην εύρεση του ξενοδοχείου που τον ενδιαφέρει. Στη συνέχεια υπάρχει η κατηγορία My Stay όπου ο πελάτης περνάει τα στοιχεία της κράτησης του και μπορεί να ανακαλύψει όλες τις διαθέσιμες υπηρεσίες του ξενοδοχείου. Στο κάτω μέρος της αρχικής σελίδας υπάρχουν τα παρακάτω:

Home	✓
My Bookings	✓
Favorites	✓
My Profile	✓

**Home:** Πρόκειται για συντόμευση που μεταφέρει αυτόματα στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

**My Bookings:** Πρόκειται για ένα ιστορικό των κρατήσεων που έχει κάνει ο πελάτης σε όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Favorites:** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα μέσα από την εφαρμογή να αποθηκεύσει τα αγαπημένα του ξενοδοχεία του ομίλου για μια μελλοντική επίσκεψη.

**My Profile:** Στην κατηγορία αυτή ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προφίλ στην εφαρμογή.

Πατώντας στην αναζήτηση το Melia Athens Hotel υπάρχουν διαθέσιμα όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου για να μπορέσει ο πελάτης να βρει αυτό που του ταιριάζει περισσότερο. Στην σελίδα του ξενοδοχείου μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες οι παρακάτω κατηγορίες:

Photos and Videos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel</li> <li>• Habitaciones</li> <li>• Restaurantes</li> <li>• Servicios</li> <li>• Actividades</li> </ul>
Map	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Map</li> <li>• Hotel Contact</li> </ul>
Explore Hotel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Description</li> <li>➤ The Hotel at a Glance</li> <li>➤ Rooms and Suites</li> <li>➤ Reviews (Trip Advisor)</li> </ul> </li> </ul>
Rooms and Suites	✓
Restaurants	✓
Services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wellness Facilities</li> <li>• Health Club</li> <li>• Sauna and Hammam</li> <li>• Swimming Pool</li> <li>• Services</li> </ul>
Activities	✓
Meetings and events	✓

**Photos and Videos:** Φωτογραφίες και βίντεο από το ξενοδοχείο καθώς και από τα δωμάτια.

**Map:** Χάρτης με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου καθώς επίσης και τα στοιχεία επικοινωνίας του.

**Explore Hotel:** Στην κατηγορία αυτή ο πελάτης μπορεί να ανακαλύψει το ξενοδοχείο μέσα από φωτογραφίες, περιγραφή του ξενοδοχείου, κριτικές άλλων πελατών καθώς επίσης και μέσα από εικονική πραγματικότητα.

**Rooms and Suites:** Παρουσίαση των δωματίων του ξενοδοχείου μέσα από φωτογραφίες καθώς επίσης και αναφορά στις παροχές του κάθε δωματίου.

**Restaurants:** Παρουσίαση των εστιατορίων και του καφέ που υπάρχουν μέσα στο ξενοδοχείο.

**Services:** Περιλαμβάνει τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες χαλάρωσης που προσφέρει το ξενοδοχείο.

**Activities:** Προτείνει κάποιες δραστηριότητες που μπορεί να κάνει ο πελάτης.

**Meetings and events:** Αναφέρει τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει το ξενοδοχείο για εκδηλώσεις.

### 5.2.8 The Golden Age Hotel of Athens

Το The Golden Age Hotel of Athens είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστερών το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	
ANDROID	✓

Προγραμματιστής	IT Integrators Ltd
-----------------	--------------------

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη μόνο μέσω Google Store για λογισμικά Android και παρέχεται δωρεάν.

Στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τρία παράθυρα, στο πρώτο παράθυρο το ξενοδοχείο καλωσορίζει τους πελάτες του, στο δεύτερο παράθυρο υπάρχει διαθέσιμη η ιστορία του ξενοδοχείου καθώς επίσης και η επιλογή να γίνει κράτηση. Πατώντας πάνω στην κράτηση η εφαρμογή μεταφέρεται στην επίσημη ιστοσελίδα του ξενοδοχείου και από εκεί ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει την κράτηση. Τέλος, στο τρίτο παράθυρο προσφέρει τα αξιοθέατα που υπάρχουν κοντά στο ξενοδοχείο και διάφορες πληροφορίες για τις μετακινήσεις των πελατών.

Στη συνέχεια μπαίνοντας στο μενού της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμες οι παρακάτω κατηγορίες:

Get Started	✓
Hotel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rooms</li> <li>• Facilities</li> <li>• Gallery</li> </ul>
Directions	✓
City Map	✓
Contact	✓

**Get started:** Η κατηγορία αυτή μεταφέρει αυτόματα στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

**Hotel:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα δωμάτια του ξενοδοχείου καθώς επίσης και οι εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου και φωτογραφίες από τον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο του.

**Directions:** Στην κατηγορία αυτή δίνονται οδηγίες για τον πελάτη για το πως μπορεί να φτάσει στο ξενοδοχείο είτε από το αεροδρόμιο είτε από το λιμάνι της Αθήνας. Επιπλέον αναφέρει επιγραμματικά κάποια αξιοθέατα που βρίσκονται κοντά στο ξενοδοχείο.

**City Map:** Προσφέρει έναν χάρτη της Αθήνας έχοντας επισημάνει την τοποθεσία του ξενοδοχείου.



**Contact:** Στην κατηγορία αυτή αναγράφονται τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

### 5.2.9 President Hotel

Το President Hotel είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστερών και βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη δωρεάν μέσω App Store για τα λογισμικά iOS και μέσω Google Store για τα λογισμικά Android. Η σχεδίαση της εφαρμογής είναι ίδια και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	IT Concept
-----------------	------------

Πατώντας στην εφαρμογή ο χρήστης μπορεί να εισέλθει είτε κάνοντας σύνδεση στον υπάρχοντα λογαριασμό του είτε δημιουργώντας έναν λογαριασμό, είτε συνεχίζοντας ως ανεξάρτητος χρήστης. Στη συνέχεια, στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Facilities	<ul style="list-style-type: none"><li>• Restaurants</li></ul>
Activities	✓
Announcements	✓
Daily Theme	✓
Offers	✓
Advertisements	✓
Points of Interest	<ul style="list-style-type: none"><li>• Museums</li><li>• Cinemas</li><li>• Theatres</li><li>• Restaurants</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Public Transportation</li> <li>• Monuments</li> <li>• Music Clubs</li> </ul>
Directory of services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Breakfast</li> <li>• Room Service</li> <li>• Penthouse 21 Skyscraper Pool Bar Restaurant</li> <li>• Pillow Selection</li> <li>• Business Center</li> <li>• Baby Sitting</li> <li>• Early Breakfast – Breakfast Box</li> <li>• Rent a Car</li> <li>• Tablet Availability</li> <li>• Check – out time</li> <li>• Luggage Storage</li> <li>• Dry Cleaning/ Laundry/ Iron Service</li> <li>• Superior Rooms</li> <li>• Porter Services</li> </ul>
Contact	✓

**Facilities:** Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται το εστιατόριο του ξενοδοχείου.

**Activities:** Πρόκειται για δραστηριότητες που οργανώνει το ξενοδοχείο.

**Announcements:** Περιλαμβάνει ανακοινώσεις του ξενοδοχείου.

**Daily Theme:** Αναφέρει κάποια εκδήλωση που συμβαίνει στο ξενοδοχείο.

**Offers:** Περιλαμβάνει προνόμια και προσφορές.

**Advertisements:** Η κατηγορία αυτή είναι κενή.

**Points of interest:** Η κατηγορία αυτή περιέχει μουσεία, σινεμά, θέατρα, εστιατόρια, μέσα μαζικής μεταφοράς, αρχαιολογικούς χώρους και τέλος νυχτερινά μαγαζιά τα οποία βρίσκονται κοντά στο ξενοδοχείο.

**Directory of Services:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλες οι παροχές του ξενοδοχείου.

**Contact:** Περιλαμβάνει τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

Στη συνέχεια, η εφαρμογή περιέχει ένα κλειδί με το οποίο μόλις ο πελάτης συνδεθεί στην εφαρμογή με τα στοιχεία του και με τον αριθμό του δωματίου του, έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το κινητό του σαν κλειδί για το δωμάτιο του. Τέλος, η εφαρμογή περιλαμβάνει ένα ερωτηματολόγιο σε πέντε διαφορετικές γλώσσες σχετικά με τη διαμονή του πελάτη στο ξενοδοχείο και με τις παροχές του ξενοδοχείου.

#### 5.2.10 Novotel Athens

Το Novotel Athens είναι ένα ξενοδοχείο του ομίλου Accor Hotels. Η εφαρμογή που διατίθεται για τους επισκέπτες είναι όλου του ομίλου και μέσα από αυτή ο επισκέπτης μπορεί να αναζητήσει το ξενοδοχείο που τον ενδιαφέρει.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Ανάμεσα στα δύο λογισμικά δεν παρατηρείται κάποια διαφορά όσον αφορά το σχεδιασμό και το περιεχόμενο της εφαρμογής. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	ACCOR
-----------------	-------

Πιο αναλυτικά η εφαρμογή περιλαμβάνει:

Τιμή Δωματίων	✓
Φωτογραφίες Ξενοδοχείου/ Δωματίων	✓
Κριτικές Άλλων πελατών	✓

Χάρτης	✓
Υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο	✓
Περιγραφή του Ξενοδοχείου	✓
Εστιατόρια/ Μπαρ του ξενοδοχείου	✓
Επικοινωνία	✓
Κοινοποίηση της εφαρμογής	✓
Προσθήκη στα αγαπημένα	✓
Check in/ check out	✓
Κράτηση Δωματίων	✓
Προνόμια	✓

**Τιμή Δωματίων:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρεται ενδεικτικά η χαμηλότερη τιμή του ξενοδοχείου για ένα άτομο και μετά δίνει τη δυνατότητα αναζήτησης άλλων δωματίων με μεγαλύτερη τιμή και για περισσότερα άτομα αναλόγως τις απαιτήσεις του κάθε πελάτη.

**Φωτογραφίες Ξενοδοχείου/ Δωματίων:** Παρουσιάζονται φωτογραφίες των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων του ξενοδοχείου καθώς και φωτογραφίες από διάφορα μνημεία της Αθήνας όπως είναι για παράδειγμα η Ακρόπολη.

**Κριτικές Άλλων πελατών:** Στην κατηγορία αυτή ο επισκέπτης μπορεί να διαβάσει κριτικές από προηγούμενους πελάτες του ξενοδοχείου. Μέσα από αυτή την κατηγορία οι υπεύθυνοι του ξενοδοχείου καταφέρνουν να έρχονται σε επαφή με τον πελάτη και να μαθαίνουν τι είναι αυτό που τον ικανοποιεί και τι είναι αυτό που τον δυσαρεστεί.

**Χάρτης:** Στην εφαρμογή υπάρχει διαθέσιμος χάρτης με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο:** Παρουσιάζονται επιγραμματικά οι υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει το ξενοδοχείο στους πελάτες του. Στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι οι παρακάτω:

- Κατοικίδια
- Γυμναστήριο

- Ιντερνέτ
- Επαγγελματικοί χώροι
- Αίθουσες Συνεδριάσεων
- Κλιματισμός
- Υπηρεσίες για παιδιά
- Θερμαινόμενη πισίνα
- Εστιατόριο
- Υπηρεσίες για Ανάπηρους
- Παρκινγκ
- Μπαρ

**Περιγραφή του Ξενοδοχείου:** Γίνεται αναφορά στην τοποθεσία του ξενοδοχείου. Παρουσιάζεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ξενοδοχείου όπου είναι η τοποθεσία του με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργήσει αξία στον πελάτη. Πέρα από την τοποθεσία αναφέρει και τις πολυτελείς υπηρεσίες που παρέχει.

**Εστιατόριο/ Μπαρ του ξενοδοχείου:** Αναφέρεται στα εστιατόρια και στα μπαρ που περιλαμβάνει το ξενοδοχείο. Παρουσιάζεται περιληπτικά το εστιατόριο, ποιός είναι ο σεφ αλλά και τι κουζίνα διαθέτει. Επιπλέον, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφωνικώς μέσα από την εφαρμογή καθώς επίσης να μάθει τις ώρες λειτουργίας του και τι υπηρεσίες παρέχονται όπως είναι για παράδειγμα ο κλιματισμός, πρόσβαση για ανάπηρους και η καταπληκτική θέα.

**Επικοινωνία:** Αναφέρονται οι τρόποι επικοινωνίας με το ξενοδοχείο (τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο).

**Κοινοποίηση της εφαρμογής:** Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κοινοποιήσει την εφαρμογή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή να στείλει την εφαρμογή σε κάποιον έτσι ώστε να προτείνει το ξενοδοχείο αυτό.

**Προσθήκη στα αγαπημένα:** Για να προστεθεί η εφαρμογή στα αγαπημένα πρέπει να υπάρχει λογαριασμός. Με αυτό τον τρόπο ο επισκέπτης που θέλει να ξανά επισκεφθεί το ξενοδοχείο βρίσκει την εφαρμογή πολύ εύκολα.

**Check in/ check out:** Αναφέρονται οι ώρες προσέλευσης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Κράτηση Δωματίων:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση το δωμάτιο που τον ενδιαφέρει και να οργανώσει τη διαμονή του στο ξενοδοχείο.

**Προνόμια:** Παρουσιάζονται τα προνόμια που μπορεί να έχει ο κάθε πελάτης αν θέλει να γίνει μέλος στο member club του ξενοδοχείου.

### 5.2.11 Astor Hotel Athens

Το ξενοδοχείο Astor Hotel Athens είναι τεσσάρων αστέρων και βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Η εφαρμογή που διαθέτει είναι δωρεάν και απευθύνεται στους ήδη υπάρχοντες πελάτες του ξενοδοχείου και σε αυτούς που θέλουν να μάθουν πληροφορίες και να κάνουν κράτηση στο ξενοδοχείο.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Επίσης, καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό και στην λειτουργία της εφαρμογής.

Προγραμματιστής	IT Concept
-----------------	------------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής ο χρήστης μπορεί να συνεχίσει είτε ως απλός χρήστης είτε να συνδεθεί στο λογαριασμό του είτε να δημιουργήσει έναν λογαριασμό. Στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Facilities	<ul style="list-style-type: none"><li>• Restaurants</li><li>• Bars</li></ul>
Activities	<ul style="list-style-type: none"><li>• Activity 2</li></ul>
Announcements	✓
Daily Theme	✓
Offers	✓
Advertisements	✓

Points of interest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museums</li> </ul>
Directory of Services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Breakfast</li> <li>• Room Service</li> <li>• Bella Vista Restaurant</li> <li>• Pillow Selection</li> <li>• Business Center</li> <li>• Express Check – out</li> <li>• Baby Sitting</li> <li>• Early Breakfast – Breakfast Box</li> <li>• Rent a car</li> <li>• Tablet availability</li> <li>• Check – out time</li> <li>• Luggage Storage</li> <li>• Dry Cleaning/ Laundry /Iron/ Service</li> <li>• Superior Rooms</li> <li>• Porter Services</li> <li>• Wake up Call</li> </ul>
Contact	✓

**Facilities:** Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται το εστιατόριο του ξενοδοχείου και το μπαρ.

**Activities:** Πρόκειται για δραστηριότητες που οργανώνει το ξενοδοχείο.

**Announcements:** Περιλαμβάνει ανακοινώσεις του ξενοδοχείου.

**Daily Theme:** Αναφέρει κάποια εκδήλωση που συμβαίνει στο ξενοδοχείο.

**Offers:** Περιλαμβάνει προνόμια και προσφορές.

**Advertisements:** Η κατηγορία αυτή είναι κενή.

**Points of interest:** Η κατηγορία αυτή περιέχει μουσεία τα οποία βρίσκονται κοντά στο ξενοδοχείο.

**Directory of Services:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλες οι παροχές του ξενοδοχείου.

**Contact:** Περιλαμβάνει τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

Στη συνέχεια, η εφαρμογή περιέχει ένα κλειδί με το οποίο μόλις ο πελάτης συνδεθεί στην εφαρμογή με τα στοιχεία του και με τον αριθμό του δωματίου του, έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το κινητό του σαν κλειδί για το δωμάτιο του. Τέλος, η εφαρμογή περιλαμβάνει ένα ερωτηματολόγιο σε πέντε διαφορετικές γλώσσες σχετικά με τη διαμονή του πελάτη στο ξενοδοχείο και με τις παροχές του ξενοδοχείου.

#### 5.2.12 Best Western Plus Embassy Hotel

Το Embassy Hotel είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστερών το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Είναι μέλος του ομίλου Best Western και η εφαρμογή που διατίθεται περιλαμβάνει τα ξενοδοχεία όλου του ομίλου. Το Best Western Plus Embassy Hotel, συνδυάζοντας την υποτιμημένη πολυτέλεια με τις ανέσεις ενός σύγχρονου ξενοδοχείου, προσφέρει αξέχαστες στιγμές απόλαυσης. Το ξενοδοχείο διαθέτει άμεση πρόσβαση στην πλατεία Συντάγματος και τους αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Ανάμεσα στα δύο λογισμικά δεν παρατηρείται κάποια διαφοροποίηση όσον αφορά το σχεδιασμό και το περιεχόμενο της εφαρμογής. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Best Western International
-----------------	----------------------------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής βγαίνει κατευθείαν η επιλογή της κράτησης δωματίου με την εισαγωγή ημερομηνιών. Στη συνέχεια, στο μενού της εφαρμογής υπάρχουν οι παρακάτω κατηγορίες:

Rewards Login	✓
---------------	---



Find a Hotel	✓
Check Reservations	✓
Rewards	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Learn About Rewards</li> <li>• Join</li> <li>• Earn</li> <li>• Redeem</li> </ul>
Customer Care	✓
Settings	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Language</li> <li>• Currency</li> </ul>

**Rewards Login:** Αυτή η κατηγορία απευθύνεται στους πελάτες του ξενοδοχείου και αφορά τα προνόμια που μπορούν να κερδίσουν κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

**Find a Hotel:** Αφορά την αρχική σελίδα της εφαρμογής.

**Check Reservations:** Αυτή η κατηγορία προσφέρει στον πελάτη την δυνατότητα αλλαγής ή ακύρωσης της κράτησης του μέσα από την εφαρμογή.

**Rewards:** Ενημερώνει τον πελάτη για τα προνόμια και τις προσφορές που παρέχει το ξενοδοχείο και πως μπορεί να τα διεκδικήσει.

**Customer Care:** Η εφαρμογή διαθέτει τα στοιχεία επικοινωνίας της εξυπηρέτησης πελατών καθώς επίσης και τη δυνατότητα οι πελάτες να αναφέρουν οποιοδήποτε παράπονο έχουν ή αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα είτε με την κράτηση τους είτε με τα μπόνους που έχουν μέσα από την εφαρμογή.

**Settings:** Η εφαρμογή διατίθεται σε πέντε γλώσσες (Γερμανικά, Αγγλικά, Ισπανικά, Γαλλικά, Ιταλικά) καθώς επίσης ο χρήστης μπορεί να επιλέξει και το νόμισμα που θέλει να κάνει την κράτηση.

Στη συνέχεια, πατώντας στην αναζήτηση το Embassy Hotel μεταφέρεται σε μία σελίδα που αφορά μόνο το ξενοδοχείο αυτό. Στη σελίδα αυτή υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Booking	✓
Photos	✓

Contact	✓
Reviews	✓
Currency	✓
Check – in/ Check – out	✓
Overview	✓
Hotel Amenities	✓
Room Amenities	✓

**Booking:** Πέρα από την αρχική σελίδα ο χρήστης μπορεί να κάνει κράτηση και στην σελίδα που υπάρχει διαθέσιμη στην εφαρμογή και αφορά μόνο το συγκεκριμένο ξενοδοχείο.

**Photos:** Υπάρχουν διαθέσιμες φωτογραφίες από τον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου.

**Contact:** Στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμα τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου όπως είναι το τηλέφωνο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το φαξ.

**Reviews:** Μέσα από αυτή την κατηγορία ο χρήστης μπορεί να διαβάσει κριτικές άλλων πελατών σχετικά με τη διαμονή τους στο ξενοδοχείο.

**Currency:** Αναφέρεται το νόμισμα που μπορεί ο πελάτης να κάνει την κράτηση του.

**Check – in/ check – out:** Αναφέρει τις ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Overview:** Μέσα σε ένα μικρό κείμενο παρουσιάζεται το ξενοδοχείο, τη τοποθεσία του, ποιοι αρχαιολογικοί χώροι βρίσκονται κοντά και τέλος αναφέρει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα και τι είναι αυτό που το κάνει ξεχωριστό.

**Hotel Amenities:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται οι παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο στους πελάτες τους.

**Room Amenities:** Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διαθέσιμες οι παροχές που προσφέρονται στους πελάτες του ξενοδοχείου μέσα στο δωμάτιο.

Στο τέλος της σελίδας αναφέρονται η πολιτική απορρήτου και οι όροι χρήσης της εφαρμογής.

### 5.2.13 Best Western Candia Hotel

Το Candia Hotel είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Είναι μέλος του ομίλου Best Western και η εφαρμογή που διατίθεται περιλαμβάνει τα ξενοδοχεία όλου του ομίλου.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Ανάμεσα στα δύο λογισμικά δεν παρατηρείται κάποια διαφοροποίηση όσον αφορά το σχεδιασμό και το περιεχόμενο της εφαρμογής. Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	Best Western International
-----------------	----------------------------

Μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής βγαίνει κατευθείαν η επιλογή της κράτησης δωματίου με την εισαγωγή ημερομηνιών. Στη συνέχεια, στο μενού της εφαρμογής υπάρχουν οι παρακάτω κατηγορίες:

Rewards Login	✓
Find a Hotel	✓
Check Reservations	✓
Rewards	<ul style="list-style-type: none"><li>• Learn About Rewards</li><li>• Join</li><li>• Earn</li><li>• Redeem</li></ul>
Customer Care	✓
Settings	<ul style="list-style-type: none"><li>• Language</li><li>• Currency</li></ul>

**Rewards Login:** Αυτή η κατηγορία απευθύνεται στους πελάτες του ξενοδοχείου και αφορά τα προνόμια που μπορούν να κερδίσουν κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

**Find a Hotel:** Αφορά την αρχική σελίδα της εφαρμογής.

**Check Reservations:** Αυτή η κατηγορία προσφέρει στον πελάτη την δυνατότητα αλλαγής ή ακύρωσης της κράτησης του μέσα από την εφαρμογή.

**Rewards:** Ενημερώνει τον πελάτη για τα προνόμια και τις προσφορές που παρέχει το ξενοδοχείο και πως μπορεί να τα διεκδικήσει.

**Customer Care:** Η εφαρμογή διαθέτει τα στοιχεία επικοινωνίας της εξυπηρέτησης πελατών καθώς επίσης και τη δυνατότητα οι πελάτες να αναφέρουν οποιοδήποτε παράπονο έχουν ή αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα είτε με την κράτηση τους είτε με τα μπόνους που έχουν μέσα από την εφαρμογή.

**Settings:** Η εφαρμογή διατίθεται σε πέντε γλώσσες (Γερμανικά, Αγγλικά, Ισπανικά, Γαλλικά, Ιταλικά) καθώς επίσης ο χρήστης μπορεί να επιλέξει και το νόμισμα που θέλει να κάνει την κράτηση.

Στη συνέχεια, πατώντας στην αναζήτηση το Best Western Candia Hotel μεταφέρεται σε μία σελίδα που αφορά μόνο το ξενοδοχείο αυτό. Στη σελίδα αυτή υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Booking	✓
Photos	✓
Contact	✓
Reviews	✓
Currency	✓
Check – in/ Check – out	✓
Overview	✓
Hotel Amenities	✓
Room Amenities	✓

**Booking:** Πέρα από την αρχική σελίδα ο χρήστης μπορεί να κάνει κράτηση και στην σελίδα που υπάρχει διαθέσιμη στην εφαρμογή και αφορά μόνο το συγκεκριμένο ξενοδοχείο.

**Photos:** Υπάρχουν διαθέσιμες φωτογραφίες από τον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου.

**Contact:** Στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμα τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου όπως είναι το τηλέφωνο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το φαξ.

**Reviews:** Μέσα από αυτή την κατηγορία ο χρήστης μπορεί να διαβάσει κριτικές άλλων πελατών σχετικά με τη διαμονή τους στο ξενοδοχείο.

**Currency:** Αναφέρεται το νόμισμα που μπορεί ο πελάτης να κάνει την κράτηση του.

**Check – in/ check – out:** Αναφέρει τις ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Overview:** Μέσα σε ένα μικρό κείμενο παρουσιάζεται το ξενοδοχείο, τη τοποθεσία του, ποιοι αρχαιολογικοί χώροι βρίσκονται κοντά και τέλος αναφέρει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα και τι είναι αυτό που το κάνει ξεχωριστό.

**Hotel Amenities:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται οι παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο στους πελάτες τους.

**Room Amenities:** Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διαθέσιμες οι παροχές που προσφέρονται στους πελάτες του ξενοδοχείου μέσα στο δωμάτιο.

Στο τέλος της σελίδας αναφέρονται η πολιτική απορρήτου και οι όροι χρήσης της εφαρμογής.

#### **5.2.14 Electra Hotel Athens**

Τα ξενοδοχεία Electra Hotels and Resorts είναι αλυσίδα η οποία δραστηριοποιείται σε όλη την Ελλάδα. Από τον όμιλο τρία ξενοδοχεία βρίσκονται στην Αττική και αυτά είναι το Electra Palace Athens, Electra Athens, Electra Metropolis Athens. Για όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου υπάρχει μία εφαρμογή η οποία τα περιλαμβάνει όλα και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να διαλέξει το ξενοδοχείο που επιθυμεί. Μπαίνοντας στην εφαρμογή στην αρχική σελίδα υπάρχουν πληροφορίες γενικά για όλα τα ξενοδοχεία. Παρακάτω θα αναλύσουμε τι υπάρχει και τι προσφέρει η εφαρμογή αυτή στους πελάτες των ξενοδοχείων των ομίλων.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Τέλος, η εφαρμογή είναι δωρεάν και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	M-hospitality (H+S Technology Solutions S.A.).
-----------------	--

Μπαίνοντας στην εφαρμογή οι κατηγορίες που είναι διαθέσιμες παρουσιάζονται παρακάτω:

Κάντε Κράτηση	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electra Metropolis Athens</li> <li>• Electra Palace Athens</li> <li>• Electra Athens</li> <li>• Electra Palace Thessaloniki</li> <li>• Electra Palace Rhodes</li> </ul>
Electra Rewards	✓
Concierge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αθήνα <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Η Περιοχή</li> <li>➤ Τι να δεις</li> <li>➤ Εκδρομές</li> <li>➤ Πρέπει να πας</li> <li>➤ Κολύμπι</li> <li>➤ Καιρός</li> </ul> </li> <li>• Θεσσαλονίκη</li> <li>• Ρόδος</li> </ul>
Guest services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γρήγορο check-in</li> <li>• Spa</li> <li>• Δραστηριότητες και Εκδρομές</li> <li>• Παραγγελία στο δωμάτιο</li> <li>• Εστιατόρια και Μπαρ</li> <li>• Παροχές</li> <li>• Βλάβες</li> </ul>

Restaurants & Bars	✓
Offers	✓

**Κάντε Κράτηση:** Η εφαρμογή δίνει την δυνατότητα στους πελάτες να διαλέξουν το ξενοδοχείο που επιθυμούν και έπειτα να δουν τις τιμές και τη διαθεσιμότητα δωματίων για τις ημερομηνίες που χρειάζονται. Στη συνέχεια, οι τιμές αναγράφονται δίπλα από την ονομασία του κάθε δωματίου καθώς επίσης και πληροφορίες για το κάθε δωμάτιο (φωτογραφίες και παροχές).

**Electra Rewards:** Αναφέρεται στον ιδιωτικό λογαριασμό του κάθε επισκέπτη και είναι προσβάσιμο μόνο στους πελάτες του ξενοδοχείου. Σε αυτή την κατηγορία ο κάθε πελάτης μπορεί να έχει καλύτερη τιμή σε απευθείας κράτηση, μοναδικά προνόμια και εκπτώσεις καθώς επίσης να κερδίσει και να εξαργυρώσει πόντους.

**Concierge:** Μέσα από την κατηγορία αυτή προσφέρεται στον πελάτη η δυνατότητα απόκτησης χρήσιμων πληροφοριών για το ταξίδι του όπως είναι ένας χάρτης της περιοχής, διάφορα αξιοθέατα της πόλης μαζί με φωτογραφίες χάρτες και πληροφορίες για το κάθε αξιοθέατο ξεχωριστά. Στη συνέχεια παρέχει πληροφορίες για το που μπορεί ο επισκέπτης να κολυμπήσει αν επιθυμεί παραθέτοντας μερικές παραλίες που βρίσκονται όσο το δυνατόν γίνεται πιο κοντά στο ξενοδοχείο. Διάφορες εκδρομές που μπορεί να κάνει ο πελάτης. Τέλος, παρέχονται πληροφορίες για τον καιρό ολόκληρης της εβδομάδας.

**Guest services:** Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διάφορες υπηρεσίες που προσφέρονται στον πελάτη όπως είναι το γρήγορο check in το οποίο δίνει την δυνατότητα να κάνει το check in του μέσα από την εφαρμογή. Επίσης, δίνει την δυνατότητα να κλείσεις ραντεβού στο σπα του ξενοδοχείου στα εστιατόρια και στα μπαρ, σε διάφορες δραστηριότητες και εκδρομές καθώς επίσης και να ελέγξει τις διάφορες παροχές του ξενοδοχείου καθώς και να ειδοποιήσει για τυχόν βλάβες. Για να μπορέσεις να έχεις πρόσβαση στην κατηγορία αυτή της εφαρμογής πρέπει να είσαι πελάτης του ξενοδοχείου.

**Restaurants & Bars:** Μέσα από την κατηγορία αυτή ο πελάτης μπορεί να κάνει κράτηση στα εστιατόρια και στο μπαρ του ξενοδοχείου. Προσφέρεται μόνο για πελάτες του ξενοδοχείου.

**Offers:** Παρουσιάζονται διάφορες προσφορές του ξενοδοχείου.

**Chat with us:** Για να χρησιμοποιηθεί η κατηγορία αυτή πρέπει να έχει γίνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια μπαίνοντας στο μενού το οποίο βρίσκεται πάνω αριστερά της αρχικής σελίδας υπάρχουν διάφορες κατηγορίες οι οποίες παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα:

Τα Ξενοδοχεία	<ul style="list-style-type: none"><li>• Electra Metropolis Athens</li><li>• Electra Palace Athens</li><li>• Electra Athens</li><li>• Electra Palace Thessaloniki</li><li>• Electra Palace Rhodes</li></ul>
Προορισμοί	<ul style="list-style-type: none"><li>• Αθήνα<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Η Περιοχή</li><li>➤ Τι να δεις</li><li>➤ Εκδρομές</li><li>➤ Πρέπει να πας</li><li>➤ Κολύμπι</li><li>➤ Καιρός</li></ul></li><li>• Θεσσαλονίκη</li><li>• Ρόδος</li></ul>
Υπηρεσίες	<ul style="list-style-type: none"><li>• Γρήγορο check-in</li><li>• Spa</li><li>• Δραστηριότητες και Εκδρομές</li><li>• Παραγγελία στο δωμάτιο</li><li>• Εστιατόρια και Μπαρ</li><li>• Παροχές</li><li>• Βλάβες</li></ul>
Σχόλια	✓
Μικρά Μυστικά	✓
Προσφορά Ημέρας	✓
Social Media	<ul style="list-style-type: none"><li>• Facebook</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• YouTube</li> <li>• Twitter</li> <li>• Instagram</li> <li>• Foursquare</li> <li>• Pinterest</li> </ul>
Φωτογραφίες	✓
Επικοινωνία	✓
Πολιτική Απορρήτου	✓
Privacy Policy	✓
Electra Rewards Policy	✓

Πολλές από τις κατηγορίες αυτές είναι ίδιες με εκείνες τις αρχικής σελίδας, σχολιάζονται εκείνες που δεν αναφέρονται ήδη.

**Σχόλια:** Αναφέρεται στα σχόλια που μπορεί να θέλει να κάνει ο πελάτης όσον αφορά τη διαμονή του στο ξενοδοχείο. Η κατηγορία αυτή είναι κλειστή και απαιτείται να έχει γίνει κράτηση σε κάποιο ξενοδοχείο.

**Μικρά Μυστικά:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει διάφορες συμβουλές.

**Προσφορά Ημέρας:** Αναφέρεται σε διάφορες προσφορές που μπορεί να έχει το ξενοδοχείο.

**Social Media:** Εκεί αναγράφονται όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχει το ξενοδοχείο και μόλις επιλεγθεί κάποιο από αυτά σε μεταφέρει κατευθείαν στη σελίδα του ξενοδοχείου.

**Φωτογραφίες:** Παρατίθενται διάφορες φωτογραφίες από τους χώρους των ξενοδοχείων.

**Επικοινωνία:** Παρατίθενται πληροφορίες επικοινωνίας για όλα τα ξενοδοχεία, τηλέφωνο, τμήμα κρατήσεων και το μείλ.

**Πολιτική Απορρήτου:** Παρουσιάζει την πολιτική απορρήτου που χρησιμοποιεί ο όμιλος σχετικά με την εφαρμογή αυτή.

**Privacy Policy:** Αναγράφονται από ποιόν έχει σχεδιασθεί και δημιουργηθεί η εφαρμογή.

**Electra Rewards Policy:** Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής στα προνόμια που προσφέρονται από το ξενοδοχείο.

Στη συνέχεια, πατώντας πάνω στο ξενοδοχείο **Electra Hotel Athens** μεταφέρεται σε μία σελίδα η οποία αφορά μόνο το ξενοδοχείο αυτό. Στην αρχική σελίδα του ξενοδοχείου υπάρχει μία παρουσίαση με μία πλήρη περιγραφή του ξενοδοχείου καθώς επίσης και των παροχών του. Περιγράφεται το ξενοδοχείο εσωτερικά και εξωτερικά καθώς επίσης και η τοποθεσία όπου βρίσκεται. Επιπλέον, υπάρχουν φωτογραφίες από το ξενοδοχείο. Η εφαρμογή αυτή είναι διαθέσιμη σε 7 γλώσσες (Ελληνικά, Αγγλικά, Ρώσικα, Γερμανικά, Γαλλικά, Ισπανικά, Κινέζικα, Τούρκικα).

Οι κατηγορίες που περιλαμβάνει είναι:

Διαμονή	✓
Εστιατόρια και Μπαρ	✓
Υγεία και Ευεξία	✓
Εκδηλώσεις	✓
Η Γύρω Περιοχή	✓
Τοποθεσία	✓

**Διαμονή:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζει τα δωμάτια του ξενοδοχείου και δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να κάνουν κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Εστιατόρια και Μπαρ:** Παρουσιάζονται τα εστιατόρια και τα μπαρ που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Υγεία και Ευεξία:** Περιλαμβάνει το σπα του ξενοδοχείου καθώς και το γυμναστήριο.

**Εκδηλώσεις:** Παρουσιάζει τις αίθουσες εκδηλώσεων και συνεδριάσεων που διαθέτει το ξενοδοχείο.

**Η Γύρω Περιοχή:** Παρουσιάζει διάφορα σημεία ενδιαφέροντος για τους πελάτες του.

**Τοποθεσία:** Η εφαρμογή περιλαμβάνει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

### 5.2.15 Holiday Inn Hotel Athens Airport

Το Holiday Inn Hotel Athens Airport είναι ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστερών το οποίο βρίσκεται κοντά στο αεροδρόμιο της Αθήνας. Είναι μέλος του ομίλου Intercontinental Hotels Group. Οι εφαρμογές που διαθέτει για το κοινό είναι δύο. Όσον αφορά τα λογισμικά Android υπάρχουν δύο εφαρμογές η μία είναι όλου του ομίλου και η δεύτερη αναφέρεται συγκεκριμένα στο ξενοδοχείο αυτό. Σε αντίθεση με τα λογισμικά iOS όπου η εφαρμογή που διατίθεται είναι όλου του ομίλου.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη και στα δύο λογισμικά. Επίσης, καμία διαφορά δεν παρατηρείται στον σχεδιασμό και στην λειτουργία της εφαρμογής.

Προγραμματιστής	Nelios.com
	Intercontinental Hotels Group

Ξεκινώντας από την εφαρμογή του ομίλου στην αρχική σελίδα έχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο του ομίλου που τον ενδιαφέρει σε όλο τον κόσμο. Στη συνέχεια, δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού στην εφαρμογή βάζοντας ο χρήστης τα προσωπικά του στοιχεία. Όσον αφορά το μενού της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:

Sign In	✓
Find a Hotel	✓
Stays	✓
Offers	✓
Our Brands	✓
Travel Tools	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tips</li><li>• Guides</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apps</li> </ul>
Customer Care	✓
About and Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leave Feedback about this app</li> <li>• Terms of use</li> <li>• IHG Rewards Club Terms and Conditions</li> <li>• Privacy Statement</li> </ul>
AdChoices	✓
Home	✓

**Sign In:** Δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού στην εφαρμογή βάζοντας ο χρήστης τα προσωπικά του στοιχεία.

**Find a Hotel:** Η εφαρμογή αυτή έχει διαθέσιμη μία μηχανή αναζήτησης όπου ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο του ομίλου που τον ενδιαφέρει σε όλο τον κόσμο.

**Stays:** Η κατηγορία αυτή βοηθάει τον χρήστη να βρει παλιές κρατήσεις αλλά και επερχόμενες κρατήσεις.

**Offers:** Πρόκειται για προνόμια και προσφορές που παρέχει ο όμιλος στους πιστούς πελάτες του.

**Our Brands:** Αναφέρει επιγραμματικά τα ξενοδοχεία του ομίλου.

**Travel Tools:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει διάφορες συμβουλές για ταξίδια, οδηγούς για τις περιοχές όπου βρίσκονται τα ξενοδοχεία και τέλος εφαρμογές όπου ο χρήστης μπορεί να κατεβάσει και να κάνει το ταξίδι του πιο εύκολο.

**Customer Care:** Δίνει πληροφορίες για την εξυπηρέτηση των πελατών.

**About and Legal:** Πρόκειται για μία κατηγορία η οποία περιλαμβάνει την πολιτική απορρήτου, τους όρους χρήσης της εφαρμογής καθώς επίσης ο πελάτης μπορεί να αφήσει την κριτική του για την εφαρμογή μέσω μηνύματος μέσα από αυτήν.

**AdChoices:** Πρόκειται για ενημέρωση των χρηστών σχετικά με τις διαφημίσεις που μπορούν να εμφανιστούν κατά τη διάρκεια της περιήγησης στην εφαρμογή. Επιπλέον

ενημερώνει τους χρήστες σχετικά με τις πληροφορίες που μπορεί να κρατήσει η εφαρμογή.

**Home:** Το κουμπί αυτό μεταφέρει αυτόματα στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

Στη συνέχεια, πατώντας στην αναζήτηση το ξενοδοχείο παρουσιάζονται οι παρακάτω κατηγορίες οι οποίες αφορούν αποκλειστικά το ξενοδοχείο αυτό. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

Booking	✓
Photos	✓
Contact Hotel	✓
Reviews	✓
Map	✓
Check in – Check out	✓
Overview	✓
Amenities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Services</li> <li>• Health/Fitness Center On-Site</li> <li>• Entertainment and Recreation</li> <li>• Housekeeping and Laundry Services</li> <li>• Miscellaneous</li> </ul>
Dining	✓
Things To Do	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Must see</li> <li>• Must Do</li> <li>• What’s New</li> <li>• Nearby Attractions</li> <li>• Don’t Go Home Without</li> <li>• Tips</li> </ul>
Transportation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parking</li> <li>• Airport Shuttle</li> <li>• Local Area Shuttle</li> <li>• Transportation by Air</li> </ul>
Languages	✓

Credit Cards	✓
Accessibility and Special Needs	✓

**Booking:** Μέσα στην εφαρμογή δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο.

**Photos:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες φωτογραφίες από τον εσωτερικό αλλά και τον εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου καθώς επίσης και από τα δωμάτια του.

**Contact Hotel:** Αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Reviews:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες κριτικές παλαιότερων πελατών.

**Map:** Η εφαρμογή αυτή διαθέτει χάρτη με την τοποθεσία του ξενοδοχείου επισημασμένη.

**Check in – Check out:** Αναφέρονται οι ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο.

**Overview:** Μέσα στην κατηγορία αυτή περιγράφεται το ξενοδοχείο, τι εγκαταστάσεις διαθέτει, πόσα δωμάτια και την τοποθεσία του.

**Amenities:** Παρουσιάζονται οι παροχές που διαθέτει το ξενοδοχείο για τους πελάτες του όπως είναι οι εγκαταστάσεις για επαγγελματική χρήση, το γυμναστήριο και άλλα που προσφέρει το ξενοδοχείο αυτό.

**Dining:** Η κατηγορία αυτή αναφέρει το εστιατόριο και το μπαρ του ξενοδοχείου. Τις ώρες λειτουργίας τους και μία μικρή περιγραφή των χώρων.

**Things to Do:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχουν διαθέσιμες προτάσεις για τις δραστηριότητες του πελάτη και τα αξιοθέατα που αξίζει να επισκεφτεί.

**Transportation:** Αναφέρει τις παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο όσον αφορά τις μεταφορές των πελατών.

**Languages:** Αναφέρει τις γλώσσες που μιλάνε στο ξενοδοχείο.

**Credit Cards:** Αναφέρει τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες που δέχεται το ξενοδοχείο.

**Accessibility and Special Needs:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται ο αριθμός των δωματίων καθώς επίσης ότι το ξενοδοχείο δέχεται τα κατοικίδια.

Συνεχίζοντας στην ιδιωτική εφαρμογή του ξενοδοχείου, μπαίνοντας στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμες οι παρακάτω κατηγορίες:

Information	✓
Facilities	✓
Offers	✓
Travel Guide	✓
Points of Interest	✓
Useful Numbers	✓
Way Back to Hotel	✓
Share on Social	✓
Call Reception	✓
Check On TripAdvisor	✓

**Information:** Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διαθέσιμες σημαντικές πληροφορίες για το ξενοδοχείο όπως ότι βρίσκεται κοντά στο αεροδρόμιο της Αθήνας. Επιπλέον, περιλαμβάνει τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου και τις σελίδες που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Facilities:** Μέσα στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι επαγγελματικοί χώροι που προσφέρει το ξενοδοχείο.

**Offers:** Η κατηγορία αυτή δεν περιέχει κάποιο περιεχόμενο.

**Travel Guide:** Περιέχει έναν ταξιδιωτικό οδηγό με προτάσεις αναψυχής για τους πελάτες του ξενοδοχείου. Πιο αναλυτικά αναφέρει τις παραλίες της Αττικής, το Αττικό πάρκο με διάφορα είδη ζώων από όλο τον κόσμο και τέλος διάφορα εμπορικά κέντρα που βρίσκονται κοντά στο ξενοδοχείο.

**Points of Interest:** Περιέχει χάρτη με μηχανήματα αυτόματης ανάληψης.

**Useful Numbers:** Περιλαμβάνει τον αριθμό της αστυνομίας.

**Way Back to Hotel:** Περιέχει χάρτη με την ακριβή τοποθεσία του ξενοδοχείου.

**Share on Social:** Μέσα από την εφαρμογή ο πελάτης μπορεί από μόνος του να ανεβάσει φωτογραφίες στις επίσημες σελίδες του ξενοδοχείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Call Reception:** Αναφέρει τον αριθμό τηλεφώνου του ξενοδοχείου.

**Check On TripAdvisor:** Επιλέγοντας αυτή την κατηγορία ο χρήστης μπορεί να μεταφερθεί στη σελίδα του TripAdvisor και να διαβάσει κριτικές άλλων πελατών ή και να γράψει μία κριτική σχετικά με τη διαμονή του στο ξενοδοχείο.

### 5.2.16 Estia Boutique Apartments

Το ξενοδοχείο αυτό βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Αυτό που το κάνει να ξεχωρίζει από τα άλλα ξενοδοχεία είναι ότι στο ίδιο κτίριο πέρα από δίκλινα δωμάτια διαθέτει και διαμερίσματα με ένα ή δύο υπνοδωμάτια.

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε:

iOS	✓
ANDROID	✓

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη δωρεάν μέσω App Store για τα λογισμικά iOS και μέσω Google Store για τα λογισμικά Android. Η σχεδίαση της εφαρμογής είναι ίδια και στα δύο λογισμικά.

Προγραμματιστής	IT Concept
-----------------	------------

Πατώντας στην εφαρμογή ο χρήστης μπορεί να εισέλθει είτε κάνοντας σύνδεση στον υπάρχοντα λογαριασμό του, είτε δημιουργώντας έναν λογαριασμό, είτε συνεχίζοντας ως ανεξάρτητος χρήστης. Στη συνέχεια, στην αρχική σελίδα της εφαρμογής υπάρχουν διαθέσιμα τα παρακάτω:



Facilities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Room Categories</li> <li>• Hotel Facilities</li> </ul>
Activities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hammam Baths Athens</li> </ul>
Announcements	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Athens Public Transportation</li> <li>• Metro Lines</li> <li>• Athens Tram</li> <li>• Free Entrance museum and archaeological sites</li> <li>• Closing date – museum and archaeological sites</li> </ul>
Daily Theme	✓
Offers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Let us spoil you</li> <li>• Special Offer</li> </ul>
Advertisements	✓
Points of Interest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Walk To Remember in Athens</li> <li>• Museums/ Sightseeing</li> <li>• Where to eat</li> <li>• Café/ Bars</li> </ul>
Directory of services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Breakfast</li> <li>• Check in – Check out</li> <li>• Reception hours</li> <li>• Air-conditioning and heating</li> <li>• Housekeeping</li> <li>• Do not disturb – make my room</li> <li>• Internet</li> <li>• Transportation</li> <li>• Car Rentals</li> <li>• Conference room</li> <li>• Credit cards</li> <li>• Ironic Service</li> </ul>
Contact	✓
Give us your Feedback	✓

**Facilities:** Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα δωμάτια που διαθέτει το ξενοδοχείο με τις παροχές που αυτά προσφέρουν στους πελάτες. Πέρα από τα δωμάτια η κατηγορία αυτή αναφέρει και γενικές πληροφορίες – παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι για παράδειγμα οι ώρες του πρωινού, οι ώρες λειτουργίας της υποδοχής, το πάρκινγκ, ασανσέρ και πολλά άλλα.

**Activities:** Μέσα από την εφαρμογή το ξενοδοχείο προτείνει σαν δραστηριότητα στους πελάτες του μία μέρα χαλάρωσης σε ένα από τα καλύτερα χαμάμ της Αθήνας. Αναγράφονται οι ώρες και οι ημέρες λειτουργίας του καθώς επίσης τα στοιχεία επικοινωνίας και κάποιες πληροφορίες για το τι είναι τα χαμάμ.

**Announcements:** Η κατηγορία αυτή διαθέτει έναν χάρτη των μέσων μαζικής τροχιάς. Επιπλέον αναφέρει πιο επιγραμματικά τις γραμμές του μετρό, τις ώρες λειτουργίας του καθώς επίσης και την ιστορία του μετρό της Αθήνας. Το ίδιο αναφέρει και για το μέσο μαζικής μεταφοράς τραμ. Στη συνέχεια αναφέρει ποιές μέρες τα μουσεία έχουν ελεύθερη είσοδο καθώς επίσης και ποιές μέρες είναι κλειστά.

**Daily Theme:** Η κατηγορία αυτή δεν διαθέτει περιεχόμενο.

**Offers:** Αναφέρει τι παραπάνω διατίθεται το ξενοδοχείο να προσφέρει στους πελάτες του όπως είναι για παράδειγμα η μεταφορά τους. Επιπλέον προσφέρει έκπτωση έως 10% σε όσους μείνουν πάνω από δύο νύχτες.

**Advertisements:** Η κατηγορία αυτή δεν διαθέτει περιεχόμενο.

**Points of Interest:** Μέσα από αυτή την κατηγορία προτείνονται κάποιες περιοχές της Αθήνας οι οποίες είναι πολύ γνωστές και με πολλά μαγαζιά και καφετέριες. Επιπλέον προτείνονται κάποια ενδιαφέροντα μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι.

**Directory of services:** Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλες οι παροχές του ξενοδοχείου όπως είναι για παράδειγμα οι ώρες προσέλευσης του πρωινού, οι ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο, οι ώρες λειτουργίας της υποδοχής, η διαθεσιμότητα θέρμανσης και κλιματισμού, η μετακίνηση από και προς το ξενοδοχείο, οι επαγγελματικοί χώροι του ξενοδοχείου και οι πιστωτικές κάρτες που δέχεται το ξενοδοχείο.

**Contact:** Η κατηγορία αυτή περιέχει τα στοιχεία επικοινωνίας του ξενοδοχείου.

**Give us your Feedback:** Μέσα στην εφαρμογή υπάρχει διαθέσιμο ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο μπορεί να συμπληρωθεί αφού ο χρήστης έχει κάνει εγγραφή στην εφαρμογή.

Τέλος, η εφαρμογή περιέχει ένα κλειδί με το οποίο μόλις ο πελάτης συνδεθεί στην εφαρμογή με τα στοιχεία του και με τον αριθμό του δωματίου του, έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το κινητό του σαν κλειδί για το δωμάτιο του.

## 6. Αποτελέσματα Αναλύσεων

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Αστέρια	4*	16	43,2%
	5*	21	56,8%
Λογισμικό	ANDROID	4	10,8%
	IOS/ANDROID	33	89,2%

Στη παρούσα έρευνα συμμετείχαν 37 ξενοδοχεία της Αθήνας, τεσσάρων και πέντε αστέρων. Παρατηρήθηκε πως το 56,8% των ξενοδοχείων ανήκαν στη κατηγορία των πέντε αστέρων ενώ το 43,2% στη κατηγορία των τεσσάρων αστέρων. Όλα τα ξενοδοχεία είχαν εφαρμογή για χρήση από το κινητό των τουριστών και παρατηρήθηκε πως το 89,2% των εφαρμογών ήταν διαθέσιμες και για iOS και για ANDROID λογισμικό ενώ μόνο το 10,8% των ξενοδοχείων είχαν εφαρμογές που ήταν κατάλληλες μόνο για ANDROID λογισμικό.

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Πληροφορίες ξενοδοχείου	Ναι	34	91,9%
	Όχι	3	8,1%
Εστιατόριο/Μπαρ	Ναι	29	78,4%
	Όχι	8	21,6%
Spa	Ναι	20	54,1%
	Όχι	17	45,9%
Γυμναστήριο	Ναι	21	56,8%
	Όχι	16	43,2%

Το 91,9% των εφαρμογών των ξενοδοχείων παρέχουν πληροφορίες για το ξενοδοχείο, το 78,4% παρέχουν πληροφορίες για τα εστιατόρια και τα μπαρ τους, το 54,1% για το spa και παρέχουν τη δυνατότητα κράτησης μέσα από την εφαρμογή και

το 56,8% των εφαρμογών παρέχει πληροφορίες για το γυμναστήριο του κάθε ξενοδοχείου.

<b>Μεταβλητή</b>		<b>Συχνότητα (N)</b>	<b>Ποσοστό (%)</b>
Concierge	Ναι	19	51,4%
	Όχι	18	48,6%
Υπηρεσίες δωματίου	Ναι	21	56,8%
	Όχι	16	43,2%
Πριν την άφιξη	Ναι	4	10,8%
	Όχι	33	89,2%
Μεταφορά	Ναι	14	37,8%
	Όχι	23	62,2%

Στη συνέχεια, παρατηρήθηκε πως το 51,4% των ξενοδοχείων παρέχουν υπηρεσίες concierge μέσω την εφαρμογών τους, το 56,8% παρέχουν υπηρεσίες δωματίου ενώ το 89,2% των ξενοδοχείων δεν παρέχουν υπηρεσίες πριν την άφιξη των τουριστών μέσω των εφαρμογών τους για τυχόν αιτήματα τους καθώς και ούτε μεταφορά των τουριστών σύμφωνα με το 62,2% των ξενοδοχείων.

<b>Μεταβλητή</b>		<b>Συχνότητα (N)</b>	<b>Ποσοστό (%)</b>
Social Media	Ναι	14	37,8%
	Όχι	23	62,2%
Booking	Ναι	35	94,6%
	Όχι	2	5,4%
Feedback	Ναι	9	24,3%
	Όχι	28	75,7%
Κριτικές	Ναι	15	40,5%
	Όχι	22	59,5%

Ακόμη, το 62,2% των ξενοδοχείων δεν έχουν συνδέσει τους λογαριασμούς των social media με την εφαρμογή τους με αποτέλεσμα οι χρήστες να μη μπορούν να πλοηγηθούν σε αυτά και να λάβουν περισσότερες πληροφορίες για το ξενοδοχείο ή να δουν περισσότερες εικόνες και δραστηριότητές τους. Στη συνέχεια, το 94,6% των ξενοδοχείων παρέχουν δυνατότητα κράτησης δωματίου μέσω της εφαρμογής τους, το 75,7% δε παρέχουν τη δυνατότητα feedback μέσω της εφαρμογής καθώς και το 59,5% δεν παρέχουν τη δυνατότητα κριτικών μέσω της εφαρμογής τους για κινητά τηλέφωνα.

<b>Μεταβλητή</b>		<b>Συχνότητα (N)</b>	<b>Ποσοστό (%)</b>
Επικοινωνία	Ναι	37	100%
Προφίλ	Ναι	19	51,4%
	Όχι	18	48,6%
Send a postcard	Ναι	3	8,1%
	Όχι	34	91,9%
The group	Ναι	22	59,5%
	Όχι	15	40,5%

Όλα τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα παρέχουν τα στοιχεία επικοινωνίας τους όπως τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και διεύθυνση μέσω της εφαρμογής τους, το 51,4% των ξενοδοχείων δίνουν τη δυνατότητα στον κάθε επισκέπτη να δημιουργεί έναν λογαριασμό με τον οποίο να μπορεί να συνδεθεί ο πελάτης κατευθείαν στην εφαρμογή και να έχει αποθηκευμένα τις προσωπικές πληροφορίες του, το 91,9% των εφαρμογών δε δίνουν τη δυνατότητα οι χρήστες να επεξεργαστούν ή να αναρτήσουν στους προσωπικούς τους λογαριασμούς στα social media μια φωτογραφία από το ξενοδοχείο ή την περιοχή που βρίσκεται το ξενοδοχείο. Τέλος το 59,5% των εφαρμογών αναφέρουν πληροφορίες για τον όμιλο στον οποίον ανήκουν τα ξενοδοχεία καθώς επίσης σε ποιες άλλες περιοχές υπάρχουν ξενοδοχεία του συγκεκριμένου ομίλου.

<b>Μεταβλητή</b>		<b>Συχνότητα (N)</b>	<b>Ποσοστό (%)</b>
Τιμή	Ναι	24	64,9%
	Όχι	13	35,1%
Φωτογραφίες	Ναι	36	97,3%
	Όχι	1	2,7%
Χάρτες	Ναι	34	91,9%
	Όχι	3	8,1%
Υπηρεσίες ξενοδοχείου	Ναι	31	83,8%
	Όχι	6	16,2%

Το 64,9% των εφαρμογών αναφέρουν τις τιμές των δωματίων πριν από την κράτηση έτσι ώστε ο πελάτης να γνωρίζει τιμές και να μπορεί να τις συγκρίνει, το 97,3% περιέχουν φωτογραφίες του ξενοδοχείου από τον εσωτερικό και τον εξωτερικό χώρο, το 91,9% περιέχουν χάρτες για την ευκολότερη πρόσβαση των τουριστών στο ξενοδοχείο και στην γύρω περιοχή και τέλος το 83,8% των εφαρμογών εμφανίζουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου.

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Κοινοποίηση εφαρμογής	Ναι	6	16,2%
	Όχι	31	83,8%
Προσθήκη στα αγαπημένα	Ναι	3	8,1%
	Όχι	34	91,9%
Check-in/Check-out	Ναι	31	83,8%
	Όχι	6	16,2%
Προνόμια	Ναι	17	45,9%
	Όχι	20	54,1%

Το 83,8% των εφαρμογών δεν παρέχουν τη δυνατότητα κοινοποίησης της εφαρμογής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό να προτείνουν το ξενοδοχείο αυτό, το 91,9% δεν έχουν τη δυνατότητα προσθήκης στα αγαπημένα με σκοπό οι χρήστες να βρουν το ξενοδοχείο ευκολότερα την επόμενη φορά που θα θελήσουν να το επισκεπτούν, το 83,8% παρέχουν υπηρεσίες check-in/check-out ενώ το 54,1% δεν παρέχουν προνόμια που μπορεί να έχει ο κάθε πελάτης αν θέλει να γίνει μέλος στο member club του ξενοδοχείου.

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Προσφορές	Ναι	10	27%
	Όχι	27	73%
Πολιτική απορρήτου	Ναι	26	70,3%
	Όχι	11	29,7%
Εκδηλώσεις	Ναι	6	16,2%
	Όχι	31	83,8%
Stays	Ναι	13	35,1%
	Όχι	24	64,9%

Το 73% των εφαρμογών δεν αναφέρουν τις διάφορες προσφορές των ξενοδοχείων, το 70,3% των εφαρμογών παρουσιάζουν την πολιτική απορρήτου σχετικά με την εφαρμογή αυτή, το 83,8% δεν παρουσιάζουν τις εκδηλώσεις που οργανώνουν τα ξενοδοχεία ενώ το 64,9% των εφαρμογών δεν παρέχουν τη δυνατότητα ενός ιστορικού με τις διαμονές του πελάτη σε όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Sign in	Ναι	26	70,3%
	Όχι	11	29,7%
Activities	Ναι	18	48,6%
	Όχι	19	51,4%
News	Ναι	1	2,7%
	Όχι	36	97,3%
Mobile Key	Ναι	4	10,8%
	Όχι	33	89,2%

Το 70,3% των εφαρμογών παρέχουν τη δυνατότητα εισόδου των μελών στην εφαρμογή, εφόσον είναι μέλη, το 51,4% δεν αναφέρει τις δραστηριότητες του ξενοδοχείου καθώς κι εκείνες που το ξενοδοχείο προτείνει στους τουρίστες να κάνουν, το 97,3% δε διαθέτουν διάφορες ειδησεογραφικές ιστοσελίδες με σκοπό την ενημέρωση των χρηστών και μόλις το 10,8% των εξεταζόμενων εφαρμογών δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη έχοντας κατεβάσει την εφαρμογή να μπορεί να χρησιμοποιήσει το κινητό του σαν κλειδί στην πόρτα του δωματίου του.

<b>Μεταβλητή</b>		<b>Συχνότητα (N)</b>	<b>Ποσοστό (%)</b>
Travel Guide	Ναι	31	83,8%
	Όχι	6	16,2%
Χρήσιμα τηλέφωνα	Ναι	5	13,5%
	Όχι	32	86,5%
AdChoices	Ναι	5	13,5%
	Όχι	32	86,5%
Γλώσσες	Ναι	10	27%
	Όχι	27	73%

Στη συνέχεια, το 83,8% των εφαρμογών μέσα από την εφαρμογή προσφέρει έναν τουριστικό οδηγό με αξιοθέατα έτσι ώστε ο πελάτης να έχει τη δυνατότητα να τα επισκεφτεί, το 86,5% δεν παρέχουν διάφορα χρήσιμα τηλέφωνα όπως τα τηλέφωνα έκτακτης ανάγκης, το 86,5% δεν παρέχουν ενημέρωση των χρηστών σχετικά με τις διαφημίσεις που μπορούν να εμφανιστούν κατά τη διάρκεια της περιήγησης στην εφαρμογή κι επιπλέον δεν ενημερώνει τους χρήστες σχετικά με τις πληροφορίες που μπορεί να κρατήσει η εφαρμογή. Τέλος, το 73% των εφαρμογών δεν περιλαμβάνει τις παρεχόμενες υπηρεσίες σε διάφορες γλώσσες.

<b>Μεταβλητή</b>		<b>Συχνότητα (N)</b>	<b>Ποσοστό (%)</b>
Credit Cards	Ναι	3	8,1%
	Όχι	34	91,9%
Online chat	Ναι	2	5,4%
	Όχι	35	94,6%
Currency	Ναι	2	5,4%
	Όχι	35	94,6%

Το 91,9% των εφαρμογών δεν αναφέρει τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες που δέχεται το ξενοδοχείο, το 94,6% δεν περιέχει online chat με το ξενοδοχείο ενώ το 94,6% δεν αναφέρει το νόμισμα που μπορεί ο πελάτης να κάνει την κράτηση του.

Πληροφορίες ξενοδοχείου	Ναι		Όχι		$\chi^2$	Df	P
	N	%	n	%			
4*	15	40,5%	16	43,2%	0,131	1	0,718
5*	19	51,4%	2	5,4%			
Εστιατόρια/Μπαρ	Ναι		Όχι		$\chi^2$	Df	P
	N	%	N	%			
4*	11	29,7%	5	13,5%	1,542	1	0,214
5*	18	48,6%	3	8,1%			
Spa	Ναι		Όχι		$\chi^2$	Df	P
	N	%	N	%			
4*	2	5,4%	14	37,8%	19,600	1	0,000
5*	18	48,6%	3	8,1%			
Γυμναστήριο	Ναι		Όχι		$\chi^2$	Df	P
	N	%	N	%			
4*	5	13,5%	11	29,7%	7,473	1	0,006
5*	16	43,2%	5	13,5%			
Concierge	Ναι		Όχι		$\chi^2$	Df	P
	N	%	N	%			
4*	9	24,3%	7	18,9%	0,271	1	0,603
5*	10	27%	11	29,7%			
Γλώσσες	Ναι		Όχι		$\chi^2$	Df	P
	N	%	N	%			
4*	6	16,2%	10	27%	1,568	1	0,211
5*	4	10,8%	17	45,9%			
Εκδηλώσεις	Ναι		Όχι		$\chi^2$	df	P
	N	%	N	%			
4*	5	13,5%	11	29,7%	4,690	1	0,030
5*	1	2,7%	20	54,1%			
Mobile Key	Ναι		Όχι		$\chi^2$	df	P
	N	%	N	%			
4*	3	8,1%	13	35,1%	1,843	1	0,175
5*	1	2,7%	20	54,1%			
Φωτογραφίες	Ναι		Όχι		$\chi^2$	df	P
	N	%	N	%			
4*	15	40,5%	1	2,7%	1,349	1	0,245
5*	21	56,8%	0	0%			
Check-in/Check-out	Ναι		Όχι		$\chi^2$	df	P
	N	%	N	%			
4*	13	35,1%	3	8,1%	0,133	1	0,715
5*	18	48,6%	3	8,1%			
Booking	Ναι		Όχι		$\chi^2$	df	P
	N	%	N	%			
4*	14	37,8%	2	5,4%	2,775	1	0,096
5*	21	60%	0	0%			
Social Media	Ναι		Όχι		$\chi^2$	df	P



	N	%	N	%			
4*	3	8,1%	13	35,1%	4,367	1	0,037
5*	11	29,7%	10	27%			

Παρατηρείται πως περισσότερα ξενοδοχεία 5\* παρέχουν στις εφαρμογές τους για κινητά τηλέφωνα πληροφορίες σχετικά με το ξενοδοχείο (51,4% έναντι 40,5% στα ξενοδοχεία 4\*) ενώ δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική συσχέτιση της παροχής πληροφοριών στην εφαρμογή μεταξύ της κατηγορίας των ξενοδοχείων ( $\chi^2=0,131$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Το αντίθετο παρατηρήθηκε και για τις πληροφορίες που παρέχονται για τα εστιατόρια και τα μπαρ των ξενοδοχείων (48,6% έναντι 29,7% για τα ξενοδοχεία 5\*) ενώ δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική συσχέτιση της παροχής πληροφοριών για τα εστιατόρια και μπαρ στην εφαρμογή μεταξύ της κατηγορίας των ξενοδοχείων ( $\chi^2=1,542$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Όσον αφορά τις πληροφορίες για το spa των ξενοδοχείων παρατηρήθηκε πως το 37,8% των ξενοδοχείων 4\* δεν αναφέρουν σχετικές πληροφορίες ενώ το 48,6% των ξενοδοχείων 5\* παρέχουν και επίσης παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ αυτών των πληροφοριών και της κατηγορίας των ξενοδοχείων ( $\chi^2=19,6$ ,  $df=1$ ,  $p<0,05$ ). Όσον αφορά τις πληροφορίες για το γυμναστήριο των ξενοδοχείων παρατηρήθηκε πως το 29,7% των ξενοδοχείων 4\* δεν αναφέρουν σχετικές πληροφορίες ενώ το 43,2% των ξενοδοχείων 5\* παρέχουν και επίσης παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ αυτών των πληροφοριών και της κατηγορίας των ξενοδοχείων ( $\chi^2=7,473$ ,  $df=1$ ,  $p<0,05$ ). Σχετικά με την υπηρεσία concierge παρατηρήθηκε πως το 24,3% των ξενοδοχείων 4\* παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες στην εφαρμογή για τα κινητά τηλέφωνα ενώ το 29,7% των ξενοδοχείων 5\* δεν τις παρέχουν ενώ δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ αυτών των πληροφοριών και της κατηγορίας των ξενοδοχείων ( $\chi^2=0,271$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Ακόμη, σχετικά με τις διαθέσιμες γλώσσες της εφαρμογής παρατηρήθηκε πως δεν υπάρχουν πολλές γλώσσες για να είναι πιο εύχρηστες οι εφαρμογές για τους χρήστες και πιο συγκεκριμένα, το 27% των ξενοδοχείων 4\* και το 45,9% των ξενοδοχείων 5\* δεν παρέχουν ποικιλία στις διαθέσιμες γλώσσες των εφαρμογών ενώ δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των γλωσσών και της κατηγορίας των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 1,568$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Όσον αφορά τις εκδηλώσεις των ξενοδοχείων το 29,7% των ξενοδοχείων 4\* και το 54,1% των ξενοδοχείων 5\* δεν τις αναφέρουν στις εφαρμογές τους ενώ παρατηρείται στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ της

αναφοράς των εκδηλώσεων και στις κατηγορίες των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 4,690$ ,  $df=1$ ,  $p<0,05$ ). Σχετικά με τη δυνατότητα των χρηστών να ανοίγουν την πόρτα των δωματίων τους μέσω της εφαρμογής στο κινητό του το 35,1% των ξενοδοχείων 4\* και το 54,1% των ξενοδοχείων 5\* δεν παρέχουν αυτή τη δυνατότητα και δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ του mobile key και στις κατηγορίες των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 1,843$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Σχεδόν όλα τα ξενοδοχεία παρέχουν φωτογραφίες μέσω των εφαρμογών τους σύμφωνα με το 40,5% των ξενοδοχείων 4\* και το 56,8% των ξενοδοχείων 5\* όμως δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των φωτογραφιών και των κατηγοριών των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 1,349$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Ενώ όπως προαναφέρθηκε δεν υπάρχει η δυνατότητα του mobile key, υπάρχει όμως η δυνατότητα Check-in/Check-out μέσω των εφαρμογών σύμφωνα με το 35,1% των ξενοδοχείων 4\* και το 48,6% των ξενοδοχείων 5\* ενώ δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ της δυνατότητας Check-in/Check-out μέσω των εφαρμογών και των κατηγοριών των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 0,133$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ). Ακόμη, όλα σχεδόν τα ξενοδοχεία 4\* και 5\* παρέχουν τη δυνατότητα κράτησης δωματίων μέσω της εφαρμογής ενώ δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ της δυνατότητας booking μέσω των εφαρμογών και των κατηγοριών των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 2,775$ ,  $df=1$ ,  $p>0,05$ ) και τέλος το 35,1% των ξενοδοχείων 4\* δεν έχουν συνδεδεμένα τα social media των ξενοδοχείων με την εφαρμογή τους ενώ το 29,7% των ξενοδοχείων 5\* τα έχουν συνδεδεμένα και παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ της σύνδεσης των social media των ξενοδοχείων και των κατηγοριών των ξενοδοχείων ( $\chi^2= 4,367$ ,  $df=1$ ,  $p<0,05$ ).

## 7. Ξενοδοχεία χωρίς εφαρμογή

4*	5*
Hotel Lozenge	Royal Olympic Hotel
Amalia Hotel	Njn Athens plaza
Sea View Hotel	Grand Resort Lagonissi
Mati Hotel	Hydrea Exclusive Hospitality
Ramada Attica Riviera Hotel	Plaza Resort
Hydra Hotel	AthensWas Hotel
Airotel Pantheon	Hotel Leto Hydra
Athenian Riviera Hotels and Suites	Divani Apollon Suites

B4B Athens 365 Hotel	Wyndham Grand Athens
Titania Hotel	Life Gallery Athens
Athens Zafolia Hotel	Piraeus Theoxenia Hotel
Herodion Hotel	Four Seasond Hydra
Emporikon Athens Hotel	Perianth Hotel
B4B Athens signature hotel	Divani Palace Acropolis
Athenaeum Palace and luxury suites	Greotel Palace Athena
Palmyra Beach Hotel	
Hera Hotel	
Hotel Novus	
Athenaeum Grand Hotel	
Xenia Poros Image Hotel	
The Stanley	
Tropical Hotel	
Airotel Alexandros	
The Athens Gate Hotel	
Airotel Stratos Vassilikos	
Cotommatae Hydra 1810	
Athens Comfort	
Lion Hotel Apartments	
Congo Palace Hotel	
Athens Tiare Hotel	
klepsydra Urban Suites	
Fenix Hotel	
Polis Grand Hotel	
Amarilia Hotel	
Art Hotel Athens	
Athens Avenue Hotel	
Athens Lotus Hotel	
Art suites Athens	
Delice Hotel Appartments	
Bomo Palace Hotel	
Emmantina Hotel	
Athens Atrium Hotel and Suites	
Golden Sun Hotel	
Lotus Inn	
Brasil Suites Boutique Hotel	
Kythea Resort	
Aegeon Beach Hotel	
Avra Hotel	
Marathon Palace	
Cabo Verde Hotel	

Civitel Olympic Hotel	
Spetses Hotel	
Apollonia Hotel	
Acropolian spirit Hotel	
Breeze Boutique Hotel	
The Y Hotel	
Oasis Hotel Apartments	
Athens Coast By London Hotel	
The Athenian Callirhoe Exclusive Hotel	
Citivel Attik	
Elefsina Hotel	
Citivel Olympic	
Orloff Boutique Hotel	
Coco-mat Hotel Athens	
Coral Hotel Athens	
Azur Boutique Hotel	
Holiday Suites	
Blazer Suites Hotel	
The Zillers Boutique Hotel	
Domotel kastro Hotel	
King Lodge	
Vergina Hotel	
O&B Athens Boutique Hotel	
Xenofon Hotel	
Vouliagmeni suites	
Chic Hotel	
Twentyone Hotel	
Ava Hotels and Suites	
Blue sea hotel	
Efplias Hotel Apartments	
Kythira Golden Resort	
Perdika Suites	
Theoxenia House Hotel	
Dolce Attica Riviera	
Ilissos Hotel	

Στον παραπάνω πίνακα υπάρχουν διαθέσιμα τα ξενοδοχεία που δεν κατέχουν εφαρμογή για κινητά σε κανένα από τα εξεταζόμενα λογισμικά. Όπως παρατηρούμε τα ξενοδοχεία της Αττικής που δεν κατέχουν εφαρμογή είναι περισσότερα σε σχέση με αυτά που έχουν. Οι λόγοι που συμβαίνει αυτό μπορεί να ποικίλουν και να είναι

διαφορετικοί για το κάθε ξενοδοχείο ξεχωριστά. Τέλος, παρατηρείται ότι τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων είναι περισσότερα σε σχέση με τα πέντε αστέρων.

#### **8. Συμπεράσματα – Προτάσεις**

Από την έρευνα αυτή, αυτό που είναι το πιο σημαντικό και αξίζει να τονισθεί είναι ότι τα ξενοδοχεία της Αττικής που διαθέτουν εφαρμογή είναι κατά πολύ λιγότερα σε σχέση με αυτά που δεν διαθέτουν. Αυτό δείχνει ότι όσον αφορά το μάρκετινγκ οι περισσότεροι ξενοδόχοι της Αττικής δεν έχουν ακόμα τολμήσει να δημιουργήσουν μία τέτοια εφαρμογή παρόλο που είναι αρκετά διαδεδομένη σε όλο τον κόσμο.

Στη συνέχεια, ακόμα και τα ξενοδοχεία που διαθέτουν εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα το περιεχόμενο τους δεν είναι τόσο εξελιγμένο όσον αφορά τις παροχές τους. Βλέποντας τις παγκόσμιες τάσεις στο τουρισμό παρατηρείται ότι οι εφαρμογές είναι το μέλλον του τουρισμού και αποτελούν άξιους αντικαταστάτες των επίσημων ιστοσελίδων των ξενοδοχείων. Παρόλα αυτά οι υπάρχουσες εφαρμογές των ξενοδοχείων της Αττικής δεν διαθέτουν πολύ σημαντικές κατηγορίες όπως είναι για παράδειγμα το ψηφιακό κλειδί. Άλλη μία σημαντική τάση που θα έπρεπε να διαθέτουν οι εφαρμογές αυτές είναι η ψηφιακή πραγματικότητα. Τα περισσότερα ξενοδοχεία του εξωτερικού παγκοσμίως διαθέτουν την ψηφιακή πραγματικότητα με την οποία οι εν δυνάμει πελάτες του ξενοδοχείου κατεβάζοντας την εφαρμογή στα κινητά τους τηλέφωνα βρίσκονται στο χώρο του ξενοδοχείου εικονικά.

Συνεχίζοντας, σύμφωνα με την έρευνα τα περισσότερα ξενοδοχεία δεν περιλαμβάνουν στις εφαρμογές τους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ξενοδοχείου, κάτι το οποίο μπορεί να προκαλέσει δυσαρέσκεια σε κάποιους από τους πελάτες και πιο συχνά σε πελάτες μικρότερης ηλικίας που θεωρούν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι αρκετά σημαντικά και τους αρέσει να τα ελέγχουν είτε για φωτογραφίες άλλων πελατών είτε γιατί συνήθως διαθέτουν κριτικές από παλαιότερους πελάτες, ανακοινώσεις και εκδηλώσεις των ξενοδοχείων κ.α. Οπότε είναι ωφέλιμο για τους ξενοδόχους να παρέχουν αυτή την επιλογή στις εφαρμογές των ξενοδοχείων.

Ακολούθως πολύ σημαντική παράληψη μπορεί να θεωρηθεί η έλλειψη κριτικών από άλλους πελάτες μέσα στην εφαρμογή καθώς οι πελάτες συνηθώς αναζητούν κριτικές από προηγούμενους πελάτες πριν αποφασίσουν πιο ξενοδοχείο θα κλείσουν. Είναι

σημαντικό διότι τους εξυπηρετεί να το βρίσκουν στην εφαρμογή κατευθείαν από ότι να ψάχνουν στο διαδίκτυο καθώς γλιτώνουν αρκετό χρόνο. Επιπλέον, όσον αφορά τις προσφορές μέσα στην εφαρμογή είναι θετικό να υπάρχουν καθώς κάνουν το ξενοδοχείο πιο ελκυστικό στα μάτια των πελατών.

Σημαντικό επίσης μπορεί να θεωρηθεί η ύπαρξη χρήσιμων τηλεφώνων όπως είναι της αστυνομίας, των νοσοκομείων, των γύρω φαρμακείων και της πυροσβεστικής διότι έχοντας ο πελάτης αυτές τις πληροφορίες αισθάνεται περισσότερη ασφάλεια. Ακολούθως οι εφαρμογές θα πρέπει να είναι διαθέσιμες σε περισσότερες από μία γλώσσες διότι έτσι καλύπτει μεγαλύτερο φάσμα επισκεπτών και η εφαρμογή γίνεται πιο οικεία στους πελάτες του ξενοδοχείου.

Από μία εφαρμογή επίσης δεν πρέπει να λείπει η απευθείας επικοινωνία με την υποδοχή του ξενοδοχείου μέσα από την εφαρμογή. Με αυτό τον τρόπο οι πελάτες γλιτώνουν χρόνο από το να μιλάνε στο τηλέφωνο με το ξενοδοχείο και κάνει την επικοινωνία ακόμα πιο άμεση και πιο εύκολη.

Τέλος, θετικό μόνο μπορεί να θεωρηθεί η υπηρεσία δωματίου να παρέχεται μέσα από την εφαρμογή. Έτσι ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να ζητάει ότι επιθυμεί από την ρεσεψιόν χωρίς να παίρνει τηλέφωνο. Επίσης, με αυτόν τον τρόπο είναι πιο εμφανές στον πελάτη τι ακριβώς προσφέρει το ξενοδοχείο μέσα από την υπηρεσία δωματίου.

## 9. Βιβλιογραφία

### Online

- Discover Greece  
<https://www.discovergreece.com/en/mainland/attica>
- Mayerowitz, S. (2014). Skip check-in; latest hotel room key is your phone. THE ASSOCIATED PRESS.  
<https://www.pressherald.com/2014/11/03/skip-check-in-latest-hotel-room-key-is-your-phone/>
- CCTV America (2014). New hotel app provides faster check-in and keyless entry.  
<http://www.cctv-america.com/2014/12/26/guests-enter-hotel-rooms-using-smartphone-apps>
- Phocuswright. (2016). China Leads in Mobile Travel Bookings.  
<https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2016/China-Leads-in-Mobile-Travel-Bookings>
- eMarketer. (2015). By 2016, Most Digital Travel Bookers Will Use Mobile Devices.  
<https://www.emarketer.com/Article/By-2016-Most-Digital-Travel-Bookers-Will-Use-Mobile-Devices/1013248>
- Hinchcliffe, D. (2013, January 18, 2013). 2013 predictions for enterprise social media.  
<https://www.zdnet.com/article/2013-predictions-for-enterprise-social-media/>
- Null, C. (n.d.). Best hotel Apps. Travel and Leisure.  
<https://www.travelandleisure.com/articles/best-hotel-apps-for-the-savviest-guest>
- Estia Boutique Apartments  
<https://www.estia-athens.com/>
- New Aegli Resort Hotel Poros  
<https://www.newaegli.gr/>
- Athens Cypria Hotel  
<https://athenscypria.com/?lang=en>
- Electra Hotel Athens

[https://www.electrahotels.gr/en/athens/electra-athens/?gclid=EAIAIQobChMIqteVjamW5QIVibbtCh1dBQ4mEAAAYASAAEgLnRPD\\_BwE](https://www.electrahotels.gr/en/athens/electra-athens/?gclid=EAIAIQobChMIqteVjamW5QIVibbtCh1dBQ4mEAAAYASAAEgLnRPD_BwE)

- The Golden Age Hotel of Athens  
<https://hotelgoldenage.com/>
- Ilisia Hotel  
<http://www.ilisiahotel.gr/index.php/en/>
- Novotel Athens  
<https://www.novotelathens.gr/>
- Kubic Athens Smart Hotel  
<https://www.kubichotel.gr/>
- Hotel Fresh  
<https://freshhotel.gr/>
- Melia Athens  
<https://www.melia.com/en/hotels/greece/athens/melia-athens/index.htm>
- Periscope Hotel  
<https://periscope.hotelsathens.org/en/>
- Best Western Candia Hotel  
<https://www.candia-hotel.gr/en/>
- Best Western Plus Embassy Hotel  
<https://embassyhotelathens.reserve-online.net/about>
- President Hotel  
[https://president.gr/el/?gclid=EAIAIQobChMIoaPQ1KqW5QIVweR3Ch2DWwqyEAAYAiAAEgLtBfD\\_BwE](https://president.gr/el/?gclid=EAIAIQobChMIoaPQ1KqW5QIVweR3Ch2DWwqyEAAYAiAAEgLtBfD_BwE)
- Holiday Inn Hotel Athens Airport  
[https://www.holidayinn.com/hotels/gb/en/athens/athea/hoteldetail?fromRedirect=true&qSrt=sBR&qIta=99603195&icdv=99603195&glat=SEAR&qSIH=ath ea&setPMCookies=true&qSHBrC=HI&qDest=Attica%20Avenue,%20Athens,%20GR&dp=true&gclid=EAIAIQobChMIg-yG5KqW5QIVBeJ3Ch06ygWgEAAAYASAAEgKkQ\\_D\\_BwE&cid=57694&sr b\\_u=1](https://www.holidayinn.com/hotels/gb/en/athens/athea/hoteldetail?fromRedirect=true&qSrt=sBR&qIta=99603195&icdv=99603195&glat=SEAR&qSIH=ath ea&setPMCookies=true&qSHBrC=HI&qDest=Attica%20Avenue,%20Athens,%20GR&dp=true&gclid=EAIAIQobChMIg-yG5KqW5QIVBeJ3Ch06ygWgEAAAYASAAEgKkQ_D_BwE&cid=57694&sr b_u=1)
- Astor Hotel Athens



[https://astorhotel.gr/el/?gclid=EAIaIQobChMIuJHn6uW5QIV0eJ3Ch1uWgIAEAAYASAAEgL39vD\\_BwE](https://astorhotel.gr/el/?gclid=EAIaIQobChMIuJHn6uW5QIV0eJ3Ch1uWgIAEAAYASAAEgL39vD_BwE)

- Sofitel Athens Airport  
<https://www.accorhotels.com/gb/hotel-3167-sofitel-athens-airport/index.shtml>
- Divani Caravel Hotel  
<https://divanicaravelhotel.com/>
- Electra Metropolis Athens  
[https://www.electrahotels.gr/en/athens/electra-metropolis-athens/?gclid=EAIaIQobChMIsK-26auW5QIVhud3Ch22\\_AgvEAAyAAEgLu7vD\\_BwE](https://www.electrahotels.gr/en/athens/electra-metropolis-athens/?gclid=EAIaIQobChMIsK-26auW5QIVhud3Ch22_AgvEAAyAAEgLu7vD_BwE)
- Grand Hyatt Athens  
[https://www.hyatt.com/en-US/hotel/greece/grand-hyatt-athens/athgh?&&src=pfxeame\\_sem\\_pfx\\_search\\_google\\_eame\\_rooms\\_br\\_name\\_ww\\_eng\\_pfx\\_search\\_google\\_eame\\_rooms\\_br\\_name\\_athgh\\_grand%20hyatt%20athens&mckv=sdfskkuTQ-dc\\_pcrd\\_343135923810\\_mtid\\_5297kx13790&gclid=EAIaIQobChMIl6uQ-quW5QIVRed3Ch3pyg6KEAAYASAAEgJmCfD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.hyatt.com/en-US/hotel/greece/grand-hyatt-athens/athgh?&&src=pfxeame_sem_pfx_search_google_eame_rooms_br_name_ww_eng_pfx_search_google_eame_rooms_br_name_athgh_grand%20hyatt%20athens&mckv=sdfskkuTQ-dc_pcrd_343135923810_mtid_5297kx13790&gclid=EAIaIQobChMIl6uQ-quW5QIVRed3Ch3pyg6KEAAYASAAEgJmCfD_BwE&gclsrc=aw.ds)
- Electra Palace Athens  
[https://www.electrahotels.gr/en/athens/electra-palace-athens/?gclid=EAIaIQobChMIuZL0i6yW5QIVgc13Ch17Zgj0EAAYASAAEgKaDPD\\_BwE](https://www.electrahotels.gr/en/athens/electra-palace-athens/?gclid=EAIaIQobChMIuZL0i6yW5QIVgc13Ch17Zgj0EAAYASAAEgKaDPD_BwE)
- Hilton Athens  
[https://www3.hilton.com/en/hotels/greece/hilton-athens-ATHHITW/index.html?WT.srch=1&WT.mc\\_id=zIMDPDA0EMEA1MB2PSH3PPC\\_Google\\_search4cid119675691\\_aid6844840491\\_me\\_kkwd-1155428775Brand\\_Nano6ATHHITW7en&utm\\_source=Google&utm\\_medium=ppc&utm\\_campaign=paidsearch&campaignid=119675691&adgroupid=6844840491&targetid=kwd-115542877&gclid=EAIaIQobChMIyL3umayW5QIVwed3Ch1a4gAhEAAyASAAEgIDA\\_D\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www3.hilton.com/en/hotels/greece/hilton-athens-ATHHITW/index.html?WT.srch=1&WT.mc_id=zIMDPDA0EMEA1MB2PSH3PPC_Google_search4cid119675691_aid6844840491_me_kkwd-1155428775Brand_Nano6ATHHITW7en&utm_source=Google&utm_medium=ppc&utm_campaign=paidsearch&campaignid=119675691&adgroupid=6844840491&targetid=kwd-115542877&gclid=EAIaIQobChMIyL3umayW5QIVwed3Ch1a4gAhEAAyASAAEgIDA_D_BwE&gclsrc=aw.ds)
- St George Lycabettus Hotel  
[https://www.sglycabettus.gr/el/?gclid=EAIaIQobChMI3cf2qKyW5QIViOF3Ch142g8TEAAYASAAEgKyfvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.sglycabettus.gr/el/?gclid=EAIaIQobChMI3cf2qKyW5QIViOF3Ch142g8TEAAYASAAEgKyfvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

- Hotel Grande Bretagne a Luxury Collection Hotel  
[https://hotelbretagne.grandluxuryhotels.com/en/h/31/hotel-grande-bretagne?gclid=EAIAIQobChMI25jHt6yW5QIVF-h3Ch2DDgG2EAAYAiAAEgLnP\\_D\\_BwE](https://hotelbretagne.grandluxuryhotels.com/en/h/31/hotel-grande-bretagne?gclid=EAIAIQobChMI25jHt6yW5QIVF-h3Ch2DDgG2EAAYAiAAEgLnP_D_BwE)
- New Hotel  
[https://www.yeshotels.gr/newhotel/?gclid=EAIAIQobChMI8PrKw6yW5QIVmMx3Ch2JIQUbEAAYASAAEgI9AvD\\_BwE](https://www.yeshotels.gr/newhotel/?gclid=EAIAIQobChMI8PrKw6yW5QIVmMx3Ch2JIQUbEAAYASAAEgI9AvD_BwE)
- Radisson Blu Park Hotel Athens  
[https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-blu-athens?facilitatorId=RHGSEM&cid=a%3Aps%2Bb%3Aagl%2Bc%3Aemea%2Bi%3Abrand%2Be%3Aardb%2Bd%3Acese%2Br%3Abrt%2Bf%3Aen-US%2Bh%3AATHZH%2Bg%3Aho%2Bv%3Acf&mkwid=sVnJFofpa\\_dc&pcrid=383912830510&pkw=radison%20blu%20athens&pmt=e&slid=&pgrid=71577394215&ptaid=kwd-338832904524&gclid=EAIAIQobChMI8KHZ06yW5QIVDeR3Ch02bQZsEAYASAAEgJyXPD\\_BwE](https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-blu-athens?facilitatorId=RHGSEM&cid=a%3Aps%2Bb%3Aagl%2Bc%3Aemea%2Bi%3Abrand%2Be%3Aardb%2Bd%3Acese%2Br%3Abrt%2Bf%3Aen-US%2Bh%3AATHZH%2Bg%3Aho%2Bv%3Acf&mkwid=sVnJFofpa_dc&pcrid=383912830510&pkw=radison%20blu%20athens&pmt=e&slid=&pgrid=71577394215&ptaid=kwd-338832904524&gclid=EAIAIQobChMI8KHZ06yW5QIVDeR3Ch02bQZsEAYASAAEgJyXPD_BwE)
- Athenaeum Intercontinental Athens  
<http://athenaeum.intercontinental.com/>
- Academia of Athens Autograph Collection  
<https://academiaofathens.com/>
- King George a Luxury Collection  
<https://www.marriott.com/hotels/travel/athgl-king-george-a-luxury-collection-hotel-athens/>
- Somewhere Boutique Vouliagmeni  
<https://somewhere-hotels.com/vouliagmeni/>
- Athens Marriott Hotel  
<https://www.marriott.com/hotels/travel/atham-athens-marriott-hotel/>
- Crowne Plaza Athens  
<https://www.cpathens.com/>
- Theoxenia Palace and House Suites  
<https://www.theoxeniapalace.com/>
- The Margi Hotel  
<https://www.themargi.gr/>

- Divani Apollon Palace and Thalasso  
[https://divaniapollonhotel.com/?trkid=V3ADW316481\\_37487639454\\_aud-411029394398%3Akwd-72863766582\\_332594861027\\_g\\_c\\_&gclid=EAiaIQobChMI3uu83K2W5QIVB813Ch1NDAPwEAAAYASAAEgJKjvD\\_BwE](https://divaniapollonhotel.com/?trkid=V3ADW316481_37487639454_aud-411029394398%3Akwd-72863766582_332594861027_g_c_&gclid=EAiaIQobChMI3uu83K2W5QIVB813Ch1NDAPwEAAAYASAAEgJKjvD_BwE)
- Semiramis Hotel  
<http://semiramis.athenshotels.it/>
- Four Seasons Astir Palace Hotel Athens  
<https://www.fourseasons.com/athens/>

### **Επιστημονικά άρθρα & έρευνες**

- ΣΕΤΕ:  
[http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2018\\_SymvolhTourismou-2017.pdf](http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2018_SymvolhTourismou-2017.pdf)
- INEMY:  
<http://inemy.gr/wp-content/uploads/2018/01/ΑΤΤΙΚΗ.pdf>
- ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ, ΕΙΔΙΚΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΚΟΝΔΥΛΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ  
[https://www.patt.gov.gr/site/attachments/article/18589/160405\\_sxedio\\_drasis.pdf](https://www.patt.gov.gr/site/attachments/article/18589/160405_sxedio_drasis.pdf)
- G. Ashworth – S.J. Page, “Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes”, *Tourism Management*  
  - 32, 2011, σ. 1-15.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710000233>
- G. Ashworth, “Do we Understand Urban Tourism?”, *Tourism & Hospitality*, 1:4, 2012.  
<https://www.longdom.org/open-access/do-we-understand-urban-tourism-2167-0269.1000e117.pdf>
- Λαγός, Δ., Σταυρινούδης, Θ. και Καμπάνη, Χ. (2008) «Τουρισμός Πόλεων, μια δυναμικά αναπτυσσόμενη αγορά στην Ευρώπη: Η περίπτωση της Αθήνας», Πρακτικά του 2ου Εθνικού Επιστημονικού Συνεδρίου Τουρισμού, Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (Α.Τ.Ε.Μ.), 21–22 Μαρτίου, Αθήνα.

[http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Online%20library/GR/Tourismos%20poleon.doc](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/Tourismos%20poleon.doc)

- ΣΕΤΕ, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», 2015  
[http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2015\\_Who\\_is\\_our\\_client.pdf](http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2015_Who_is_our_client.pdf)
- Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών – Αττικής & Αργοσαρωνικού, «14η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική», 2018  
<https://www.all-athens-hotels.com/wp-content/uploads/2018/10/Tourist-satisfaction-hotel-performance-2018.pdf>
- Kim, H. S. (2011). Location-based authentication protocol for first cognitive radio networking standard. *Journal of Network and Computer Applications*, 34(4), 1160-116  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1084804510002286>
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, «Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018 - Ανά Περιφέρεια - Νομό – Νησί», 2018  
[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/02\\_Hotels\\_2018\\_Regional.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/02_Hotels_2018_Regional.pdf)
- Picoto, W. N., Bélanger, F., & Palma-dos-Reis, A. (2014). An organizational perspective on m business: usage factors and value determination. *European Journal of Information Systems*, 23(5), 571-592.  
<https://www.semanticscholar.org/paper/An-organizational-perspective-on-m-business%3A-usage-Picoto-B%C3%A9langer/c8253df5ce6f00372656208a0e54912e776991f2>
- Huang, J. H., Lin, Y. R., & Chuang, S. T. (2007). Elucidating user behavior of mobile learning: A perspective of the extended technology acceptance model. *The Electronic Library*, 25(5), 585-598  
<https://pdfs.semanticscholar.org/7596/5851e5a9f4afeaa546a5b8dbd8c65e339eb4.pdf>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., Chan, F. K., Hu, P. J. H., & Brown, S. A. (2011). Extending the two-stage information systems continuance model:

Incorporating UTAUT predictors and the role of context. *Information Systems Journal*, 21(6), 527-555

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1365-2575.2011.00373.x>

- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Making the most of information technology & systems usage: A literature review, framework and future research agenda. *Computers in Human Behavior*, 49, 541-566.  
<https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/48721>
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services: An extension to the expectation-confirmation model. *Industrial Management & Data Systems*, 116(3), 508-525.  
[https://www.researchgate.net/publication/282182282\\_Determinants\\_of\\_Continuance\\_Intention\\_to\\_Use\\_the\\_Smartphone\\_Banking\\_Services\\_An\\_Extension\\_to\\_the\\_Expectation-Confirmation\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/282182282_Determinants_of_Continuance_Intention_to_Use_the_Smartphone_Banking_Services_An_Extension_to_the_Expectation-Confirmation_Model)
- Gibbs, C., Gretzel, U., & Saltzman, J. (2016). An experience-based taxonomy of branded hotel mobile application features. *Information Technology & Tourism*, 16(2), 175-199.  
[https://www.researchgate.net/publication/290198142\\_An\\_experience-based\\_taxonomy\\_of\\_branded\\_hotel\\_mobile\\_application\\_features](https://www.researchgate.net/publication/290198142_An_experience-based_taxonomy_of_branded_hotel_mobile_application_features)
- Lin, Z., & Filieri, R. (2015). Airline passengers' continuance intention towards online check-in services: The role of personal innovativeness and subjective knowledge. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 81, 158-168.  
[https://www.researchgate.net/publication/280112219\\_Airline\\_passengers'\\_continuance\\_intention\\_towards\\_online\\_check-in\\_services\\_The\\_role\\_of\\_personal\\_innovativeness\\_and\\_subjective\\_knowledge](https://www.researchgate.net/publication/280112219_Airline_passengers'_continuance_intention_towards_online_check-in_services_The_role_of_personal_innovativeness_and_subjective_knowledge)
- Rivera, M., Croes, R., & Zhong, Y. (2016). Developing mobile services: a look at first-time and repeat visitors in a small island destination. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2721-2747.  
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IJCHM-02-2015-0052>

- Kim, E., Lin, J.-S., & Sung, Y. (2013). To app or not to app: Engaging consumers via branded mobile apps. *Journal of Interactive Advertising*, 13(1), 53-65.  
[https://www.researchgate.net/publication/271626446\\_To\\_App\\_or\\_Not\\_to\\_App\\_Engaging\\_Consumers\\_via\\_Branded\\_Mobile\\_Apps](https://www.researchgate.net/publication/271626446_To_App_or_Not_to_App_Engaging_Consumers_via_Branded_Mobile_Apps)
- Calder, B. J., Malthouse, E. C., & Schaedel, U. (2009). An experimental study of the relationship between online engagement and advertising effectiveness. *Journal of Interactive Marketing*, 23(4), 321-331.  
[https://www.researchgate.net/publication/237046662\\_An\\_Experimental\\_Study\\_of\\_the\\_Relationship\\_between\\_Online\\_Engagement\\_and\\_Advertising\\_Effectiveness](https://www.researchgate.net/publication/237046662_An_Experimental_Study_of_the_Relationship_between_Online_Engagement_and_Advertising_Effectiveness)
- Bellman, S., Potter, R. F., Treleaven-Hassard, S., Robinson, J. A., & Varan, D. (2011). The effectiveness of branded mobile phone apps. *Journal of Interactive Marketing*, 25(4), 191-200.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1094996811000491>
- Zhao, Z., & Balagué, C. (2015). Designing branded mobile apps: Fundamentals and recommendations. *Business Horizons*, 58(3), 305-315.  
[https://www.researchgate.net/publication/272523056\\_Designing\\_branded\\_mobile\\_apps\\_Fundamentals\\_and\\_recommendations](https://www.researchgate.net/publication/272523056_Designing_branded_mobile_apps_Fundamentals_and_recommendations)
- Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727-750.  
[https://www.academia.edu/8317938/Law\\_R.\\_Buhalis\\_D.\\_Cobanoglu\\_C.\\_Progress\\_on\\_information\\_and\\_communication\\_technologies\\_in\\_hospitality\\_and\\_tourism\\_International\\_Journal\\_of\\_Contemporary\\_Hospitality\\_Management\\_Volume\\_26\\_Issue\\_5\\_pp.\\_727\\_-\\_750](https://www.academia.edu/8317938/Law_R._Buhalis_D._Cobanoglu_C._Progress_on_information_and_communication_technologies_in_hospitality_and_tourism_International_Journal_of_Contemporary_Hospitality_Management_Volume_26_Issue_5_pp._727_-_750)
- Wang, D., Xiang, Z., Law, R., & Ki, T. P. (2016). Assessing hotel-related smartphone apps using online reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(3), 291-313.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19368623.2015.1012282>
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2016). Smartphone use in everyday life and travel. *Journal of Travel Research*, 55(1), 52-63.

[https://www.academia.edu/30291814/Smartphone\\_Use\\_in\\_Everyday\\_Life\\_and\\_Travel\\_Wang\\_Xiang](https://www.academia.edu/30291814/Smartphone_Use_in_Everyday_Life_and_Travel_Wang_Xiang)

- Adukaite, A., Reimann, A. M., Marchiori, E., & Cantoni, L. (2013). Hotel mobile apps. The case of 4 and 5 star hotels in European German-speaking countries. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 45-57): Springer.  
[https://www.researchgate.net/publication/275210243\\_Hotel\\_Mobile\\_Apps\\_The\\_Case\\_of\\_4\\_and\\_5\\_Stars\\_Hotels\\_in\\_European\\_German-Speaking\\_Countries](https://www.researchgate.net/publication/275210243_Hotel_Mobile_Apps_The_Case_of_4_and_5_Stars_Hotels_in_European_German-Speaking_Countries)
- Wang, D., & Xiang, Z. (2012). The new landscape of travel: A comprehensive analysis of smartphone apps. In F. R. M. Fuchs, & L. Cantoni (Eds.) (Ed.), *Information and communication technologies in tourism 2012* (pp. 308-319).  
<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20123059850>
- Walsh, C. S. (2014, April). The mobile travel landscape: a multi-region spotlight. PhocusWright Inc.
- Collins, G. (2010). Usable mobile ambient intelligent solutions for hospitality customers. *Journal of Information Technology Impact*, 10(1), 45-54.  
[https://www.researchgate.net/publication/228942165\\_Usable\\_Mobile\\_Ambient\\_Intelligent\\_Solutions\\_for\\_Hospitality\\_Customers](https://www.researchgate.net/publication/228942165_Usable_Mobile_Ambient_Intelligent_Solutions_for_Hospitality_Customers)
- Gibbs, C., Gretzel, U., & Saltzman, J. (2016). An experience-based taxonomy of branded hotel mobile application features. *Information Technology & Tourism*, 16(2), 175-199.  
[https://www.researchgate.net/publication/290198142\\_An\\_experience-based\\_taxonomy\\_of\\_branded\\_hotel\\_mobile\\_application\\_features](https://www.researchgate.net/publication/290198142_An_experience-based_taxonomy_of_branded_hotel_mobile_application_features)
- Chen, M., Knecht, S., & Murphy, H. C. (2015). An investigation of features and functions of smartphone applications for hotel chains. ENTER2015, Lugano, Switzerland.  
[http://agrilife.org/ertr/files/2015/02/SP05\\_MobileSession\\_Chen.pdf](http://agrilife.org/ertr/files/2015/02/SP05_MobileSession_Chen.pdf)
- Kennedy-Eden, H., & Gretzel, U. (2012). A taxonomy of mobile applications in tourism.  
[http://agrilife.org/ertr/files/2015/02/SP05\\_MobileSession\\_Chen.pdf](http://agrilife.org/ertr/files/2015/02/SP05_MobileSession_Chen.pdf)
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). Modeling guests' intentions to use mobile apps in hotels: The roles of personalization, privacy, and involvement.

International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28(9), 1968-1991.

<https://www.researchgate.net/publication/309097055> Modeling guests' intentions to use mobile apps in hotels The roles of personalization privacy and involvement

- Rivera, M., Gregory, A., & Cobos, L. (2015). Mobile application for the timeshare industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6(3), 242-257.

<https://www.researchgate.net/publication/283526779> Mobile application for the timeshare industry The influence of technology experience usefulness and attitude on behavioral intentions

- Verma, R., Stock, D., & McCarthy, L. (2012). Customer preferences for online, social media, and mobile innovations in the hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3), 183-186.

<https://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=articles>

- Wang, H. Y., & Wang, S. H. (2010). Predicting mobile hotel reservation adoption: Insight from a perceived value standpoint. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 598-608.

<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20103259718>

- Mouakket, S. (2014). Investigating the Motives of Customers' Continuance Intentions towards Online Reservation: The Role of E-Service Quality. *Journal of Organizational and End User Computing*, 26(2), 18-40.

<https://www.researchgate.net/publication/269560855> Investigating the Motives of Customers' Continuance Intentions towards Online Reservation

- Zhong, Z., Luo, J., & Zhang, M. (2015). Understanding antecedents of continuance intention in mobile travel booking service. *International Journal of Business and Management*, 10(9), 156.

<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/49742>

- Ozturk, A. B., Nusair, K., Okumus, F., & Hua, N. (2016). The role of utilitarian and hedonic values on users' continued usage intention in a mobile hotel booking environment. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 106-115.



<https://daneshyari.com/article/preview/1009177.pdf>

- Lin, Z., & Filieri, R. (2015). Airline passengers' continuance intention towards online check-in services: The role of personal innovativeness and subjective knowledge. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 81, 158-168.

[https://www.researchgate.net/publication/280112219\\_Airline\\_passengers'\\_continuance\\_intention\\_towards\\_online\\_check-in\\_services\\_The\\_role\\_of\\_personal\\_innovativeness\\_and\\_subjective\\_knowledge](https://www.researchgate.net/publication/280112219_Airline_passengers'_continuance_intention_towards_online_check-in_services_The_role_of_personal_innovativeness_and_subjective_knowledge)

- Kim, H. H., & Law, R. (2015). Smartphones in tourism and hospitality marketing: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(6), 692-711.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10548408.2014.943458>

- Verma, R., Stock, D., & McCarthy, L. (2012). Customer preferences for online, social media, and mobile innovations in the hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3), 183-186.

<https://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=articles>

- Chen, M., Knecht, S., & Murphy, H. C. (2015). An investigation of features and functions of smartphone applications for hotel chains. ENTER2015, Lugano, Switzerland.

[http://ertr.tamu.edu/files/2015/02/SP05\\_MobileSession\\_Chen.pdf](http://ertr.tamu.edu/files/2015/02/SP05_MobileSession_Chen.pdf)

- Young Im, J., & Hancer, M. (2014). Shaping travelers' attitude toward travel mobile applications. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 5(2), 177-193.

[https://www.researchgate.net/publication/265857861\\_Shaping\\_travelers'\\_attitude\\_toward\\_travel\\_mobile\\_applications](https://www.researchgate.net/publication/265857861_Shaping_travelers'_attitude_toward_travel_mobile_applications)

- Rivera, M., Gregory, A., & Cobos, L. (2015). Mobile application for the timeshare industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6(3), 242-257.

[https://www.researchgate.net/publication/283526779\\_Mobile\\_application\\_for\\_the\\_timeshare\\_industry\\_The\\_influence\\_of\\_technology\\_experience\\_usefulness\\_and\\_attitude\\_on\\_behavioral\\_intentions](https://www.researchgate.net/publication/283526779_Mobile_application_for_the_timeshare_industry_The_influence_of_technology_experience_usefulness_and_attitude_on_behavioral_intentions)

- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). Modeling guests' intentions to use mobile apps in hotels: The roles of personalization, privacy, and involvement. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9), 1968-1991.  
[https://www.researchgate.net/publication/309097055\\_Modeling\\_guests'\\_intentions\\_to\\_use\\_mobile\\_apps\\_in\\_hotels\\_The\\_roles\\_of\\_personalization\\_privacy\\_and\\_involvement](https://www.researchgate.net/publication/309097055_Modeling_guests'_intentions_to_use_mobile_apps_in_hotels_The_roles_of_personalization_privacy_and_involvement)
- Lee, H. N., Lim, S. H., & Kim, J. H. (2009). UMONS: Ubiquitous monitoring system in smart space. *IEEE Transaction on Consumer*, 55(3).  
<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/5277956>
- Kourouthanassis, Panos, et al. "Tourists responses to mobile augmented reality travel guides: The role of emotions on adoption behavior." *Pervasive and Mobile Computing* 18 (2015): 71-87.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1574119214001527>
- Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N., & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues In Tourism*, 17(1), 84-101. doi:10.1080/13683500.2012.718323  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2012.718323>

### **Βιβλία**

- McMullen, S. (2006). Online concierge services help build loyalty. *Hotel and Motel Management*, 221(14), 22
- Abolfazli, S., Sanaei, Z., Gani, A., Xia, F., & Yang, L. T. (2014). Rich mobile applications: genesis, taxonomy, and open issues. *Journal of Network and Computer Applications*, 40, 345-362

## Παράρτημα

