

Α/Α	Στάδια/Δράσεις	Περιγραφή	Αρμόδιος φορέας
1	Εκπόνηση Masterplan	Εκπόνηση σχεδίου της διαδρομής με μνημεία κλπ υποδομές πολιτισμού και τουρισμού και όλες τις αναγκαίες οργανωτικές δράσεις, ώστε η διαδρομή να καταστεί ολοκληρωμένο επώνυμο τουριστικό προϊόν	Πρόταση Διαζώματος σε συνεργασία με Περιφέρεια
2	Υλοποίηση έργων υποδομής	Έργα αποκατάστασης μνημείων Βελτίωση περιφερειακών υποδομών μνημείων και μουσείων (Parking, wifi, e-ticketing, καντίνα, WC, ενημερωτικές πινακίδες, ψηφιακή πληροφόρηση). Μικρά Έργα οδοποιίας-σημάνσεις, προσβάσεις στα μνημεία. Πινακίδες κατεύθυνσης & πληροφόρησης στο επαρχιακό οδικό δίκτυο. Πινακίδες για πολιτιστικά αξιοθέατα στους Α/Δ	Εφορεία Αρχαιοτήτων Εφορεία Αρχαιοτήτων & Δήμος. Αρμόδιες υπηρεσίες Περιφέρειας ή Δήμου. Παραχωρησιούχος Α/Δ
3	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση τοπικής κοινωνίας και επιχειρήσεων	Μελέτη για την οργάνωση της εμπλοκής της τοπικής κοινωνίας ,των επιχειρήσεων και των παραγωγών τοπικών προϊόντων. Διοργάνωση παρουσιάσεων σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα. Ενημερώσεις ΟΤΑ και επιχειρήσεων ανά περιοχή.	Περιφέρεια σε συνεργασία με Διάζωμα
4	Επιλογή και εγκατάσταση φορέα διαχείρισης και λειτουργίας	Εκπόνηση αναλυτικού επιχειρησιακού σχεδίου. Περιγραφή λειτουργίας και συστήματος χρηματοδότησης του φορέα.	Περιφέρεια σε συνεργασία με Διάζωμα
5	Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας (ΤΣΠ)	Εντοπισμός κλάδων, κριτηρίων ένταξης & τρόπου αξιολόγησης, τυχόν νομική μορφή και τρόπου συνεργασίας με Φορέα Διαχείρισης και Λειτουργίας. Εκπόνηση ΤΣΠ Αξιολόγηση ΜΜΕ της περιοχής και απονομή σήματος -logo της διαδρομής. Τακτική επαναξιολόγηση.	Φορέας διαχείρισης του έργου σε συνεργασία με εξωτερικό συνεργάτη (αν κριθεί απαραίτητο).
6	Κατάρτιση επαγγελματιών	Κατάρτιση με βάση τις ανάγκες που θα προκύψουν από το ΤΣΠ	Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας του έργου
7	Κρατικές ενισχύσεις επαγγελματιών	Ενισχύσεις με βάση τις στοχευμένες ανάγκες των επιχειρήσεων/παραγωγών που εντάσσονται στη Διαδρομή και θα προκύψουν από το ΤΣΠ	Φορέας διαχείρισης σε συνεργασία με υπηρ. περιφέρειας (ΔΙΣΕ) και ΔΑ ΕΠΑΝΕΚ.

Α/Α	Στάδια/Δράσεις	Περιγραφή	Αρμόδιος φορέας
8	Ενέργειες Marketing 1 : Προβολή	<p><b>Εκπόνηση αρχικού Marketing Plan</b> και δημιουργικού για έντυπο και ψηφιακό υλικό και προϊόντα.</p> <p><b>Κατάρτιση του storytelling</b> της Διαδρομής για χρήση από την Ι/Σ, τις ξεναγήσεις, ηλεκτρονικά μέσα κλπ</p> <p><b>Ιστοσελίδα διαδρομής</b> (κατασκευή, περιεχόμενο, συνεχής συντήρηση και ενημέρωση), ψηφιακές εφαρμογές για ενσωμάτωση σε ιστοσελίδα και σε αρχαιολογικούς χώρους/μουσεία.</p> <p><b>Πλήρης αξιοποίηση κοινωνικών δικτύων-</b></p> <p><b>Εκτύπωση εντύπων</b> (φυλλάδια, αφίσες) σε ελληνικά και αγγλικά που έχουν ήδη σχεδιαστεί, καταρτιστεί και μεταφραστεί.</p> <p><b>Διοργάνωση συνέντευξης τύπου</b> στην Αθήνα για τουριστικούς και πολιτιστικούς συντάκτες εντός του 2016 ή αρχές 2017.</p> <p><b>Εναρκτήριο γεγονός της Διαδρομής (Launching event) την άνοιξη του 2017</b></p> <p>Κατάρτιση και Εφαρμογή <b>προγράμματος μέσων</b> (media plan) με έμφαση στο Διαδίκτυο</p> <p><b>Προμήθεια δώρων</b> σχετικών με τη Διαδρομή για προσωπικότητες- ξένους δημοσιογράφους</p> <p><b>Ταξίδια εξοικείωσης</b> (fam trips) τουριστικών συντακτών και στελεχών εξειδικευμένων tour operators και bloggers (ορισμένα θα πραγματοποιηθούν χωρίς κόστος σύμφωνα με το Μνημόνιο ΕΟΤ-Διαζώματος) το αργότερο την άνοιξη του 2017</p> <p><b>Εφαρμογή του υφιστάμενου marketing plan</b> και προβολή της Διαδρομής καθ' όλη την προγραμματική περίοδο μετά από αναθεώρησή του Marketing Plan. Συντονισμός και με την εκάστοτε γενική καμπάνια της Περιφέρειας.</p> <p><b>Ανάπτυξη και εφαρμογή των ψηφιακών δράσεων</b> της Διαδρομής σύμφωνα με μελέτη .</p> <p><b>Οργανωμένη αξιοποίηση των πολιτιστικών φορέων της περιοχής</b> και των εκδηλώσεων, που ήδη πραγματοποιούνται, και σύνδεσή τους με τη Διαδρομή. Έναρξη με πρόσκληση προς τους φορείς αυτούς σε συναντήσεις.</p> <p><b>Προβολή της Διαδρομής</b> (ενδεχομένως με συνεργασία και συγχρηματοδότηση του Ιδιωτικού Τομέα) κατά την περίοδο <b>μετά</b> την ολοκλήρωση της Διαδρομής : διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις, τήρηση και βελτίωση Ι/Σ και κοινωνικών μέσων, αναθεώρηση του marketing plan σε τακτά διαστήματα, επανεκτύπωση εντύπων, μέριμνα για τη ροή εκδηλώσεων κλπ</p>	Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας του έργου
9	Ενέργειες Marketing 2 : Προώθηση	<p><b>Στοχευμένο marketing του εγχειρήματος σε μεγάλους παίκτες</b> (εταιρείες κρουαζιέρας, εξειδικευμένους Τ.Οs &amp; Ταξ. γραφεία, αεροδρόμια, αεροπορικές εταιρείες) με επί τόπου επισκέψεις ειδικευμένου στελέχους στις έδρες τους (διερεύνηση αν μπορεί να αναληφθεί από γραφεία εξωτερικού του ΕΟΤ).</p>	Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας του έργου
10	Λειτουργία	<p><b>Εκχώρηση αρμοδιοτήτων με σχετική πρόσκληση της Δ.Α ή/ και σύμβαση στο Φορέα Διαχείρισης</b> και Λειτουργίας, ώστε να μπορεί αφενός και να δικαιούται αφετέρου να υλοποιήσει το έργο που περιλαμβάνεται στο παρόν. Εκχώρηση επίσης της επίβλεψης και του συντονισμού της υλοποίησης της ΟΧΕ και της τήρησης των χρονοδιαγραμμάτων. Κατάλληλη στελέχωση του φορέα. Ρυθμίσεις για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των ζητημάτων καθαριότητας, λειτουργίας κυλικίων και καταστημάτων ενθυμίων κλπ. μέσα σε αρχαιολογικούς χώρους εκ μέρους του Φορέα Διαχείρισης και Λειτουργίας.</p> <p>Διαρκής έλεγχος &amp; επέκταση του τουριστικού προϊόντος.</p>	Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας του έργου