

- supported by
- Visegrad Fund
-
-

KREATYWNA TURYSTKA -AKADEMIA ONLINE

Daty: 06/02/2024 - 14/02/2024

Internetowe szkolenie z kreatywnej turystyki obejmie 4-dniowe szkolenie prowadzone przez ekspertów z każdego kraju partnerskiego: Gruzji, Polski, Czech i Węgier. W ten sposób zostanie połączone doświadczenie i wiedza partnerów z 4 krajów, a uczestnicy szkolenia będą się mogli zapoznać z różnorodnymi podejściami i rozwiązaniami związanymi z tym tematem. Sesje będą nagrywane i zostaną umieszczone na kanale YouTube, dzięki czemu będą dostępne również po zakończeniu projektu.

Główna grupa docelowa: osoby/instytucje zainteresowane rozwojem kreatywnych produktów turystycznych, tacy jak: przedstawiciele sektora kreatywnego (rzemieślnicy, artyści ludowi itp.) podmioty z branży turystycznej, studenci studiów turystycznych. W szkoleniu weźmie udział 60 osób (15 z każdego z 4 krajów)

Tematyka modułów szkoleniowych online

I Dzień – szkolenie prowadzone przez partnerów z Gruzji

Dzień ten poświęcony będzie omówieniu koncepcji i głównych cech turystyki kreatywnej i doświadczalnej; zapoznanie z aspektami turystyki zrównoważonej, identyfikacja elementów systemu turystyki kreatywnej i ich wzajemnych powiązań oraz identyfikacja głównych interesariuszy.

1. Wprowadzenie do sektora kreatywnej turystyki

- Koncepcja, typologia, oferty turystyki alternatywnej i korzyści dla regionów
- Najnowsze trendy międzynarodowych i krajowych rynków turystycznych
- Charakterystyka popytu na turystykę kreatywną i doświadczalną
- Zasady zrównoważonej turystyki
- System i elementy turystyki, główni interesariusze
- Polityka, strategia i marketing turystyki kulturowej

• supported by

• **Visegrad Fund**

- Główni interesariusze turystyki: właściciele obiektów turystycznych, organizacje turystyczne, organizacje lokalne i międzynarodowe działające w obszarze dziedzictwa kulturowego, instytucje państwowe
- Funkcjonowanie systemu turystycznego: relacje pomiędzy różnymi aktorami (Komponenty udanych destynacji turystycznych-praktyka)

II Dzień – szkolenie prowadzone przez partnerów z Węgier

W drugim dniu szkolenia uczestnicy dowiedzą się o głównych cechach charakteryzujących kreatywne produkty/oferty turystyczne, aspektach i sposobach interpretacji, prezentacji i sprzedaży, ważności umiejętności opowiadania historii oraz znaczeniu umiejętności twórczych gospodarza.

Charakterystyka kreatywnego produktu

- Struktura produktu z obszaru kreatywnej turystyki i jej główne elementy
- Projektowanie produktu: materialne i niematerialne zasoby kulturowe oraz oferta unikalnych doświadczeń
- Percepcja o interpretacja dziedzictwa kulturowego, praktyka metody storytelling w turystyce (perspektywa komercyjna, wartość dla środowiska lokalnego i naturalnego)
- Przykłady dobrych praktyk
- Tworzenie, planowanie, narracja, wycena, realizacja i ocena pakietów turystycznych

III Dzień – szkolenie prowadzone przez partnerów z Polski

Ten dzień poświęcony będzie interakcji i zaangażowaniu gości oraz gospodarzy, motywacja konsumentów i aspekty behawioralne. Wybór odpowiedniego segmentu działalności i dywersyfikacja produktu. Spotkanie to będzie też miało na celu zrozumienie znaczenia współpracy na rynku turystycznym, omówienie sposobów komunikacji z klientami i partnerami.

- Infrastruktura turystyki: prezentacja produktu/oferty
- Sfera interakcji gościa i gospodarza
- Ekspozycja produktu

• supported by

• Visegrad Fund

- Kryteria i standardy jakości usług
- Rezerwacje, fakturowanie, vouchery, rachunki
- Sporządzanie cennika zawierającego przydatne informacje
- Recenzje gości/ informacje zwrotne

Produkty turystyczne adresowane do specjalnych grup klientów

- Segmentacja rynku turystycznego i produkty turystyczne zorientowane na destynację
- Definiowanie grup docelowych dla kreatywnej turystyki

Implementacja produktów turystycznych i dystrybucja

- Kanały dystrybucyjne dla turystyki
- Sieci tematyczne dotyczące turystyki i wynikające z nich korzyści
- Komunikacja w turystyce; obsługa klienta, rozwiązywanie konfliktów
- Obowiązki przewodników/organizatorów wycieczek

IV Dzień – szkolenie prowadzone przez partnerów z Czech

Ostatni dzień szkolenia poświęcony będzie marketingowi cyfrowemu i komunikacji. W szczególności będzie to dotyczyć wprowadzenia produktu na rynek z wykorzystaniem nowych technologii, wybór platform i poznanie ich możliwości. Także zrozumienia etyki biznesu i zrozumienie wyboru kanału cyfrowego dostosowanego do specyfiki produktu.

E-Commerce I marketing cyfrowy dla MŚP operującym w sektorze turystycznym

- Możliwości jakie daje świat cyfrowy – wykorzystanie kanałów cyfrowego marketingu do prezentacji swojego biznesu;
- Jaki powinien być pierwszy krok w świecie cyfrowym;
- Jak zaprezentować siebie w świecie cyfrowym;
- Segmentacja klientów;
- Charakterystyka "cyfrowego nabywcy";
- Etyka i prawa autorskie w świecie cyfrowym;
- Nowe kanały sprzedaży, nowe sposoby komunikacji;
- E-Commerce: Własna strona internetowa, Platformy (Zawartość, Optymalizacja wyszukiwania, Co platformy mogą sprzedawać i gdzie)

- supported by
- Visegrad Fund
-
- Współpraca biznesu z władzami (G2B); e-administacja

Kompleksowe podejście do cyfrowego marketing w turystyce:

- Strona internetowa;
- You Tube – Jak powiedzieć światu o naszym przedsięwzięciu;
- Wirtualne wycieczki;
- Kanały cyfrowe dostosowane do branży turystyki doświadczalnej i kreatywnej;
- Airbnb – międzynarodowa platforma rezerwacji I możliwości po pandemii Covid -19;
- Google Maps, Google my business