

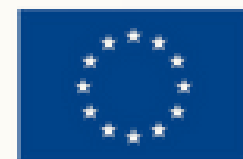


AgriVet Tourism

AgriVETourism

Ενίσχυση του Βιώσιμου Αγροτουρισμού
μέσω της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης
και Κατάρτισης για την Αγροτική
Ανάπτυξη

Αναφορά έργου : 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union



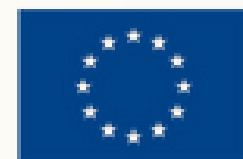
AgriVet Tourism

Καλώς ήλθατε στην

Ενότητα 5

Ο «Τουρισμός» στον Αγροτουρισμό

Εμπειρία επισκεπτών, φιλοξενία και κοινοτικές
συνεργασίες



Co-funded by
the European Union



AgriVet Tourism

Μαθησιακοί στόχοι

Μετά την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι θα
είναι σε θέση:

- Σχεδιάστε μια δομημένη εμπειρία
επισκεπτών χρησιμοποιώντας το σχέδιο 4
βημάτων
- Πείτε την ιστορία της φάρμας σας με φυσικό
τρόπο και εφαρμόστε βασικές αρχές φιλοξενίας
- Δημιουργήστε ένα τοπικό δίκτυο
συνεργατών και γράψτε μια πρόταση
συνεργασίας

Βασικές Ενότητες Περιεχομένου

Αυτή η ενότητα χωρίζεται σε τρεις πρακτικές ενότητες:

Ενότητα 1: Σχεδιάστε την εμπειρία των
επισκεπτών σας

Ενότητα 2: Αφήγηση ιστοριών, φιλοξενία
και εμπλοκή επισκεπτών

Ενότητα 3: Κοινοτικές Συνεργασίες και
Συνεταιριστικό Μάρκετινγκ

Κάθε ενότητα αντιμετωπίζει ένα συγκεκριμένο κενό δεξιοτήτων που συναντάται συνήθως μεταξύ των φορέων αγροτουρισμού και περιλαμβάνει πραγματικά παραδείγματα, πρακτικές ασκήσεις και συγκεκριμένα αποτελέσματα.

Ενότητα 1



AgriVet Tourism

Χτίζοντας μια βασική ψηφιακή παρουσία



- Μια αγροτική δραστηριότητα δομημένη για έναν επισκέπτη — με όνομα, τιμή και 4 βήματα — είναι μια εμπειρία με δυνατότητα κράτησης.
- Καλύπτει: τη δομή των 4 βημάτων, τις μορφές επισκεπτών, το Σχέδιο Εμπειρίας.
- Αποτέλεσμα: ένα ολοκληρωμένο Σχέδιο Εμπειρίας Επισκεπτών [Σημειώσεις / Παράδειγμα]
- Σχεδιάστε την εμπειρία των επισκεπτών σας
- Η εμπειρία υπάρχει ήδη στο αγρόκτημά σας. Αυτό που λείπει είναι η δομή, ένα όνομα και μια τιμή. Και τα τρία μπορούν να προστεθούν σε ένα απόγευμα.

Το πρόβλημα (Έλεγχος πραγματικότητας)



AgriVet **Tourism**



- Οι αγροτικές δραστηριότητες συμβαίνουν αλλά δεν έχουν όνομα, τιμή, καθορισμένη διάρκεια
- Οι χειριστές χρεώνουν λιγότερο — ή δεν χρεώνουν τίποτα — για δομημένες εμπειρίες
- Οι επισκέπτες φτάνουν, κοιτάζουν γύρω τους για λίγο και φεύγουν γρήγορα
- Δεν υπάρχει στοιχείο για το σπίτι, δεν υπάρχει σαφές κλείσιμο, δεν δημιουργείται κριτική

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Ένας μελισσοκόμος στην Πιερία έκανε άτυπες ξεναγήσεις για χρόνια — περπατώντας επισκέπτες γύρω από κυψέλες, πουλώντας μέλι. Αφού δόμησε μια εμπειρία 60 λεπτών, χρέωσε 22 ευρώ ανά άτομο. Ίδια δραστηριότητα. Νέο προϊόν.

Σκοπός εργαλείων: Η δομή εμπειρίας 4 βημάτων



- Βήμα 1 — Καλωσορίστε και ρυθμίστε το σκηνικό: χαιρετίστε με το όνομά σας, εξηγήστε τι θα συμβεί
- Βήμα 2 — Η Δραστηριότητα: πρακτικά — διαλέξτε, πιέστε, ανακατέψτε, δοκιμάστε, φυτέψτε, φτιάξτε
- Βήμα 3 — Η εξήγηση: πείτε την ιστορία πίσω από το προϊόν καθώς εργάζεστε
- Βήμα 4 — Το κλείσιμο: γευσιγνωσία, λήψη αντικειμένου στο σπίτι, εσκεμμένο ευχαριστώ,

Επανεξέταση Πρόσκληση

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Ιδανικές μορφές: make-and-take, καθοδηγούμενη συγκομιδή, επίδειξη παραγωγής με συμμετοχή, τραπέζι φάρμας. Ιδανική διάρκεια: 60-90 λεπτά. Σχεδιασμός για 60, περιμένετε 75.

Πώς να εφαρμοστεί αυτό στην πράξη



AgriVet **Tourism**

Το Σχέδιο Εμπειρίας Επισκεπτών

Τι να συμπληρώσετε

- Όνομα εμπειρίας: συγκεκριμένο από την οπτική γωνία του επισκέπτη — όχι «επίσκεψη σε αγρόκτημα»

- Διάρκεια: συνολικά λεπτά, ρεαλιστική και συγκεκριμένη

- Μέγεθος ομάδας: 6-10 βέλτιστο, μέγιστο 15.

Τιμή ανά άτομο: ασφάλιστρο ελάχιστης συν αξίας βάσει κόστους

- Τρόπος κράτησης: WhatsApp, email, Φόρμα Google ή πλατφόρμα κρατήσεων

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Ένα τυροκομείο κοντά στη Φλώρινα: 75λεπτη επίσκεψη, καλωσόρισμα με φρέσκο τυρί, οι επισκέπτες πατούν και αλατίζουν ένα μικρό τυρί, πίνακας

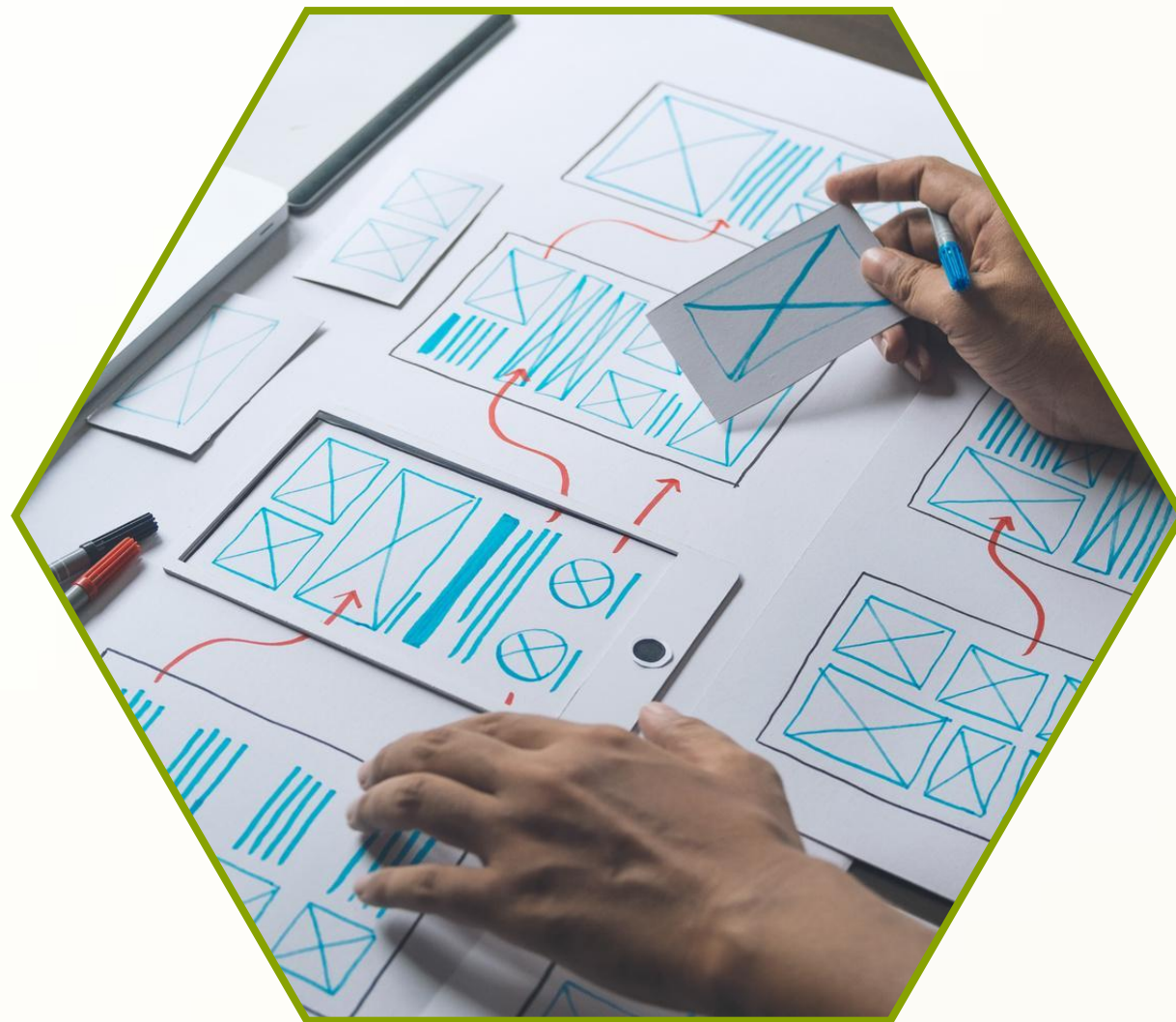
γευσιγνωσίας, παίρνουν στο σπίτι το τυρί που έφτιαξαν. Τιμή: 25 ευρώ το άτομο.



Πώς να εφαρμοστεί αυτό στην πράξη



AgriVet **Tourism**



- Προσδιορίστε μια δραστηριότητα που συμβαίνει ήδη στο αγρόκτημά σας.

- Δώστε του ένα συγκεκριμένο όνομα από την οπτική γωνία του επισκέπτη.

- Ορίστε διάρκεια (60-90 λεπτά), μέγεθος ομάδας (έως 8-10) και τιμή.

- Γράψτε τα 4 βήματα: Καλωσόρισμα, Δραστηριότητα, Επεξήγηση, Κλείσιμο.

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Για τιμολόγηση: υπολογίστε το κόστος συν τον χρόνο σας και, στη συνέχεια, την τιμή για την αξία που παραδόθηκε — όχι μόνο το κόστος. Ο χρόνος, οι γνώσεις και η φιλοξενία σας έχουν πραγματική αξία. Οι περισσότεροι χειριστές ανακαλύπτουν ότι έχουν υποχρέωση σημαντικά.

Τι να κάνετε και τι να μην κάνετε

Σχεδιασμός εμπειριών επισκεπτών



AgriVet Tourism

• NAI: Ξεκινήστε με αυτό που έχετε ήδη — είναι ήδη εκεί στο αγρόκτημά σας

• NAI: Δώστε στην εμπειρία σας ένα συγκεκριμένο όνομα — η ιδιαιτερότητα προσελκύει τον κατάλληλο επισκέπτη

• NAI: Να συμπεριλαμβάνετε πάντα ένα αντικείμενο για το σπίτι — το φυσικό αναμνηστικό της εμπειρίας

• ΟΧΙ: Μην περιμένετε νέες εγκαταστάσεις — η εμπειρία υπάρχει ήδη, απλά χρειάζεται δομή

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Οι εμπειρίες make-and-take λαμβάνουν βαθμολογίες αξιολόγησης 0,4-0,8 βαθμούς υψηλότερες από τις δραστηριότητες μόνο παρατήρησης.

Οι επισκέπτες που φτιάχνουν κάτι είναι πολύ πιο πιθανό να αγοράσουν επίσης προϊόντα ποιιν ρύνουν.



Παραδείγματα

από την Ελλάδα και την Ιταλία



AgriVet **Tourism**



- Ελλάδα — Αγρόκτημα κρόκου κοντά στην Κοζάνη:
- Saffron Morning — συγκομιδή 60 λεπτών + διαχωρισμός στίγματος + δείγμα με ετικέτα, 28 ευρώ, εξαντλείται κάθε πρωί
- Ιταλία — Τυροκομείο στην Καλαβρία:
- Τυρί από το μηδέν — οι επισκέπτες φτιάχνουν και πιέζουν το δικό τους τυρί για να το πάρουν σπίτι, 75 λεπτά, 25 ευρώ

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Μια φάρμα σαφράν, βοτάνων και τυριών είχαν όλα το ίδιο σημείο εκκίνησης: μια δραστηριότητα που ήδη συμβαίνει, συναρπαστική για τους επισκέπτες, αλλά χωρίς όνομα, χωρίς τιμή, χωρίς δομή. Η προσθήκη αυτών των τριών πραγμάτων δημιούργησε ένα προϊόν.

Βέλτιστη πρακτική



AgriVet **Tourism**



- Εργαστήριο και Ξενώνας Βοτάνων, Κεντρική Μακεδονία, Ελλάδα
 - Πρόκληση: οι επισκέπτες έφτασαν, κοίταξαν γύρω τους για λίγο και έφυγαν – τίποτα που να τους απασχολεί
 - Λύση: Εργαστήριο βοτάνων 75 λεπτών με δομή 4 βημάτων, 20 ευρώ, έως 8 άτομα
- [Σημειώσεις / Παράδειγμα]
- Αποτέλεσμα: 34 κρατήσεις συνεργείων | 680 ευρώ έσοδα + 18 ευρώ μ.ο. πωλήσεων προϊόντων/επισκέπτη
 - Παραπομπές σε ξενώνες: 12 από 34 κρατήσεις | Βαθμολογία Google: 4.9/5
 - Κλειδί: η δομή μετατρέπει την περιέργεια σε έσοδα



AgriVet Tourism

Πρακτική Άσκηση

• Σχεδιάστε μια δομημένη εμπειρία με δυνατότητα κράτησης

χρησιμοποιώντας ό,τι έχετε ήδη

• Αποτέλεσμα: Visitor Experience Blueprint — όνομα, διάρκεια, μέγεθος, τιμή, 4 βήματα, λήψη στο σπίτι, κράτηση

• 25 λεπτά (20 λεπτά εργασία + 5 λεπτά κοινή χρήση)

• Χειριστές: χρησιμοποιήστε μια πραγματική δραστηριότητα που ήδη προσφέρετε ανεπίσημα.

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

• Απολογισμός: δύο ή τρεις μαθητές περιγράφουν την εμπειρία τους σε 60 δευτερόλεπτα — όνομα, τι κάνουν οι επισκέπτες, τι παίρνουν σπίτι, τιμή. Σχόλια δωματίου: "Τι θα σας έκανε να κάνετε κράτηση;"

• Κοινός αγώνας: τιμολόγηση. Ρωτήστε: «Πόσο καιρό; Πόσα; Τι παίρνουν σπίτι; Ποια είναι η ωραία αμοιβή σας;»

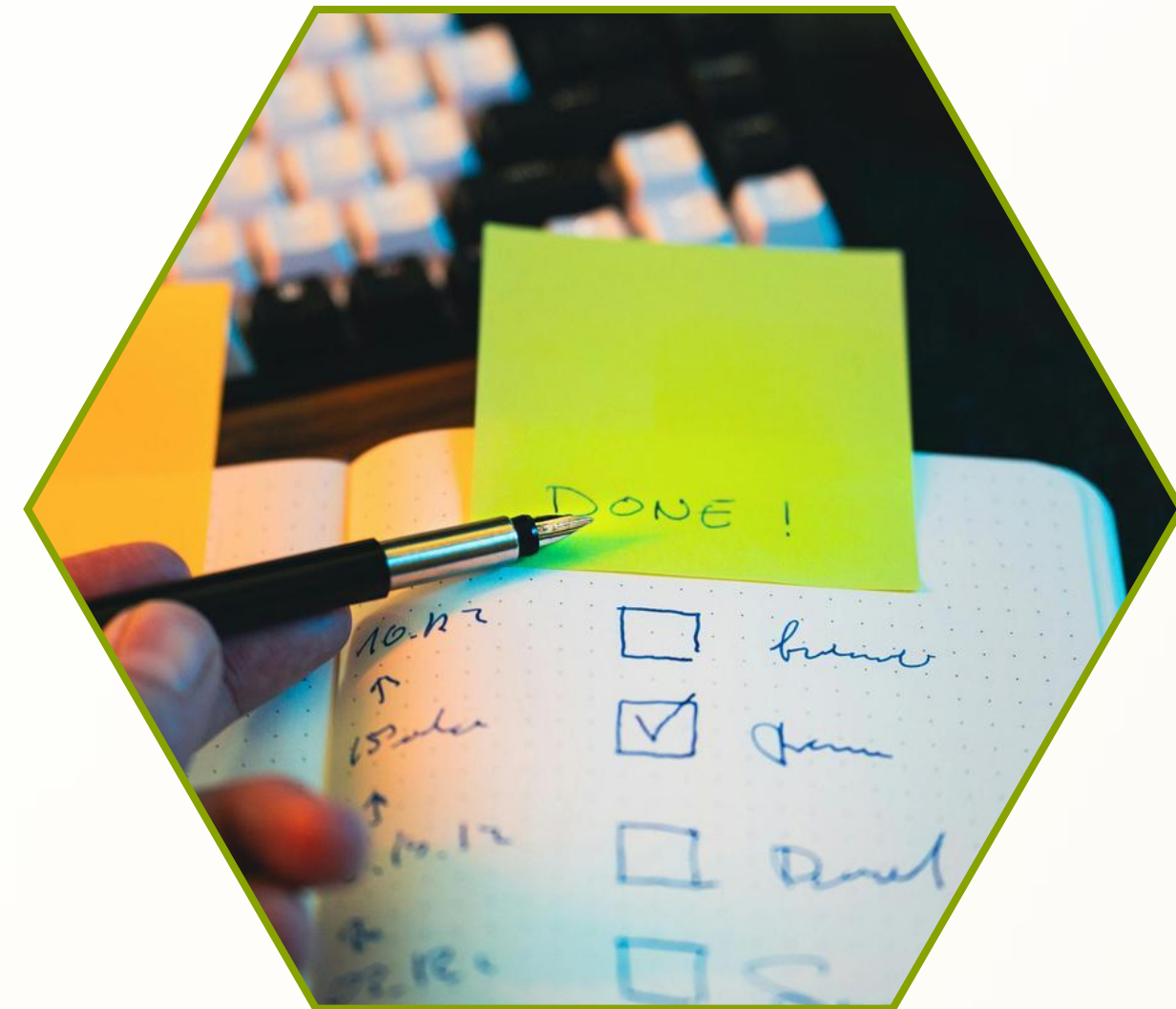




AgriVet Tourism

Πρακτική Άσκηση

- Ελέγξτε την τρέχουσα ψηφιακή σας παρουσία — εντοπίστε τα βασικά κενά
- Έξοδος: Λίστα ελέγχου ψηφιακού προφίλ — τι γίνεται και τι λείπει
- 20 λεπτά (15 λεπτά εργασία + 5 λεπτά κοινή χρήση)
- Χειριστές: χρησιμοποιήστε την πραγματική σας επιχείρηση.
- Απολογισμός: κάθε άτομο μοιράζεται το μεγαλύτερο κενό του και μια πρώτη ενέργεια αυτή την εβδομάδα.
- Κοινό εύρημα: καμία καταχώριση στο Google, καμία φωτογραφία, καμία κριτική — σχεδόν κάθε φορά.
- Κάποιοι θα βρουν μια αγγελία που δεν έχει διεκδικηθεί — βοηθήστε τους να τη διεκδικήσουν ζωντανά κατά τη διάρκεια της συνεδρίας.



Ενότητα 2: Εισαγωγή



AgriVet **Tourism**

Ενότητα 2: Πείτε την ιστορία σας και Καλωσορίστε τους καλεσμένους σας



- Το κενό στον αγροτουρισμό σπάνια είναι ποιοτικό — είναι η επικοινωνία και η φιλοξενία.
- Εξώφυλλα: το πλαίσιο της ιστορίας της φάρμας, βασικά στοιχεία φιλοξενίας, πώς να καθοδηγήσετε μια περιήγηση στο αγρόκτημα.
- Αποτέλεσμα: μια ολοκληρωμένη κάρτα ιστορίας φάρμας και ξεναγού
[Σημειώσεις / Παράδειγμα]
- Πείτε την ιστορία σας και καλωσορίστε τους καλεσμένους σας
- Τα πρώτα 5 λεπτά και τα τελευταία 5 λεπτά κάθε επίσκεψης έχουν δυσανάλογη επίδραση στο τι θυμούνται οι πελάτες και τι γράφουν στις κριτικές.

Το πρόβλημα

(Έλεγχος πραγματικότητας)



AgriVet **Tourism**



- Οι χειριστές γνωρίζουν βαθιά το αγρόκτημά τους, αλλά δυσκολεύονται να το εξηγήσουν απλά και θερμά
- Χωρίς γραπτή ιστορία φάρμας = διαφορετική εκδοχή κάθε επίσκεψη = χωρίς έντονη εντύπωση
- Ξενάγηση με γνώμονα το ένστικτο = ασυνεπής ποιότητα ανάλογα με την ημέρα
- Χωρίς εσκεμμένο κλείσιμο = χωρίς κριτική, χωρίς πώληση προϊόντος, χωρίς κράτηση επιστροφής

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Ζητήθηκε από έναν χειριστή αμπελώνα να περιγράψει το αγρόκτημά του σε ένα λεπτό. Μίλησε για δέκα λεπτά και ακόμα δεν μπορούσε να εξηγήσει γιατί οι επισκέπτες έπρεπε να τον επιλέξουν. Αφού έγραψαν μια ιστορία 3 προτάσεων — οι επισκέπτες άρχισαν να την αναφέρουν σε κριτικές.

Βασικές Έννοιες /

Το πλαίσιο της ιστορίας της φάρμας



AgriVet **Tourism**

- Μια ιστορία φάρμας απαντά: γιατί υπάρχει αυτή η φάρμα, τι παράγει, γιατί έχει σημασία;
 - Προέλευση: από πού προέρχεται το αγρόκτημα; Ποιος το ξεκίνησε; Πόσο καιρό είναι εδώ;
 - Προϊόν και μέθοδος: τι παράγετε; Τι είναι ιδιαίτερο ή διαφορετικό σε αυτό;
 - Ο λόγος που έχει σημασία: γιατί αυτό το έργο έχει σημασία για εσάς;
- [Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Παράδειγμα: «Ο παππούς μου φύτεψε αυτά τα ελαιόδεντρα το 1958. Επέστρεψα από την πόλη γιατί μου έλειψε η μυρωδιά του πρώτου πατήματος τον Νοέμβριο. Φτιάχνουμε 400 λίτρα το χρόνο από τα ίδια δέντρα». Ένας άνθρωπος, ένας τόπος, ένας λόγος. Εντελώς αξέχαστο.



Πώς να εφαρμοστεί αυτό στην πράξη



AgriVet Tourism

Βασικά στοιχεία φιλοξενίας και πώς να καθοδηγήσετε μια περιήγηση στο αγρόκτημα

- Να είστε έξω για να υποδεχτείτε τους επισκέπτες όταν φτάνουν — ένας αγρότης που βγαίνει έξω δημιουργεί έναν επισκέπτη
- Προσφέρετε κάτι αμέσως — μια γεύση ή ένα ποτό ξεκινά την αισθητηριακή εμπειρία
- Χρησιμοποιήστε το όνομά τους τουλάχιστον μία φορά κατά τη διάρκεια της επίσκεψης
- Πείτε τους τι θα συμβεί και για πόσο καιρό — οι επισκέπτες που ξέρουν τι να περιμένουν χαλαρώνουν
- Τελειώστε με ένα σκόπιμο ευχαριστώ και μια πρόσκληση κριτικής

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Δομή ξενάγησης: 3-5 στάσεις, η καθεμία με ένα πράγμα να δείτε ή να αγγίξετε, ένα πράγμα να γευτείτε ή να μυρίσετε, μια πρόταση να θυμάστε. Κάντε ερωτήσεις μεταξύ των στάσεων αντί να μιλάτε συνεχώς.



Πως να το εφαρμόσετε αυτό στην πράξη



AgriVet Tourism

- Γράψτε την ιστορία της φάρμας σας με 3 προτάσεις: προέλευση, προϊόν, λόγος που έχει σημασία.
- Πείτε το δυνατά σε ένα μέλος της οικογένειας — ξαναγράψτε οτιδήποτε σας φαίνεται άβολο.
- Προγραμματίστε την περιήγησή σας: 3-5 στάσεις, μία αισθητηριακή στιγμή και μία πρόταση ανά στάση.
- Ελέγξτε τη λίστα φιλοξενίας: εξωτερικός χαιρετισμός, άμεση προσφορά, όνομα, πρόσκληση κριτικής.

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Μια ιστορία φάρμας δεν απομνημονεύεται. Ασκείται μέχρι να αισθάνεται εντελώς φυσικό. Αυτό συνήθως απαιτεί 5-7 ενδείξεις. Μέχρι την πέμπτη φορά, αισθάνεστε σαν δικό σας — και οι επισκέπτες αρχίζουν να σας το αναφέρουν.



Τι να κάνετε και τι να μην κάνετε



AgriVet Tourism



•ΝΑΙ: Γράψτε την ιστορία της φάρμας σας και εξασκήστε την δυνατά μέχρι φυσικά

•ΝΑΙ: Χαιρετίστε τους επισκέπτες έξω και με το όνομά τους — τα πρώτα 30

δευτερόλεπτα δίνουν τον τόνο

• ΝΑΙ: Τερματίστε κάθε επίσκεψη με μια σαφή πρόσκληση — ελέγξτε, αγοράστε, επιστρέψτε ή φέρτε έναν φίλο

•ΟΧΙ: Αυτοσχεδιάζετε την ιστορία της φάρμας σας κάθε φορά — η ασυνέπεια μπερδεύει τους επισκέπτες

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Έρευνα σε ευρωπαϊκές πλατφόρμες αγροτουρισμού: ο κορυφαίος παράγοντας των αρνητικών κριτικών είναι η σύγχυση σχετικά με το τι συμπεριλήφθηκε — όχι η ποιότητα, όχι η τιμή. Η σαφής επικοινωνία πριν και κατά τη διάρκεια της επίσκεψης δεν κοστίζει τίποτα για να βελτιωθεί.

Παραδείγματα

από την Ελλάδα και τη Βουλγαρία



AgriVet Tourism



- Ελλάδα — Παραγωγός ελαιολάδου, Χαλκιδική:
- Η ιστορία της φάρμας μειώθηκε σε 3 προτάσεις — οι επισκέπτες την αναφέρουν με συνέπεια σε κριτικές
- Βουλγαρία — Αγρόκτημα τριανταφυλλιάς, Kazanlak:
- Ξενάγηση τεσσάρων στάσεων με ιστορία στην αίθουσα απόσταξης — μέση βαθμολογία σχολίων 4.9/5

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Οι επισκέπτες που λαμβάνουν ένα προσωπικό καλωσόρισμα με βάση το όνομα δίνουν κριτικές που είναι κατά μέσο όρο 15-20% μεγαλύτερες και 12% πιο θετικές από εκείνους που δεν το κάνουν.

Το κόστος αυτού του καλωσορίσματος: μηδέν.



AgriVet **Tourism**

Βέλτιστη πρακτική



- Herb Farm and Guesthouse, Κεντρική Μακεδονία, Ελλάδα
 - Πρόκληση: οι επισκέπτες περπάτησαν ανεπίσημα και έφυγαν — χωρίς ιστορία, χωρίς δομή, χωρίς σκόπιμη φιλοξενία
 - Λύση: Ιστορία φάρμας 3 προτάσεων + ξενάγηση 4 στάσεων + λίστα ελέγχου φιλοξενίας
- [Σημειώσεις / Παράδειγμα]
- Αποτέλεσμα: διάρκεια επίσκεψης 20 λεπτά έως 75 λεπτά | Οι πωλήσεις προϊόντων ανά επίσκεψη υπερδιπλασιάστηκαν | 0 έως 14 κριτικές Google σε μία σεζόν
 - Κλειδί: μια γραπτή ιστορία φάρμας δίνει συνέπεια — οι επισκέπτες ακούν την ίδια εκδοχή κάθε φορά



AgriVet **Tourism**

Πρακτική Άσκηση



- Γράψτε την ιστορία της φάρμας σας και σχεδιάστε μια ξενάγηση που θα κάνει τους επισκέπτες να αισθάνονται ευπρόσδεκτοι
- Αποτέλεσμα: Farm Story and Tour Guide Card – ιστορία 3 προτάσεων, 3-5 στάσεις ξενάγησης, λίστα ελέγχου φιλοξενίας
- 20 λεπτά (15 λεπτά εργασία + 5 λεπτά κοινή χρήση)
- Χειριστές: κάντε την ιστορία γραπτή και συνεπή.

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Απολογισμός: δύο μαθητές διαβάζουν δυνατά την ιστορία της φάρμας τους. Δωμάτιο: «Ποια λέξη περιγράφει πώς σε έκανε να νιώσεις;» Οι λέξεις είναι σχεδόν πάντα: ζεστές, περίεργες, πεινασμένες, αληθινές, συνδεδεμένες. Αυτό κάνει μια ιστορία φάρμας.

Ενότητα 3: Δημιουργία τοπικών συνεργασιών και Αγοράς μαζί



AgriVet Tourism



- Ένας επισκέπτης που έρχεται για 90 λεπτά χρειάζεται επίσης κάπου να κοιμηθεί, να φάει και να κάνει περισσότερα.

- Καλύπτει: χαρτογράφηση συνεργατών, δημιουργία κοινών προσφορών, απλές συμφωνίες συνεργασίας

- Αποτέλεσμα: ολοκληρωμένος χάρτης εταίρων και σχέδιο συνεργασίας

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

- Δημιουργήστε τοπικές συνεργασίες και αγοράστε μαζί

- Οι επισκέπτες που αλληλεπιδρούν με τρεις ή περισσότερες τοπικές επιχειρήσεις ξοδεύουν 40% περισσότερα την ημέρα. Κάθε παραπομπή που κάνετε σε έναν συνεργάτη παρατείνει τη διαμονή του.

Το πρόβλημα

(Έλεγχος πραγματικότητας)



AgriVet Tourism



- Οι περισσότεροι χειριστές γνωρίζουν τοπικούς ανταγωνιστές, αλλά ποτέ δεν έχουν χαρτογραφήσει ποιος θα μπορούσε να τους στείλει επισκέπτες
- Χωρίς σύστημα παραπομπής — οι επισκέπτες φεύγουν μετά από 90 λεπτά και περνούν την υπόλοιπη μέρα αλλού
- Κάθε χειριστής είναι πολύ μικρός μόνος του για να προσελκύσει επισκέπτες εκτός της περιοχής
- Καμία συνεργασία — καμία κοινή προσφορά, καμία κοινή παρουσία, καμία συνδυασμένη ιστορία

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Τρεις χειριστές κοντά στη Νάουσα - οινοποιείο, φάρμα φρούτων, τοπικό εστιατόριο - άρχισαν να διασταυρώνουν τις συστάσεις με μια τυπωμένη κάρτα. Μέσα σε μια σεζόν, το 30% των επισκεπτών του οινοποιείου προέρχονταν από το αγρόκτημα φρούτων. Χωρίς προϋπολογισμό μάρκετινγκ. Μόνο ένα κομμάτι χαρτί.

Βασικές Έννοιες / Συνεργασίες και Κοινές Προσφορές



AgriVet **Tourism**



- Με ποιους να συνεργαστείτε: διαμονή, φαγητό, χειροτεχνία, ξεναγοί, σημεία εισόδου επισκεπτών
- Κοινή προσφορά: «Δείξτε αυτήν την κάρτα στο εστιατόριο με έκπτωση 10%»
— ήδη μια συνεργασία
- Συμφωνία συνεργασίας: 4 ερωτήσεις — τι, πώς να παραπέμψετε, να χωρίσετε και να διαφωνήσετε
- Κάρτα διαδρομής: μία εκτυπωμένη κάρτα με όλες τις τοποθεσίες συνεργατών — το ελάχιστο βιώσιμο εργαλείο

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Μια γραπτή συμφωνία —ακόμη και άτυπη— αποτρέπει τις παρεξηγήσεις και καθιστά τη συνεργασία πιο ανθεκτική από μια προφορική συμφωνία.

Πώς να εφαρμόσσει αυτό στην

πράξη

- 5 βήματα για την έναρξη μιας τοπικής συνεργασίας



AgriVet Tourism



- Βήμα 1: Χάρτης — απαριθμήστε 5-10 τοπικές επιχειρήσεις που εξυπηρετούν τους ίδιους επισκέπτες με το αγρόκτημά σας
- Βήμα 2: Δώστε προτεραιότητα — επιλέξτε 2-3 συνεργάτες των οποίων οι επισκέπτες επικαλύπτονται περισσότερο με τους δικούς σας
- Βήμα 3: Προτείνετε — ένα συγκεκριμένο, απλό μήνυμα: «Νομίζω ότι οι επισκέπτες μας αλληλεπικαλύπτονται»
- Βήμα 4: Συμφωνώ — γράψτε τι θα κάνει κάθε εταίρος, ανταλλάξτε υλικό
- Βήμα 5: Ενεργοποιήστε — βάλτε την κάρτα τους στο γραφείο υποδοχής σας, δημοσιεύστε για αυτούς αυτόν τον μήνα

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Μια φάρμα βοτάνων και μια τοπική ταβέρνα δημιούργησαν μια προσφορά «Herb Morning and Lunch»: εργαστήριο 60 λεπτών και στη συνέχεια ένα μεσημεριανό γεύμα τριών πιάτων χρησιμοποιώντας βότανα που μαζεύτηκαν εκείνο το πρωί. 35 ευρώ ανά άτομο μοιρασμένα μεταξύ δύο χειριστών. Τώρα η εμπειρία με τις περισσότερες κριτικές στην περιοχή.

Πώς να εφαρμοστεί αυτό στην πράξη



AgriVet Tourism

- Καταγράψτε 5 τοπικές επιχειρήσεις που θα μπορούσαν να σας στείλουν επισκέπτες ή να δημιουργήσουν μια πιο πλούσια προσφορά μαζί.
- Επιλέξτε τον συνεργάτη σας με την υψηλότερη προτεραιότητα – ποιανού οι επισκέπτες είναι πιο πιθανό να απολαύσουν τη φάρμα σας;
- Γράψτε μια πρόταση για να τους στείλετε αυτή την εβδομάδα: «Θα βάλω την κάρτα σας στο τραπέζι καλωσορίσματος αν βάλετε τη δική μου στο δικό σας».
- Σημειώστε τη συμφωνία – έστω και μία σελίδα – και ορίστε ένα check-in 30 ημερών.

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Μια φάρμα βοτάνων και μια τοπική ταβέρνα: 60 λεπτά εργαστήριο βοτάνων και στη συνέχεια μεσημεριανό γεύμα με βότανα που μαζεύτηκαν εκείνο το πρωί. 35 ευρώ ανά άτομο, μοιρασμένα μεταξύ δύο χειριστών. Κανένας από τους δύο δεν θα μπορούσε να το προσφέρει μόνος του. Μαζί: η τοπική εμπειρία με τις περισσότερες κριτικές στο Google.



Τι να κάνετε και τι να μην κάνετε



AgriVet **Tourism**



- ΝΑΙ: Ξεκινήστε με την απλούστερη συνεργασία — ανταλλάξτε τυπωμένες κάρτες και προτείνετε προφορικά
- ΝΑΙ: Επιλέξτε συνεργάτες των οποίων οι επισκέπτες επικαλύπτονται με τους δικούς σας
- ΝΑΙ: Καταγράψτε ακόμη και ανεπίσημες συμφωνίες — μια σελίδα αποτρέπει τις παρεξηγήσεις
- ΟΧΙ: Μην περιμένετε μια επίσημη συμφωνία ή έναν κοινό ιστότοπο — οι καλύτερες συνεργασίες ξεκινούν με μια κλήση

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Ένα δίκτυο έξι χειριστών στη Χαλκιδική: ο καθένας κρατά τις κάρτες του άλλου στο γραφείο υποδοχής, δημοσιεύει ο ένας για τον άλλον μία φορά το μήνα και ειδοποιεί ο ένας τον άλλον όταν είναι πλήρης. Μία σελίδα. Μηδενικό νομικό κόστος. Ακόμα ενεργός πέντε χρόνια αργότερα.



AgriVet Tourism

Παραδείγματα από την Ελλάδα και τη Βουλγαρία



- Ελλάδα — Farm Trail κοντά στη Νάουσα:

- Οινοποιείο, οπωρώνας μηλιάς, παραγωγός μελιού, τυροκόμος — τυπωμένη κάρτα διαδρομής, και οι τέσσερις επισκέπτες αυξήθηκαν

- Βουλγαρία — Ξενώνας κοντά στο Μπάνσκο:

- Οδηγός πεζοπορίας συν εργαστήριο χειροτεχνίας και ξενώνας — και οι τρεις είδαν αύξηση κρατήσεων μέσα σε μία σεζόν

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

Οι επισκέπτες που αλληλεπιδρούν με τρεις ή περισσότερες τοπικές επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού ξοδεύουν 40% περισσότερα την ημέρα από εκείνους που επισκέπτονται μόνο μία. Κάθε παραπομπή που κάνετε σε έναν συνεργάτη παρατείνει την ημέρα του επισκέπτη.



AgriVet Tourism

Πρακτική Άσκηση

·Χαρτογραφήστε το τοπικό δίκτυο συνεργατών σας και γράψτε μια συγκεκριμένη πρόταση συνεργασίας

· Αποτέλεσμα: Χάρτης εταίρων – 5 τοπικοί εταίροι ανά κατηγορία – συν μία γραπτή πρόταση συνεργασίας

·20 λεπτά (15 λεπτά χαρτογράφηση + 5 λεπτά κοινή χρήση)

·Συμπληρώστε τον Χάρτη Συνεργατών και, στη συνέχεια, γράψτε μια πρόταση που θα μπορούσατε να στείλετε αυτήν την εβδομάδα.

[Σημειώσεις / Παράδειγμα]

· Απολογισμός: κάθε άτομο ονομάζει τον συνεργάτη προτεραιότητάς του και διαβάζει την πρότασή του με μία πρόταση. «Θα μπορούσατε να το στείλετε αυτή την εβδομάδα; Τι σε εμποδίζει;»

·Σημείωση εκπαιδευτή: εάν οι μαθητές προέρχονται από την ίδια περιοχή, επισημάνετε το. Η αίθουσα εκπαίδευσης είναι ήδη ένα πιθανό δίκτυο συνεργασίας.



Βασικά

Takeaways

3 πρότυπα για να κρατήσετε σήμερα:

1. Visitor Experience Blueprint

- Μία εμπειρία με δυνατότητα κράτησης έτοιμη να τρέξει

2. Ιστορία φάρμας και κάρτα ξεναγού

- Η ιστορία σας + 3-5 στάσεις + λίστα φιλοξενίας

3. Χάρτης Συνεργατών και Σχέδιο Συνεργασίας

- 5 συνεργάτες χαρτογραφημένοι + πρόταση έτοιμη για αποστολή



AgriVet Tourism





AgriVet Tourism

Αυτοαξιολόγηση

- Θα μπορούσατε να εκτελέσετε το Σχέδιο Εμπειρίας Επισκεπτών αυτόν τον μήνα — τι πρέπει να συμβεί πρώτα;
- Σε τι διαφέρει η ιστορία της φάρμας που γράψατε σήμερα από την εκδοχή που είπατε πριν;
- Σκεφτείτε τον τελευταίο επισκέπτη που έφυγε — τον χαιρετήσατε έξω; Ζητήσατε επανεξέταση;
- Ποιος είναι ο μοναδικός ιδιοκτήτης τοπικής επιχείρησης που πρέπει να καλέσετε αυτήν την εβδομάδα — και τι θα προτείνατε;
- Εάν ένας επισκέπτης πέρασε μια ολόκληρη μέρα στην περιοχή σας, είναι το αγρόκτημά σας μέρος αυτής της διαδρομής;



AgriVet Tourism

Ευχαριστούμε!





AgriVet **Tourism**

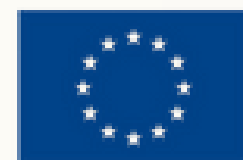
AgriVETourism

Ενίσχυση του Βιώσιμου Αγροτουρισμού

μέσω της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και

Κατάρτισης για την Αγροτική Ανάπτυξη

Αναφορά έργου: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά του/των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για αυτές.