

РЪКОВОДСТВО ЗА ОБУЧИТЕЛИ

Модул 2 — „Пазарът“ в агротуризма: привличане на гости с помощта на цифрови инструменти

Проект „AgriVETourism“ по програма „Еразъм+“ | Реф. №: 2024-2-BG01-KA210-VET-

000267044 Разработено от iAgroCert | За използване от обучени фасилитатори в

професионалното образование и обучение

КАК ДА ИЗПОЛЗВАТЕ НАСТОЯЩОТО РЪКОВОДСТВО

Това ръководство е вашият работен документ за провеждане на Модул 2. То следва презентацията слайд по слайд и ви предоставя:

- Какво да кажете — ключовото послание за всеки слайд, изложено на достъпен език
- Как да модерирате — въпроси за дискусия, работа в двойки, указания за времето
- Често срещани пречки — реалните възражения, които участниците повдигат, и как да се справите с тях
- Практически упражнения — стъпка по стъпка инструкции за трите дейности по време на сесията
- Шаблони за раздаване — готови за печат работни листове в края на този документ

ВАЖНО — Запознайте се с помещението, преди да започнете

Преди сесията помолете участниците да потвърдят:

- Имат ли днес смартфон със себе си? (нужен им е за упражнения 1 и 3)
- Имат ли акаунт в Google / Gmail? (необходим за профила в Google Business)
- Има ли Wi-Fi в залата? (полезно, но не е задължително — мобилните данни също вършат работа)

Ако повече от половината от присъстващите нямат смартфон, превърнете упражнение 1 в групова демонстрация, вместо индивидуална работа.

КРАТЪК ПРЕГЛЕД НА МОДУЛА

Раздел	Съдържание / Резултат
Въведение (слайдове 1–4)	Приветствие, цели, обзор на модула — 15 мин.
Единица 1: Дигитално присъствие (слайдове 5–13)	Профил в Google Business, снимки, отзиви Резултат: Чеклист за дигитален профил — 60 мин
Модул 2: Социални медии (слайдове 14–22)	Визуално разказване на истории, календар за съдържание Резултат: Календар за съдържание за 1 месец — 60 мин
Модул 3: Онлайн продажби (слайдове 23–31)	WhatsApp Business, инструменти с изкуствен интелект, изготвяне на оферти Резултат: Карта с оферти + 5 готови отговора — 60 мин.
Заклучение (слайдове 32–35)	Изводи, самооценка, заключение — 15 мин
ОБЩО	~3,5 часа (препоръчва се с две 10-минутни почивки)

ТРИ НЕЩА, С КОИТО ВСЕКИ УЧАСТНИК ТРЯБВА ДА СИ ТРЪГНЕ

1. Чеклист за дигитален профил — с поне един елемент, отбелязан като „изпълнен днес“
2. Едномесечен календар за съдържание — с поне 4 идеи за публикации
3. Карта с оферта — едно преживяване, описано с по-малко от 100 думи, готово за споделяне

Ако някой си тръгне без и трите неща, сесията не е постигнала напълно целта си.

ВЪВЕДЕНИЕ — СЛАЙДОВЕ 1–4

Общо време: 15 минути | Няма упражнения в тази секция

СЛАЙД 1–2 | Заглавие + Поздрав | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Представете накратко себе си и проекта — само с едно или две изречения.
- Попитайте присъстващите: „Преди да започнем — колко от вас са търсили фирма в Google тази седмица?“ (Почти всички ще вдигнат ръка.) „Посетителите ви правят същото, преди да изберат ферма.“ Това е темата на този модул.
- Бъдете кратки. В началото на сесията енергията е висока — не я изразходвайте за административни въпроси.

СЛАЙД 3 | Учебни цели | 🕒 3 мин

Какво да кажете:

- Прочетете трите резултата на глас, бавно. Попитайте: „Има ли някой тук, който вече е попълнил профил в Google Business?“ Ако да — този човек става ресурс за останалите участници през останалата част от Модул 1.
- Кажете им: „До края на днешния ден ще сте започнали и трите — а не само ще сте чули за тях.“

СЛАЙД 4 | Общ преглед на модула | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Прегледайте трите модула. Подчертайте, че всеки модул води до реален резултат, който участниците могат да отнесат у дома.
- Кажете им: „Всичко, което ще обсъдим днес, е бесплатно. Няма платени инструменти. Няма абонамент. Достатъчни са вашият телефон и акаунт в Google.“

Съвет за фасилитатора

Ако участниците изглеждат притеснени от технологиите, кажете: „Днес няма да ви помоля да направите нищо, което не можете да направите и сами у дома. Всичко се прави стъпка по стъпка.“ Ако участниците са напреднали, отбележете го: „Някои от вас може би вече правят част от това — използвайте упражненията, за да усъвършенствате това, което вече имате, а не само за да започнете от нулата.“

МОДУЛ 1 — ИЗГРАДЕТЕ СВОЕТО ЦИФРОВО ПРИСЪСТВИЕ (СЛАЙДОВЕ 5–13)

Общо време: ~60 минути | Упражнение на слайд 13 (20 мин.)

Основно послание: Повечето оператори в агротуризма са невидими в интернет — не защото фермата им не е достатъчно добра, а защото все още не са заявили безплатното си дигитално присъствие. Тази единица поправя това.

СЛАЙД 5 | Въведение към модул 1 | 🕒 3 мин

Какво да кажете:

- „Вашето дигитално присъствие е всичко, свързано с вашата ферма, което съществува онлайн — независимо дали сте го публикували там или не. Вашата задача днес е да поемете контрол над него.“
- Подчертайте крайния резултат: списъкът за проверка на дигиталния профил. Покажете го (или го изведете на екрана), за да могат участниците да видят към какво се стремят.

СЛАЙД 6 | Проблемът | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Прочетете бавно четирите точки. След всяка от тях направете пауза и попитайте: „Звучи ли ви познато?“
- Използвайте казуса на слайда: фермата за билки, която е загубила резервация, защото не е имала профил в Google. Попитайте: „Колко от вас са загубили посетител, защото той не е могъл да ви намери онлайн?“ (Мнозина няма да знаят — това е част от идеята.)

Тема за дискусия (2 мин.):

- „Без да търсите в момента — какво мислите, че ще се появи, когато някой потърси името на вашата ферма в Google?“
- Позволете на 2–3 души да отговорят. Типични отговори: „Нищо“, „Стара страница във Facebook“, „Не съм сигурен“.
- След това кажете: „Ще разберем в Упражнение 1.“

СЛАЙД 7 | Ключови концепции — Основи на дигиталното присъствие | 🕒 8 мин

Какво да кажете:

- Обяснете на достъпен език какво представлява профилът в Google Business: „Това е прозорецът, който се появява в дясната част на резултатите от търсенето в Google — с вашата снимка, адреса ви, работното ви време и отзивите за вас. Той е безплатен. Настройването му отнема два часа. След като бъде създаден, той работи за вас всеки ден.“
- Уебсайт срещу социални медии: „Не позволявайте изборът между тези две неща да ви парализира. За повечето малки оператори в агротуризма един пълен профил в Google Business Profile плюс страница във Facebook е по-добър вариант от полузавършен уебсайт.“
- Отзиви: „Помолете следващите си пет гости за отзив. Не по натрапчив начин — просто: „Бих ви бил много благодарен, ако отделите малко време да напишете нещо в Google.“ Това е всичко. Пет отзива променят начина, по който фермата ви се показва в резултатите от търсенето.“

Допълнително обяснение — защо отзивите са по-важни, отколкото си мислите

Алгоритъмът на Google класира фирмите с повече отзиви по-напред в локалното търсене. Ферма с 8 истински отзива в малък район почти винаги ще се появява преди ферма без нито един отзив. Отзивите служат и като препоръки. Посетител, който избира между две ферми, ще прочете и двата набора отзиви, преди да вземе решение. Дори един подробен положителен отзив може да бъде решаващ.

СЛАЙД 8 | Дигиталният профил в 5 стъпки | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- Преминете през всичките пет стъпки. За всяка стъпка попитайте: „Има ли някой тук, който вече е направил това?“ Изграждайте върху това, което участниците вече са направили, вместо да представяте това като нещо напълно ново.

Ключови обяснения:

- Стъпка 2 — Снимки: „Нямате нужда от професионален фотограф. Добра светлина, стабилна ръка, реален обект. Снимайте в 8 сутринта или в 6 следобед — не по обяд. Пет истински снимки на вашата ферма винаги са по-ефективни от десет стокови изображения.“
- Стъпка 3 — Описание: „Отговорете на три въпроса: Какво представлява вашата ферма? Какво може да прави или да купи посетителят? Защо трябва да избере вас? Не повече от 300 думи. Бъдете конкретни, а не общи.“
- Стъпка 4 — Връзка към WhatsApp: „Отидете на [wa.me/\[вашият номер\]](https://wa.me/[вашият номер]) — това е пряка връзка за отваряне на чат с вас в WhatsApp. Поставете я в профила си.“

Реален пример, който да споделите устно

Ферма за билки в Централна Македония създаде своя профил в Google Business в събота следобед — това отне около 2,5 часа, включително добавянето на снимки. Две седмици по-късно получи първото си обаждане директно от профила в Google. В рамките на три месеца имаха 14 отзива и 9 резервации, включително 3 от Германия. Без никакви разходи. Без никакви технически познания преди тази събота.

СЛАЙД 9 | Как да приложите това — практически стъпки | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Този слайд е преход към Упражнение 1. Прегледайте бързо четирите стъпки за действие.
- „Сега ще направим заедно първата стъпка — да потърсите името на вашата ферма в Google. След това, в Упражнение 1, ще попълните своя списък за проверка въз основа на това, което откриете.“

СЛАЙД 10 | Какво да правите и какво да не правите | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Прочетете всяко от „Какво да правите“ и „Какво да не правите“. За „Какво да не правите“ — „Опитайте се да сте навсякъде едновременно“ — подчертайте: „Един пълен профил в Google и една активна страница във Facebook или Instagram струват повече от шест полупразни акаунта. На този етап дълбочината е по-важна от широтата.“

СЛАЙД 11 | Примери — Гърция и Италия | 🕒 3 мин

Какво да кажете:

- Представете накратко и двата примера. Ключовото послание и от двата е: отправната точка беше нула, инвестицията беше нула, а промяната беше видима в рамките на един сезон.
- Попитайте: „Какво общо имат тези два примера?“ Отговорът, който търсите: истинска снимка плюс конкретна оферта плюс линк към WhatsApp — тези три неща заедно донесоха резултати.

СЛАЙД 12 | Казус | 🕒 3 мин

Какво да кажете:

- Прочетете казуса. Подчертайте цифрите: 14 отзива, 9 резервации за 3 месеца, 3 от Германия.
- След това кажете: „3 резервации от Германия — за малка ферма за билки в Северна Гърция — благодарение на профила в Google. Тези посетители я намериха на телефоните си, преди да тръгнат от дома си.“

СЛАЙД 13 — ПРАКТИЧЕСКО УПРАЖНЕНИЕ 1: Одит на дигиталния профил

Време: 20 минути (15 мин. индивидуална работа + 5 мин. обсъждане)

ИНСТРУКЦИИ ЗА УПРАЖНЕНИЕТО — Какво правят участниците

Стъпка 1 (2 мин.): На телефона си потърсете името на фермата си в Google. Направете снимка на екрана с резултатите.

Стъпка 2 (8 мин.): Попълнете списъка за проверка на дигиталния профил (Раздаточен материал 1). Отбележете всеки елемент като: Изпълнено / Налично, но непълно / Липсва.

Стъпка 3 (3 мин.): Очертайте най-голямата си пропусната точка — това, което, ако бъде поправено, би направило най-голяма разлика.

Стъпка 4 (2 мин.): Напишете едно действие, което ще предприемете тази седмица — конкретно, например: „Ще потвърдя профила си в Google в събота сутринта.“

Инструкции за фасилитатора:

- Докато участниците работят, обикаляйте и разглеждайте какво намират на телефоните си. Ако някой открие профил, който не е потвърден — помогнете му да го потвърди на живо по време на сесията. Това е момент с голяма стойност.
- Ако някой изобщо няма присъствие в Google — успокойте го: „Всъщност това е добра новина. Няма какво да се поправя. Започваме от нулата.“
- Ако някой вече има пълен профил — помолете го да помогне на съседа си или да провери дали снимките му са актуални и контактната му информация е точна.

Обобщение (5 мин.):

- Попитайте 3–4 души: „Коя е най-голямата ви липса?“ — Напишете най-често срещаните отговори на флипчарта.
- Попитайте: „Кой намери профил, който не е потвърден?“ — Ако има такъв, отпразнувайте го: „Току-що открихте нещо важно. Нека се уверим, че знаете точно как да го потвърдите, преди да си тръгнете днес.“
- Типични констатации: липса на профил в Google (най-често срещано), липса на актуални снимки, липса на отзиви, липса на линк за контакт. Всичко това може да се оправи за един следобед.

Чести пречки и отговори:

Пречка	Отговор
„Нямам профил в Google“	„Можете да си създадете такъв за 5 минути — ще ви покажа. Или можете да използвате акаунта на член от семейството си, за да започнете.“

„Фермата ми е твърде малка за това“	„Google Business Profile е създаден за малки местни фирми. Малките ферми са точно тези, на които този инструмент помага най-много.“
„Опитах веднъж и беше твърде сложно“	„Настройката се е подобрила значително. Нека да я разгледаме заедно — мисля, че сега ще ви се стори по-лесно.“
„Не искам непознати да знаят къде се намира фермата ми“	„Вие контролирате какво споделяте. Можете да посочите града си, без да посочвате точния си адрес. Повечето стопани смятат, че на този етап видимостта е по-важна от неприкосновеността на личния живот.“

УРОК 2 — РАЗКАЖЕТЕ СВОЯТА ИСТОРИЯ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ (СЛАЙДОВЕ 14–22)

Общо време: ~60 минути | Упражнение към слайд 22 (20 мин.)

Основно послание: Социалните медии не изискват творчество или голям брой последователи. Изискват последователност и план. Една публикация седмично на една платформа, планирана един месец предварително, е достатъчна, за да се изгради видимо присъствие.

СЛАЙД 14 | Въведение към модул 2 | 🕒 3 мин

Какво да кажете:

- „Преди посетителите да изберат къде да отидат, те прекарват време в социалните медии — превъртат, запазват публикации, създават си представа за дадено място. Вашата ферма може да бъде част от това проучване или да остане невидима. Тази единица ви предоставя план.“
- Покажете резултата: календара за съдържание за 1 месец. Кажете им: „До края на тази единица ще имате планирани публикациите си за първия месец.“

СЛАЙД 15 | Проблемът | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Прочетете четирите точки. След третата попитайте: „Има ли някой тук, който е публикувал нещо на страницата на фермата си през последните две седмици?“ (Вижте какъв процент отговаря с „да“.)
- Използвайте историята за яйцето от слайда. Попитайте: „Защо втората публикация се представи по-добре?“ Отговорът не е в снимката — това е историята, която кара хората да изпитат нещо.

Тема за дискусия (2 мин.):

- „Кое е едно нещо, което се случва във вашата ферма в момента и което би било интересно за посетителите?“ Дайте възможност на 3–4 души да отговорят. Почти всичко, което кажат, е потенциална публикация.

СЛАЙД 16 | Ключови концепции — Визуално разказване на истории | 🕒 8 мин

Какво да кажете:

- Визуално разказване на истории: „Това не означава да правите видео или да сте фотограф. Означава да споделяте истински моменти от фермата, които карат хората да изпитат нещо — любопитство, топлина, глад, носталгия.“

- Естествена светлина: „Ако трябва да запомните само едно нещо от днес, нека да е това: правете снимките си сутрин или вечер, а не по обяд. Естествената светлина сутрин преобразява снимката, направена с телефона. Това не струва нищо.“
- Избор на платформа: „Facebook достига до по-възрастни и местни посетители. Instagram достига до по-млади и международни посетители. Започнете с ЕДНА. Коя от двете използват най-вероятните ви посетители? Започнете оттам.“

Практическа демонстрация — покажете това на живо, ако е възможно

Отворете Instagram или Facebook на собствения си телефон и намерете истински профил за агротуризм от Гърция или България.

Покажете две публикации една до друга — една обща („Продаваме пресен мед“) и една с история („Отне ни три дни да съберем и прецедим съдържанието на този буркан...“)

Попитайте: „Коя от двете публикации би ви накарала да искате да посетите мястото?“ Отговорът винаги е публикацията, базирана на история.

Ако нямате готов пример, помолете някой от участниците да намери любимия си Instagram профил за храна или пътувания и да го покаже на останалите.

СЛАЙД 17 | 3 формули за съдържание | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- Обяснете всяка формула с пример:
 - Момент от фермата: „Днес напълних първите бутилки с маслиново масло за сезона. Цветът му тази година е зелен, което означава, че сме прибрали реколтата по-рано. Ако искате да го опитате — линкът е в биографията ми.“ Реално, сезонно, конкретно.
 - Напомняне за оферта: „Работилница за билки — събота, 10:00 ч. — 20 евро на човек — остават 8 места — Пишете ни, за да резервирате.“ Това е пълна публикация. Не са нужни повече думи.
 - Зад кулисите: „Как сушим лавандулата си: режем я сутринта, връзваме я на снопчета, окачваме я с главата надолу за две седмици. След това е готова за сашета и чайове. Елате да опитате да си направите саше на следващия ни уъркшоп.“ Три изречения. Истинско съдържание.
- Календарът за съдържание за 1 месец: „Изберете произволен месец. Изберете два дни в седмицата — да речем вторник и петък. Това са 8 публикации. Използвайте трите формули, за да ги попълните. Планирайте го за 20 минути. След това се придържайте към плана.“

СЛАЙД 18 | Как да приложите това | ⌚ 5 мин

Какво да кажете:

- Подчертайте навика в неделя: „Някои оператори планират публикациите си за седмицата всяка неделя сутрин, докато пият кафе. Отнема им 30 минути. След това знаят какво да публикуват във вторник и петък, без да се замислят.“
- Въпросът, който трябва да си задавате всеки ден: „Какво правя днес, което би било интересно за посетителите?“ Почти винаги отговорът е нещо конкретно и сезонно — и това е вашата публикация.

СЛАЙД 19 | Какво да правите и какво да не правите | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Най-важното, което не трябва да правите: „Не публикувайте само когато имате нужда от резервации.“ Обяснете защо: „Ако мълчите два месеца, а след това публикувате спешно за свободни места, изглежда, че се мъчите. Постоянните публикации изграждат доверие, преди да имате нужда от нещо от аудиторията си.“

СЛАЙД 20–21 | Примери + Казус | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Прасковена градина, Иматия: от 40 до 600 последователи за един сезон, 23 съобщения за директни резервации — всичко това благодарение на последователни, автентични публикации, без платена реклама.
- Лозе, България: 34 резервации, последователи от 80 до 420, списък с чакащи през октомври — благодарение на по един пост всеки петък.
- Въпрос: „Какво допринесе за успеха?“ Отговор: конкретен продукт, сезонен елемент, човешко лице и ясна следваща стъпка — във всяка публикация.

СЛАЙД 22 — ПРАКТИЧЕСКО УПРАЖНЕНИЕ 2: Календар за съдържание за 1 месец

Време: 20 минути (15 мин. планиране + 5 мин. споделяне)

ИНСТРУКЦИИ ЗА УПРАЖНЕНИЕТО — Какво правят участниците

Стъпка 1 (2 мин.): Изберете платформа (Facebook или Instagram) и два дни за публикуване на седмица.

Стъпка 2 (10 мин.): Попълнете календара за съдържание за 1 месец (Раздаточен материал 2).

Планирайте 8 публикации, като използвате 3-те формули:

- Момент от фермата — нещо истинско и сезонно, което се случва във вашата ферма
- Напомняне за оферта — едно конкретно преживяване или продукт с цена и информация как да се резервира

• Зад кулисите — как се произвежда, отглежда или приготвя нещо
 Стъпка 3 (3 мин.): За всяка публикация напишете: темата (какво ще покажете), едно изречение като надпис и призив за действие (какво искате читателите да направят).

Инструкции за фасилитатора:

- Обикаляйте участниците и ги подканяйте. Повечето участници се затрудняват с описанията. Насочвайте ги: „Какво бихте казали на приятел за това? Напишете точно това — без да бъдете прекалено формални.“
- Някои ще планират 8 публикации за едно и също нещо. Насърчавайте разнообразието: „Имате три формули — опитайте се да използвате всяка от тях поне по два пъти.“
- Ако някой няма предстоящи дейности: „Какво се случва в момента? Какво ще се промени от сега до следващия месец? Това е достатъчно за осем публикации.“

Обобщение (5 мин.):

- Попитайте: „Споделете любимата си идея за публикация — тази, за която смятате, че ще получи най-много реакции. Защо?“
- За всеки добър пример кажете на присъстващите: „Това е страхотна публикация, защото има конкретна тема, човешки елемент и знаете точно какво трябва да направи читателят след това.“
- Често срещана пречка: „Не знам какво да напиша.“ Отговор: „Какво правите във вторник? Направете снимка на това. Напишете едно изречение за него. Добавете призив за действие. Това е вашата публикация.“

Чести пречки и отговори:

Пречка	Отговор
„Фермата ми не е достатъчно фотогенична“	„Реалното е по-интересно от перфектното. Леко зацапан трактор с надпис за жътвата казва повече от стокова снимка на зелено поле.“
„Все още нямам последователи“	„Следващите се набират чрез публикуване. Публикувай 8 пъти, преди да оцениш резултатите. Нулата е отправна точка, а не причина да не започнеш.“
„Ами ако кажа нещо грешно?“	„Познаваш фермата си по-добре от всеки друг. Пиши за това, което виждаш и правиш — това не може да бъде грешно.“
„Нямам време да публикувам два пъти седмично“	„Планирай с месец напред. Тогава всяка публикация се свежда до: направи една снимка и вмъкни текста, който вече написал. Това са 5 минути на публикация.“

МОДУЛ 3 — ПРОДАВАЙТЕ И КОМУНИКИРАЙТЕ ОНЛАЙН (СЛАЙДОВЕ 23–31)

Общо време: ~60 минути | Упражнение към слайд 31 (20 мин.)

Основно послание: Повечето оператори в сектора на агротуризма губят резервации не заради цената или качеството, а защото отговарят бавно или офертата им е неясна. Тази единица предоставя инструментите за решаване и на двата проблема — само за една сесия.

СЛАЙД 23 | Въведение към модул 3 | 🕒 3 мин.

Какво да кажете:

- „Посетител, който не може да разбере как да направи резервация, няма да ви чака. Той ще резервира другаде в рамките на 24 часа. Тази единица е посветена на това как да улесним хората да кажат „да“.
- Покажете резултата: Карта с оферти + 5 готови отговора. Това са двете неща, които участниците ще могат да приложат веднага още днес.

СЛАЙД 24 | Проблемът | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Прочетете четирите точки. За третата — „Всеки отговор, написан от нулата = 20–30 минути“ — попитайте: „Колко от вас са прекарвали 20 минути в писането на един-единствен отговор на запитване от посетител?“ Мнозина ще кимнат.
- Примерът с фермата за шафран: представете го като промяна, а не като критика. „Тази операторка правеше всичко правилно — просто го правеше по бавен начин. Пет готови отговора промениха времето ѝ за отговор от 25 минути на 3.“

СЛАЙД 25 | Ключови концепции — WhatsApp Business и Offer Card | 🕒 8 мин

Какво да кажете:

- WhatsApp Business: „Това е отделно приложение, което изглежда точно като обикновения WhatsApp. Можете да използвате същия номер на фермата си. Ключовите функции: бързи отговори, съобщения за отсъствие, вашият бизнес профил с работно време и описание, както и каталог за вашите продукти и преживявания.“
- Картата с оферти: „Едно преживяване. Под 80 думи. Трябва да отговаря на въпросите: Какво е включено? Колко време трае? За колко души? Каква е цената? Как се резервира? Ако отговаря на всичките пет, това е добра карта с оферти.“

- Готови отговори: „Напишете още сега пет отговора на петте въпроса, които ви задават най-често. Потвърждение на резервацията, указания как да стигнат до вас, какво да носят, правила за анулиране, благодарност след посещението. Пет отговора. Всеки от тях се пише веднъж. Използва се завинаги.“

Предложение за демонстрация на живо

Ако времето позволява и имате достъп до Wi-Fi: отворете WhatsApp Business на телефона си и покажете на живо функцията „Бързи отговори“.

Отидете в „Настройки“ > „Бизнес инструменти“ > „Бързи отговори“.

Покажете как се създава пряк път — въведете „/book“ и WhatsApp автоматично изпраща пълните ви инструкции за резервация.

Само тази функция, видяна на живо, обикновено убеждава цялата зала.

СЛАЙД 26 | Инструменти с изкуствен интелект за малки оператори | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- „ChatGPT и Gemini са безплатни. Налични са на телефона ви. Въвеждате това, което искате, на обикновен език — на гръцки, на български, на английски — и получавате чернова в рамките на секунди.“
- Ако е възможно, покажете на живо как работи AI. Напишете: „Напишете кратка оферта за работилница за билки в малка ферма в Северна Гърция. 75 минути, 20 евро на човек, максимум 8 гости. Гостите си носят вкъщи смес от билки, която приготвят по време на сесията.“ След това редактирайте резултата заедно с аудиторията.
- Правилото: „AI ви дава чернова. Вие я редактирате. Винаги проверявайте цените, датите и практическите подробности. AI не познава вашата ферма — вие я познавате. Вашата задача е да редактирате, а не да започвате от нула.“

Допълнителна информация — как ефективно да давате указания на ИИ (за обучителите)

Колкото по-конкретно е заданието, толкова по-добър е резултатът. Научете участниците да включват:

- Продукта или преживяването (семинар за билки, приготвяне на сирене, бране на маслини)
- Местоположението (Северна Гърция, близо до Козани, Централна Македония)
- Продължителността, цената и големината на групата
- Какво си отнася посетителят у дома или какво прави
- Тона („напишете в топъл, неформален тон за социалните медии“)

Лоша задача: „Напишете за моята ферма.“ По-добра: „Напишете 70-думов текст за Instagram за преживяване сутринта при събирането на шафран в Козани, Гърция. 60 минути, 28 евро на човек. Посетителите берат шафран и отделят тичинките. Вземат си вкъщи етикетирана проба.“

СЛАЙД 27 | Как да кандидатствате — 4 стъпки | 🕒 5 мин

- Прегледайте четирите стъпки. Уверете се, че Стъпка 1 — изтеглянето на WhatsApp Business — е нещо, което могат да направят веднага, по време на Упражнение 3.
- Предложете им подсказка за „Карта с оферта“: „С какво е известна вашата ферма? Какво е едно нещо, което посетителите могат да направят за 60–90 минути? Какво ще си отнесат у дома? Колко струва? Как могат да резервират? Отговорете на тези пет въпроса и ще имате своята „Карта с оферта“.

СЛАЙД 28 | Какво да правите и какво да не правите | 🕒 5 мин

- Подчертайте разликата между личния и бизнес профила в WhatsApp: „Личният WhatsApp няма бързи отговори, няма бизнес профил, няма съобщения за отсъствие, няма каталог. Ако използвате грешното приложение, губите всички тези функции.“

СЛАЙД 29–30 | Примери + Казус | 🕒 5 мин

- Ферма за шафран, Козани: от 20–30 минути на отговор до под 5 минути — резервациите се подобриха незабавно. Инструментът не промени продукта — промени скоростта.
- Ферма за билки, Иматия: 14 отзива, 280 последователи, 9 резервации за 3 месеца. Три от Германия. Инвестиция: нула.

СЛАЙД 31 — ПРАКТИЧЕСКО УПРАЖНЕНИЕ 3: Карта с оферта + 5 готови отговора

Време: 20 минути (15 мин. за писане + 5 мин. за обсъждане)

ИНСТРУКЦИИ ЗА УПРАЖНЕНИЕТО — Какво правят участниците

ЧАСТ А — Карта с оферта (8 мин.):

Напишете описание на ЕДНО преживяване или продуктово предложение. До 100 думи. Трябва да отговорите на всички пет въпроса:

1. Какво е това? (наименование и описание)
2. Колко време трае? (продължителност)
3. Колко души? (размер на групата)
4. Колко струва? (цена на човек)
5. Как да се резервира? (номер в WhatsApp или линк)

ЧАСТ Б — 5 готови отговора (7 мин.):

Напишете отговор за всяка от тези пет ситуации:

1. Посетител пита: „Бих искал да направя резервация — кои дати са свободни?“
2. Посетител пита: „Как да стигна до вашата ферма?“
3. Посетител пита: „Какво трябва да носим/облечем/подготвим?“
4. Посетител пита: „Каква е вашата политика за анулиране?“

5. Посетител току-що е напуснал: напишете благодарствено съобщение, в което молите за отзив.

AI подкрепа за това упражнение:

- Ако участниците имат телефони и мобилен интернет, насърчете ги да използват ChatGPT или Gemini, за да изготвят „Картата с офертата“. Подсказка: „Управлявам [вид ферма] в [местоположение]. Предлагам [дейност]. Тя трае [продължителност], струва [цена] и е за [размер на групата] гости. Гостът си отнася въщи [предмет]. Напишете описание на офертата от 75 думи.“
- След това им кажете: „Сега го прочетете на глас. Променете всичко, което не звучи като вас. Това е етапът на редактиране — той е най-важният етап.“

Обсъждане (5 мин.):

- Помолете двама участници да прочетат на глас своите карти с оферти. След всеки от тях попитайте: „Бихте ли резервирали това? Кое едно нещо бихте променили?“
- Често срещана обратна връзка: офертите са твърде неясни („елате и се насладете на нашата ферма“) или твърде дълги. Помогнете им да ги съкратят: „Какво конкретно правят? Какво си носят въщи? Можете ли да го кажете с 10 думи по-малко?“

Чести пречки и отговори:

Пречка	Отговор
„Не знам колко да поискам“	„Започнете с: колко време трае? Какво ще си отнесат за въщи? Колко струва часът ви? Сложете всичко това. Повечето оператори установяват, че са подценявали цената с поне 30%.“
„Нямам опит, който да предложа“	„Какво правите всеки ден във фермата си, което би заинтригувало посетителите? Това е вашият опит. Той вече съществува — просто все още няма име или цена.“
„Отговорите ми няма да са достатъчно професионални“	„В агротуризма сърдечността е по-важна от професионализма. Посетителите искат да се чувстват, сякаш пишат на човек, а не на компания. Пишете така, както говорите.“
„Ами ако накарам ИИ да напише отговорите ми и те да звучат фалшиво?“	„Именно затова ги редактирате. Прочетете ги на глас. Ако не звучат като вас, променете ги, докато не звучат така. Изкуственият интелект ви дава отправна точка — вие му придавате своя глас.“

ЗАКЛЮЧЕНИЕ — СЛАЙДОВЕ 32–35

Общо време: 15 минути

СЛАЙД 32 | Ключови изводи | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Покажи (или спомени) и трите физически резултата: Чеклист, Календар, Карта с оферти. „Тези три неща, ако ги използваш, ще променят броя на хората, които ще те открият и ще направят резервация при теб през следващите три месеца.“
- Обобщение в три изречения: „Бъдете видими — профил в Google Business. Бъдете последователни — по един пост на седмица. Улеснете резервациите — WhatsApp Business с готови отговори и ясна оферта. Това е всичко.“

СЛАЙД 33 | Самооценка | 🕒 7 мин

Какво да кажете и направите:

- Прочетете всеки въпрос на глас бавно. Дайте на участниците 30 секунди мълчание след всеки въпрос.
- Помолете 2–3 души да споделят отговора си на въпрос 5: „Ако имахте 30 минути този уикенд, какво точно бихте направили първо?“ Това създава чувство за отговорност.
- Предложете просто задължение за последващи действия: „Напишете едно действие и една дата — кога ще го направите. Не просто „тази седмица“. Сряда в 9 ч. сутринта. Вторник следобед. Конкретно време.“

СЛАЙД 34–35 | Благодарност + Закриване на проекта | 🕒 3 мин

Какво да кажете:

- Благодарете на участниците по име, ако е възможно. Напомнете им референтен номер на проекта за евентуални последващи запитвания.
- Съберете формулярите за обратна връзка, преди хората да си тръгнат — не на вратата, а докато все още са на местата си.

ДОПЪЛНИТЕЛЕН МАТЕРИАЛ — ОСНОВНИ ПОЗНАНИЯ ЗА ОБУЧИТЕЛИТЕ

Какво е „Google Business Profile“ и как всъщност работи?

Google Business Profile (по-рано Google My Business) е безплатен инструмент, който позволява на фирмите да управляват представянето си в Google Търсене и Google Maps. Когато потребител въведе името на фирма или търси вид дейност в дадено място (например „агротуризм близо до Козани“), фирмите с попълнен профил се появяват на първо място.

Ключовите елементи на профила:

- Наименование, адрес и телефонен номер на фирмата — трябва да съответстват на информацията във вашия уебсайт и в социалните медии
- Категория — изберете „Ферма“ или „Агротуризм“ като основна категория
- Снимки — минимум 5: екстериор, продукти, дейности, храна или дегустация, посрещане/собственик
- Работно време — поддържайте точна информация; остарялото работно време е често срещана причина за отрицателни отзиви
- Описание — до 750 символа. Използвайте първите 250 думи, за да опишете кои сте и какво могат да правят посетителите
- Раздел „Въпроси и отговори“ — можете да го попълните предварително с най-често задаваните въпроси
- Отзиви — не могат да бъдат изтривани, но можете да отговаряте на тях; винаги отговаряйте, дори и на отрицателните отзиви
- Връзка за резервации — добавете пряка връзка към вашия WhatsApp или към страницата за онлайн резервации

Как работят бързите отговори в WhatsApp Business (стъпка по стъпка)

Бързите отговори са запазени съобщения, които могат да се активират с кратък клавишен комбинация, така че никога не се налага да пишете един и същ дълъг отговор два пъти.

4. Отворете приложението WhatsApp Business
5. Отидете в „Настройки“ (трите точки в горния десен ъгъл) > „Бизнес инструменти“ > „Бързи отговори“
6. Натиснете бутона „+“, за да добавите нов бърз отговор
7. Напишете комбинацията си (например /book) и пълния текст на отговора
8. Запазете го. Сега, във всеки чат, въведете /book и пълните инструкции за резервация ще се появят незабавно.

Препоръчителни бързи отговори, които да настроите:

- /book — пълни инструкции за резервация с налични дати и начин за потвърждаване
- /dir — указания как да стигнете до фермата (GPS връзка + писмени инструкции)
- /bring — какво да носите, как да се облечете и какво трябва да знаете преди посещението
- /cancel — политика за анулиране и условия за възстановяване на сумата
- /thanks — благодарствено съобщение след посещение, с линк към отзив

Обясняване на AI инструментите на участници, които са скептични или притеснени

Някои участници, особено по-възрастните оператори, може да изпитват тревога по отношение на инструментите за изкуствен интелект — или да ги отхвърлят („Нямам нужда от робот, който да пише вместо мен“). Най-ефективният подход е:

- Не като заместител: „AI не пише вашата статия — тя ви дава груб чернови вариант, който след това превръщате в своя. Вие все още сте авторът.“
- Като средство за спестяване на време: „Вместо да започвате с празна страница, започвате с чернова. Вашата работа се променя от писане към редактиране. Повечето хора намират редактирането за много по-лесно.“
- С практически пример: демонстрирайте го на телефона си в залата. Въведете подсказка за преживяване, свързано с агротуризм. Покажете резултата. Попитайте присъстващите: „Какво бихте променили?“ След това го променете заедно. Това премахва мистерията.

Единственото правило, което участниците трябва да разберат за ИИ: винаги проверявайте фактите, цените, датите и всякаква практическа информация, преди да я споделите. ИИ може да генерира подробности, които звучат правдоподобно, но са неточни. Земеделският производител знае фактите — ИИ знае думите.

РАЗДАВАТЕЛЕН МАТЕРИАЛ 1 — ЧЕКЛИСТ ЗА ДИГИТАЛЕН ПРОФИЛ

Разпечатайте по един екземпляр за всеки участник. Използва се по време на упражнение 1 (слайд 13).

Точка	Статус: Изпълнено / Съществува, но е непълно / Липсва
Профилът в Google Business е създаден и потвърден	
Наименованието, адресът и телефонният номер на фирмата са правилни	
Добавени са поне 5 снимки (външен вид, продукт, дейност, посрещане, хора)	
Написано описание (под 300 думи, конкретно, споменава ключови продукти/дейности)	
Добавен е номер за WhatsApp или линк за резервации към профила	
Работното време е правилно и актуално	
Получена е поне 1 рецензия в Google	
Получени са поне 5 отзива в Google	
Налична е страница във Facebook, на която е публикувано нещо през последните 30 дни	
Има профил в Instagram, в който е публикувано нещо през последните 30 дни	
Профилната снимка е истинска, актуална снимка (не е лого)	
Инструкциите за резервация са ясни поне на една платформа	

Най-голямата ми слабост днес:

Едно действие, което ще предприема тази седмица (конкретно — какво, кога):

РАЗДАВАТЕЛЕН МАТЕРИАЛ 2 — 1-МЕСЕЧЕН КАЛЕНДАР ЗА СЪДЪРЖАНИЕ

Разпечатайте по един екземпляр за всеки участник. Използва се по време на упражнение 2 (слайд 22).

Моята платформа: ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ И двете

Дните, в които публикувам: Ден 1: _____ Ден 2: _____

Публикация	Формула / Тема / Подпис / Призив за действие
Седмица 1 — Публикация А (Ден 1)	Формула: ☐ Момент от фермата ☐ Напомняне за оферта ☐ Зад кулисите Тема: Описание (1–2 изречения): Призив за действие (Пишете ни / Линк в биографията / Резервирайте сега):
Седмица 1 — Публикация Б (Ден 2)	Формула: ☐ Момент от фермата ☐ Напомняне за офертата ☐ Зад кулисите Тема: Описание: Призив за действие:
Седмица 2 — Публикация А	Формула: Тема: Подзагла вие: Призив за действие:
Седмица 2 — Публикация Б	Формула: Обект: Заглавие: Призив за действие:
Седмица 3 — Публикация А	Формула: Обект: Заглавие: Призив за действие:
Седмица 3 — Публикация Б	Формула: Тема: Заглавие: Призив за действие:
Седмица 4 — Публикация А	Формула: Обект: Заглавие: Призив за действие:
Седмица 4 — Публикация Б	Формула: Тема: Заглавие: Призив за действие:

РАЗДАВАТЕЛЕН МАТЕРИАЛ 3 — КАРТА С ОФЕРТА + ШАБЛОН С 5 ГОТОВИ ОТГОВОРА

Разпечатайте по един екземпляр за всеки участник. Използва се по време на упражнение 3 (слайд 31).

ЧАСТ А — МОЯТА КАРТА С ОФЕРТА

Опишете едно преживяване или предложение за продукт. До 100 думи. Отговорете на всичките пет въпроса.

- Какво представлява (наименование + какво се случва):
- Продължителност:
- Размер на групата (мин./макс.):
- Цена на човек:
- Как да резервирате (WhatsApp / линк):

Моята оферта (напишете пълната си оферта по-долу — стремете се към 60-100 думи):

ЧАСТ Б — МОИТЕ 5 ГОТОВИ ОТГОВОРИ

Ситуация	Моят готов отговор (напишете пълния текст, който ще изпратите)
1. Посетител пита за свободни дати за резервация	
2. Посетителят пита за указания как да стигне до фермата ми	
3. Посетителят пита какво да донесе / облече / подготви	
4. Посетителят пита за правилата за анулиране	
5. Благодарствено съобщение след посещение (включете линк към отзива)	