

ΟΔΗΓΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Ενότητα 2 — Η «Αγορά» στον Αγροτουρισμό Προσεγγίζοντας τους Επισκέπτες με Ψηφιακά Εργαλεία

Έργο AgriVETourism Erasmus+ / Κωδικός: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044

Αναπτύχθηκε από την iAgroCert / Για χρήση από εκπαιδευμένους εκπαιδευτές ΕΕΚ

ΠΩΣ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΑΥΤΟΝ ΤΟΝ ΟΔΗΓΟ

Αυτός ο οδηγός είναι το έγγραφο εργασίας σας για την υλοποίηση της Ενότητας 2. Ακολουθεί την παρουσίαση διαφάνεια προς διαφάνεια και σας δίνει:

- Τι να πείτε — το βασικό μήνυμα για κάθε διαφάνεια σε απλή γλώσσα
- Πώς να το διευκολύνετε — ερωτήσεις συζήτησης, εργασία σε ζευγάρια, ενδείξεις χρονισμού
- Συνήθη εμπόδια — οι πραγματικές αντιρρήσεις που θέτουν οι συμμετέχοντες, και πώς να τις διαχειριστείτε
- Πρακτικές ασκήσεις — οδηγίες βήμα προς βήμα για τις τρεις δραστηριότητες μέσα στη συνεδρία
- Υποδείγματα εντύπων — φύλλα εργασίας έτοιμα προς εκτύπωση στο τέλος αυτού του εγγράφου

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ — Γνωρίστε την Αίθουσά σας Πριν Ξεκινήσετε

Πριν τη συνεδρία, ζητήστε από τους συμμετέχοντες να επιβεβαιώσουν:

- Έχουν μαζί τους smartphone σήμερα; (το χρειάζονται για τις Ασκήσεις 1 και 3)
- Έχουν λογαριασμό Google / Gmail; (απαραίτητος για το Google Business Profile)
- Υπάρχει wifi στην αίθουσα; (χρήσιμο αλλά όχι απαραίτητο — τα δεδομένα κινητού λειτουργούν)

Αν πάνω από τους μισούς στην αίθουσα δεν έχουν smartphone, προσαρμόστε την Άσκηση 1 σε ομαδική επίδειξη αντί για ατομική εργασία.

Η ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ

Ενότητα	Περιεχόμενο / Αποτέλεσμα
Εισαγωγή (Διαφάνειες 1–4)	Καλωσόρισμα, στόχοι, επισκόπηση ενότητας — 15 λεπτά
Υποενότητα 1: Ψηφιακή Παρουσία (Διαφάνειες 5–13)	Google Business Profile, φωτογραφίες, κριτικές Αποτέλεσμα: Λίστα Ελέγχου Ψηφιακού Προφίλ — 60 λεπτά
Υποενότητα 2: Social Media (Διαφάνειες 14–22)	Οπτική αφήγηση, ημερολόγιο περιεχομένου Αποτέλεσμα: Μηνιαίο Ημερολόγιο Περιεχομένου — 60 λεπτά
Υποενότητα 3: Online Πωλήσεις (Διαφάνειες 23–31)	WhatsApp Business, εργαλεία TN, σύνταξη προσφορών Αποτέλεσμα: Κάρτα Προσφοράς + 5 Έτοιμες Απαντήσεις — 60 λεπτά
Κλείσιμο (Διαφάνειες 32–35)	Συμπεράσματα, αυτοαξιολόγηση, κλείσιμο — 15 λεπτά
ΣΥΝΟΛΟ	~3,5 ώρες (προτείνεται με δύο διαλείμματα 10 λεπτών)

ΤΡΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΦΥΓΕΙ ΕΧΟΝΤΑΣ ΚΑΘΕ ΣΥΜΜΕΤΕΧΩΝ

1. Μια Λίστα Ελέγχου Ψηφιακού Προφίλ — με τουλάχιστον ένα στοιχείο σημειωμένο ως «ολοκληρώθηκε σήμερα»
2. Ένα Μηνιαίο Ημερολόγιο Περιεχομένου — με τουλάχιστον 4 ιδέες αναρτήσεων γραμμένες
3. Μια Κάρτα Προσφοράς — μία εμπειρία περιγραμμένη σε λιγότερες από 100 λέξεις, έτοιμη προς κοινοποίηση

Αν κάποιος φύγει χωρίς και τα τρία, η συνεδρία δεν έχει εκπληρώσει πλήρως τον σκοπό της.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ — ΔΙΑΦΑΝΕΙΕΣ 1–4

Συνολικός χρόνος: 15 λεπτά / Καμία άσκηση σε αυτή την ενότητα

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 1–2 | Τίτλος + Καλωσόρισμα | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Συστηθείτε και παρουσιάστε σύντομα το έργο — μόνο μία ή δύο προτάσεις.
- Ρωτήστε την αίθουσα: «Πριν ξεκινήσουμε — πόσοι από εσάς αναζητήσατε μια επιχείρηση στο Google αυτή την εβδομάδα;» (Σχεδόν όλοι θα σηκώσουν το χέρι.) «Οι επισκέπτες σας κάνουν το ίδιο πριν επιλέξουν ένα αγρόκτημα.» Αυτό είναι αυτή η ενότητα.
- Κρατήστε το σύντομο. Η ενέργεια στην αρχή μιας συνεδρίας είναι υψηλή — μην την ξοδέψετε σε οργανωτικά θέματα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 3 | Μαθησιακοί Στόχοι | ⌚ 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- Διαβάστε τα τρία αποτελέσματα δυνατά και αργά. Ρωτήστε: «Έχει κάποιος εδώ ήδη συμπληρώσει ένα Google Business Profile;» Αν ναι — αυτό το άτομο γίνεται πηγή στήριξης για τους συναδέλφους του για την υπόλοιπη Υποενότητα 1.
- Πείτε τους: «Μέχρι το τέλος της σημερινής ημέρας θα έχετε ξεκινήσει και τα τρία από αυτά — όχι απλώς θα έχετε ακούσει γι' αυτά.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 4 | Επισκόπηση Ενότητας | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Παρουσιάστε τις τρεις υποενότητες. Τονίστε ότι κάθε υποενότητα παράγει ένα πραγματικό αποτέλεσμα που παίρνουν μαζί τους.
- Πείτε τους: «Όλα όσα καλύπτουμε σήμερα είναι δωρεάν. Κανένα επί πληρωμή εργαλείο. Καμία συνδρομή. Το κινητό σας και ένας λογαριασμός Google αρκούν.»

Συμβουλή εκπαιδευτή

Αν οι συμμετέχοντες φαίνονται ανήσυχοι για την τεχνολογία, πείτε: «Δεν πρόκειται να σας ζητήσω να κάνετε σήμερα τίποτα που δεν μπορείτε να κάνετε και μόνοι σας στο σπίτι. Όλα γίνονται βήμα προς βήμα.»

Αν οι συμμετέχοντες είναι προχωρημένοι, αναγνωρίστε το: «Κάποιοι από εσάς μπορεί να κάνετε ήδη μέρη αυτού — χρησιμοποιήστε τις ασκήσεις για να βελτιώσετε ό,τι έχετε, όχι μόνο για να ξεκινήσετε από το μηδέν.»

ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑ 1 — ΧΤΙΣΤΕ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΣΑΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ (ΔΙΑΦΑΝΕΙΕΣ 5–13)

Συνολικός χρόνος: ~60 λεπτά | Άσκηση στη Διαφάνεια 13 (20 λεπτά)

Βασικό μήνυμα: Οι περισσότεροι φορείς αγροτουρισμού είναι αόρατοι online — όχι επειδή το αγρόκτημά τους δεν είναι αρκετά καλό, αλλά επειδή δεν έχουν ακόμα διεκδικήσει τη δωρεάν ψηφιακή τους παρουσία. Αυτή η υποενότητα το διορθώνει αυτό.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 5 | Εισαγωγή Υποενότητας 1 | ⌚ 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- «Η ψηφιακή σας παρουσία είναι ό,τι υπάρχει online σχετικά με το αγρόκτημά σας — είτε το βάλατε εσείς εκεί είτε όχι. Η δουλειά σας σήμερα είναι να πάρετε τον έλεγχο.»
- Τονίστε το αποτέλεσμα: τη Λίστα Ελέγχου Ψηφιακού Προφίλ. Σηκώστε την (ή δείξτε την στην οθόνη) ώστε οι συμμετέχοντες να δουν προς τι εργάζονται.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 6 | Το Πρόβλημα | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Διαβάστε τα τέσσερα bullet points αργά. Μετά από κάθε ένα, σταματήστε και ρωτήστε: «Σας ακούγεται γνώριμο;»
- Χρησιμοποιήστε τη μελέτη περίπτωσης στη διαφάνεια: το αγρόκτημα βοτάνων που έχασε μια κράτηση επειδή δεν είχε καταχώριση στο Google. Ρωτήστε: «Πόσοι από εσάς έχετε χάσει έναν επισκέπτη επειδή δεν μπόρεσε να σας βρει online;» (Πολλοί δεν θα ξέρουν — αυτό είναι μέρος του νοήματος.)

Ερώτηση συζήτησης (2 λεπτά):

- «Χωρίς να αναζητήσετε τώρα — τι πιστεύετε ότι εμφανίζεται όταν κάποιος αναζητά το όνομα του αγροκτήματός σας στο Google;»

- Αφήστε 2-3 άτομα να απαντήσουν. Συνήθεις απαντήσεις: «Τίποτα», «Μια παλιά σελίδα Facebook», «Δεν είμαι σίγουρος/η».
- Στη συνέχεια πείτε: «Θα το ανακαλύψουμε στην Άσκηση 1.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 7 | Βασικές Έννοιες — Θεμέλια Ψηφιακής Παρουσίας | ⌚ 8 λεπτά

Τι να πείτε:

- Εξηγήστε το Google Business Profile απλά: «Είναι το πλαίσιο που εμφανίζεται στη δεξιά πλευρά μιας αναζήτησης Google — με τη φωτογραφία σας, τη διεύθυνσή σας, τις ώρες λειτουργίας σας, τις κριτικές σας. Είναι δωρεάν. Χρειάζεται δύο ώρες για να ρυθμιστεί. Μόλις είναι εκεί, δουλεύει για εσάς κάθε μέρα.»
- Ιστότοπος έναντι social media: «Μην αφήνετε την επιλογή ανάμεσα στα δύο να σας παραλύει. Για τους περισσότερους μικρούς φορείς αγροτουρισμού, ένα πλήρες Google Business Profile μαζί με μια σελίδα Facebook είναι καλύτερο από έναν μισοτελειωμένο ιστότοπο.»
- Κριτικές: «Ζητήστε από τους επόμενους πέντε επισκέπτες σας μια κριτική. Όχι με πιεστικό τρόπο — απλώς: Θα εκτιμούσα πραγματικά αν αφιερώνατε μια στιγμή να γράψετε κάτι στο Google. Αυτό είναι όλο. Πέντε κριτικές αλλάζουν το πώς εμφανίζεται το αγρόκτημά σας στα αποτελέσματα αναζήτησης.»

Επιπλέον εξήγηση — γιατί οι κριτικές έχουν μεγαλύτερη σημασία απ' όσο νομίζετε

Ο αλγόριθμος του Google κατατάσσει τις επιχειρήσεις με περισσότερες κριτικές ψηλότερα στην τοπική αναζήτηση. Ένα αγρόκτημα με 8 γνήσιες κριτικές σε μια μικρή περιοχή θα εμφανίζεται σχεδόν πάντα πριν από ένα αγρόκτημα χωρίς καμία κριτική. Οι κριτικές λειτουργούν επίσης ως μαρτυρίες. Ένας επισκέπτης που επιλέγει ανάμεσα σε δύο αγροκτήματα θα διαβάσει και τις δύο ομάδες κριτικών πριν αποφασίσει. Ακόμα και μία λεπτομερής θετική κριτική μπορεί να είναι καθοριστική.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 8 | Το Ψηφιακό Προφίλ σε 5 Βήματα | ⌚ 8 λεπτά

Τι να πείτε:

- Παρουσιάστε και τα πέντε βήματα. Για κάθε βήμα, ρωτήστε: «Το έχει κάνει ήδη κάποιος εδώ;» Χτίστε πάνω σε όσα έχουν ήδη κάνει οι συμμετέχοντες αντί να το παρουσιάσετε ως κάτι εντελώς καινούριο.

Βασικές επεξηγήσεις:

- Βήμα 2 — Φωτογραφίες: «Δεν χρειάζεστε επαγγελματία φωτογράφο. Καλό φως, σταθερό χέρι, πραγματικό θέμα. Τραβήξτε φωτογραφίες στις 8πμ ή στις 6μμ — όχι το μεσημέρι. Πέντε πραγματικές φωτογραφίες του πραγματικού σας αγροκτήματος ξεπερνούν πάντα δέκα stock εικόνες.»
- Βήμα 3 — Περιγραφή: «Απαντήστε σε τρεις ερωτήσεις: Τι είναι το αγρόκτημά σας; Τι μπορεί να κάνει ή να αγοράσει ένας επισκέπτης; Γιατί να επιλέξουν εσάς; Κάτω από 300 λέξεις. Συγκεκριμένα, όχι αόριστα.»
- Βήμα 4 — Σύνδεσμος WhatsApp: «Πηγαίνετε στο [wa.me/\[ο αριθμός σας\]](https://wa.me/[ο αριθμός σας]) — αυτός είναι ένας απευθείας σύνδεσμος για να ανοίξει μια συνομιλία WhatsApp μαζί σας. Βάλτε τον στο προφίλ σας.»

Πραγματικό παράδειγμα προς προφορική κοινοποίηση

Ένα αγρόκτημα βοτάνων στην Κεντρική Μακεδονία ρύθμισε το Google Business Profile του ένα Σάββατο απόγευμα — χρειάστηκε περίπου 2,5 ώρες, συμπεριλαμβανομένης της προσθήκης φωτογραφιών.

Δύο εβδομάδες αργότερα, έλαβαν το πρώτο τους τηλεφώνημα απευθείας από την καταχώριση Google. Μέσα σε τρεις μήνες, είχαν 14 κριτικές και 9 κρατήσεις, συμπεριλαμβανομένων 3 από τη Γερμανία.

Μηδενικό κόστος. Καμία τεχνική γνώση πριν από εκείνο το Σάββατο.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 9 | Πώς να το Εφαρμόσετε — Πρακτικά Βήματα | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Αυτή η διαφάνεια είναι μια γέφυρα προς την Άσκηση 1. Παρουσιάστε γρήγορα τα τέσσερα βήματα δράσης.
- «Τώρα, θα κάνουμε το πρώτο βήμα μαζί — αναζητήστε το όνομα του δικού σας αγροκτήματος στο Google. Στη συνέχεια, στην Άσκηση 1, θα συμπληρώσετε τη λίστα ελέγχου σας με βάση όσα βρήκατε.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 10 | Τι Να Κάνετε και Τι Όχι | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Διαβάστε κάθε «Κάντε» και «Μην κάνετε». Για το «Μην κάνετε» — «Προσπαθήσετε να είστε σε κάθε πλατφόρμα ταυτόχρονα» — τονίστε: «Ένα πλήρες προφίλ Google και μία ενεργή σελίδα Facebook ή Instagram αξίζουν περισσότερο από έξι μισοάδειους λογαριασμούς. Το βάθος νικά την εξάπλωση σε αυτό το στάδιο.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 11 | Παραδείγματα — Ελλάδα και Ιταλία | ⌚ 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- Παρουσιάστε και τα δύο παραδείγματα σύντομα. Το βασικό μήνυμα και από τα δύο: το σημείο εκκίνησης ήταν μηδέν, η επένδυση ήταν μηδενική, και η αλλαγή ήταν ορατή μέσα σε μία σεζόν.
- Ρωτήστε: «Τι έχουν κοινό αυτά τα δύο παραδείγματα;» Απάντηση που αναζητάτε: μια πραγματική φωτογραφία μαζί με μια συγκεκριμένη προσφορά μαζί με έναν σύνδεσμο WhatsApp — αυτά τα τρία πράγματα μαζί έφεραν αποτελέσματα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 12 | Μελέτη Περίπτωσης | ⌚ 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- Διαβάστε τη μελέτη περίπτωσης. Τονίστε τους αριθμούς: 14 κριτικές, 9 κρατήσεις σε 3 μήνες, 3 από τη Γερμανία.
- Στη συνέχεια πείτε: «3 κρατήσεις από τη Γερμανία — από ένα μικρό αγρόκτημα βοτάνων στη Βόρεια Ελλάδα — χάρη σε μια καταχώριση στο Google. Αυτοί οι επισκέπτες τη βρήκαν στα κινητά τους πριν φύγουν από το σπίτι.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 13 — ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ 1: Έλεγχος Ψηφιακού Προφίλ

Χρόνος: 20 λεπτά (15 λεπτά ατομική εργασία + 5 λεπτά ανασκόπηση)

ΟΔΗΓΙΕΣ ΑΣΚΗΣΗΣ — Τι κάνουν οι συμμετέχοντες

Βήμα 1 (2 λεπτά): Στο κινητό σας, αναζητήστε το όνομα του αγροκτήματός σας στο Google. Τραβήξτε στιγμιότυπο οθόνης με ό,τι εμφανίζεται.

Βήμα 2 (8 λεπτά): Συμπληρώστε τη Λίστα Ελέγχου Ψηφιακού Προφίλ (Έντυπο 1). Σημειώστε κάθε στοιχείο ως: Ολοκληρωμένο / Υπάρχει αλλά είναι ελλιπές / Λείπει.

Βήμα 3 (3 λεπτά): Κυκλώστε το μεγαλύτερο σας κενό — το ένα πράγμα που, αν διορθωθεί, θα έκανε τη μεγαλύτερη διαφορά.

Βήμα 4 (2 λεπτά): Γράψτε μία ενέργεια που θα κάνετε αυτή την εβδομάδα — συγκεκριμένη, π.χ. «Διεκδίκηση καταχώρισης Google το Σάββατο πρωί.»

Οδηγίες εκπαιδευτή:

- Ενώ οι συμμετέχοντες εργάζονται, κυκλοφορήστε και δείτε τι βρίσκουν στα κινητά τους. Αν κάποιος βρει μια μη διεκδικημένη καταχώριση — βοηθήστε τον να τη διεκδικήσει ζωντανά κατά τη διάρκεια της συνεδρίας. Αυτή είναι μια στιγμή υψηλής αξίας.
- Αν κάποιος δεν έχει καμία παρουσία στο Google — καθησυχάστε τον: «Αυτό είναι στην πραγματικότητα καλό νέο. Δεν υπάρχει τίποτα να αναιρέσετε. Ξεκινάμε από το μηδέν.»
- Αν κάποιος έχει ήδη ένα πλήρες προφίλ — ζητήστε του να βοηθήσει έναν γείτονα, ή ζητήστε του να ελέγξει αν οι φωτογραφίες του είναι πρόσφατες και τα στοιχεία επικοινωνίας του ακριβή.

Ανασκόπηση (5 λεπτά):

- Ρωτήστε 3-4 άτομα: «Ποιο είναι το μεγαλύτερο σας κενό;» — Γράψτε τις πιο συνηθισμένες απαντήσεις στο flipchart.
- Ρωτήστε: «Ποιος βρήκε μια μη διεκδικημένη καταχώριση;» — Αν ναι, γιορτάστε το: «Μόλις βρήκατε κάτι σημαντικό. Ας βεβαιωθούμε ότι ξέρετε ακριβώς πώς να το διεκδικήσετε πριν φύγετε σήμερα.»
- Τυπικά ευρήματα: καμία καταχώριση Google (το πιο συνηθισμένο), καμία πρόσφατη φωτογραφία, καμία κριτική, κανένας σύνδεσμος επικοινωνίας. Όλα διορθώσιμα σε ένα απόγευμα.

Συνήθη εμπόδια και απαντήσεις:

Εμπόδιο	Απάντηση
«Δεν έχω λογαριασμό Google»	«Μπορείτε να δημιουργήσετε έναν σε 5 λεπτά — θα σας δείξω. Ή μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τον λογαριασμό ενός μέλους της οικογένειάς σας για να ξεκινήσετε.»
«Το αγρόκτημά μου είναι πολύ μικρό για αυτό»	«Το Google Business Profile έχει σχεδιαστεί για μικρές τοπικές επιχειρήσεις. Τα μικρά αγροκτήματα είναι ακριβώς αυτοί που βοηθά περισσότερο αυτό το εργαλείο.»
«Το δοκίμασα μία φορά και ήταν πολύ περίπλοκο»	«Η διαδικασία ρύθμισης έχει βελτιωθεί σημαντικά. Ας το δούμε μαζί — νομίζω ότι θα το βρείτε πιο απλό τώρα.»
«Δεν θέλω άγνωστοι να ξέρουν πού είναι το αγρόκτημά μου»	«Εσείς ελέγχετε τι μοιράζεστε. Μπορείτε να καταχωρίσετε την πόλη σας χωρίς την ακριβή διεύθυνσή σας. Οι περισσότεροι φορείς διαπιστώνουν ότι η προβολή αξίζει περισσότερο από την ιδιωτικότητα σε αυτό το στάδιο.»

ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑ 2 — ΠΕΙΤΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΣΑΣ ΣΤΑ SOCIAL MEDIA (ΔΙΑΦΑΝΕΙΣ 14–22)

Συνολικός χρόνος: ~60 λεπτά | Άσκηση στη Διαφάνεια 22 (20 λεπτά)

Βασικό μήνυμα: Τα social media δεν απαιτούν δημιουργικότητα ή μεγάλο αριθμό ακολούθων. Απαιτούν συνέπεια και ένα σχέδιο. Μία ανάρτηση την εβδομάδα σε μία πλατφόρμα, σχεδιασμένη έναν μήνα νωρίτερα, αρκεί για να χτίσετε μια ορατή παρουσία.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 14 | Εισαγωγή Υποενότητας 2 | ⌚ 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- «Πριν οι επισκέπτες επιλέξουν πού θα πάνε, περνούν χρόνο στα social media — κάνοντας scroll, αποθηκεύοντας αναρτήσεις, χτίζοντας μια αίσθηση για ένα μέρος. Το αγρόκτημά σας μπορεί να είναι μέρος αυτής της έρευνας, ή μπορεί να είναι αόρατο. Αυτή η υποενότητα σας δίνει ένα σχέδιο.»
- Δείξτε το αποτέλεσμα: το Μηνιαίο Ημερολόγιο Περιεχομένου. Πείτε τους: «Μέχρι το τέλος αυτής της υποενότητας, θα έχετε σχεδιάσει τον πρώτο μήνα αναρτήσεών σας.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 15 | Το Πρόβλημα | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Διαβάστε τα τέσσερα bullet points. Ρωτήστε μετά το τρίτο: «Έχει αναρτήσει κανείς εδώ κάτι στη σελίδα του αγροκτήματός του τις τελευταίες δύο εβδομάδες;» (Δείτε τι ποσοστό απαντά ναι.)
- Χρησιμοποιήστε την ιστορία με τα αυγά στη διαφάνεια. Ρωτήστε: «Γιατί η δεύτερη ανάρτηση πήγε καλύτερα;» Η απάντηση δεν είναι η φωτογραφία — είναι η ιστορία που κάνει τους ανθρώπους να νιώσουν κάτι.

Ερώτηση συζήτησης (2 λεπτά):

- «Ποιο είναι ένα πράγμα που συμβαίνει στο αγρόκτημά σας αυτή τη στιγμή που θα ενδιέφερε έναν επισκέπτη;» Αφήστε 3-4 άτομα να απαντήσουν. Σχεδόν οτιδήποτε που είναι μια πιθανή ανάρτηση.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 16 | Βασικές Έννοιες — Οπτική Αφήγηση | ⌚ 8 λεπτά

Τι να πείτε:

- Οπτική αφήγηση: «Δεν σημαίνει να φτιάξετε βίντεο ή να είστε φωτογράφος. Σημαίνει να μοιράζεστε πραγματικές στιγμές του αγροκτήματος που κάνουν τους ανθρώπους να νιώσουν κάτι — περιέργεια, ζεστασιά, όρεξη, νοσταλγία.»
- Φυσικό φως: «Αν κρατήσετε ένα πράγμα από σήμερα, κρατήστε αυτό: τραβήξτε τις φωτογραφίες σας το πρωί ή το βράδυ, όχι το μεσημέρι. Το φυσικό φως το πρωί μεταμορφώνει μια φωτογραφία κινητού. Δεν κοστίζει τίποτα.»
- Επιλογή πλατφόρμας: «Το Facebook προσεγγίζει μεγαλύτερους σε ηλικία και τοπικούς επισκέπτες. Το Instagram προσεγγίζει νεότερους και διεθνείς επισκέπτες. Ξεκινήστε με ΜΙΑ. Ποια χρησιμοποιούν οι πιο πιθανοί επισκέπτες σας; Ξεκινήστε από εκεί.»

Πρακτική επίδειξη — δείξτε το ζωντανά αν είναι δυνατόν

Ανοίξτε το Instagram ή το Facebook στο δικό σας κινητό και βρείτε έναν πραγματικό λογαριασμό αγροτουρισμού από την Ελλάδα ή τη Βουλγαρία.

Δείξτε δύο αναρτήσεις δίπλα-δίπλα — μία γενική («Φρέσκο μέλι προς πώληση») και μία με ιστορία («Αυτό το βάζο μας πήρε τρεις μέρες να το τρυγήσουμε και να το φιλτράρουμε...»)

Ρωτήστε: «Ποια θα σας έκανε να θέλετε να επισκεφτείτε;» Η απάντηση είναι πάντα η ανάρτηση με την ιστορία.

Αν δεν έχετε έτοιμο παράδειγμα, ζητήστε από έναν συμμετέχοντα να βρει τον αγαπημένο του λογαριασμό Instagram για φαγητό ή ταξίδια και να τον δείξει στην αίθουσα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 17 | 3 Φόρμουλες Περιεχομένου | ⌚ 8 λεπτά

Τι να πείτε:

- Εξηγήστε κάθε φόρμουλα με ένα παράδειγμα:
 - Στιγμή Αγροκτήματος: «Σήμερα εμφιάλωσα το πρώτο λάδι της σεζόν. Το χρώμα είναι πράσινο φέτος, που σημαίνει ότι τρυγήσαμε νωρίς. Αν θέλετε να το δοκιμάσετε — σύνδεσμος στο bio.» Αληθινό, εποχιακό, συγκεκριμένο.
 - Υπενθύμιση Προσφοράς: «Εργαστήριο Βοτάνων — Σάββατο 10πμ — 20 ευρώ το άτομο — 8 θέσεις διαθέσιμες — Στείλτε μας μήνυμα για κράτηση.» Αυτή είναι μια πλήρης ανάρτηση. Δεν χρειάζονται άλλες λέξεις.
 - Πίσω από τις Σκηνές: «Πώς στεγνώνουμε τη λεβάντα μας: κόβεται το πρωί, δένεται σε δεματάκια, κρεμιέται ανάποδα για δύο εβδομάδες. Μετά είναι έτοιμη για σακουλάκια και τσάγια. Ελάτε να δοκιμάσετε να φτιάξετε ένα σακουλάκι στο επόμενο εργαστήριό μας.» Τρεις προτάσεις. Αληθινό περιεχόμενο.
- Το Μηνιαίο Ημερολόγιο Περιεχομένου: «Επιλέξτε οποιονδήποτε μήνα. Επιλέξτε δύο ημέρες την εβδομάδα — ας πούμε Τρίτη και Παρασκευή. Αυτό είναι 8 αναρτήσεις.

Χρησιμοποιήστε τις τρεις φόρμουλες για να τις συμπληρώσετε. Σχεδιάστε το σε 20 λεπτά. Μετά τηρήστε το.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 18 | Πώς να το Εφαρμόσετε | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Τονίστε τη συνήθεια της Κυριακής: «Κάποιοι φορείς σχεδιάζουν τις αναρτήσεις τους για την εβδομάδα κάθε Κυριακή πρωί με τον καφέ τους. Παίρνει 30 λεπτά. Μετά ξέρουν τι θα αναρτήσουν Τρίτη και Παρασκευή χωρίς να το σκέφτονται.»
- Η ερώτηση που πρέπει να κάνετε κάθε μέρα: «Τι κάνω σήμερα που θα ενδιέφερε έναν επισκέπτη;» Σχεδόν πάντα η απάντηση είναι κάτι συγκεκριμένο και εποχιακό — και αυτή είναι η ανάρτησή σας.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 19 | Τι Να Κάνετε και Τι Όχι | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Το πιο σημαντικό «Μην κάνετε»: «Μην αναρτάτε μόνο όταν χρειάζεστε κρατήσεις.» Εξηγήστε γιατί: «Αν μένετε σιωπηλοί για δύο μήνες και μετά αναρτήσετε επειγόντως για διαθεσιμότητα, φαίνεται ότι δυσκολεύεστε. Οι συνεπείς αναρτήσεις χτίζουν εμπιστοσύνη πριν χρειαστείτε οτιδήποτε από το κοινό σας.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 20–21 | Παραδείγματα + Μελέτη Περίπτωσης | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Ροδακινεώνας, Ημαθία: από 40 σε 600 ακολούθους σε μία σεζόν, 23 απευθείας μηνύματα κράτησης — όλα από συνεπείς, αληθινές αναρτήσεις, χωρίς επί πληρωμή προώθηση.
- Αμπελώνας, Βουλγαρία: 34 κρατήσεις, ακόλουθοι από 80 σε 420, λίστα αναμονής τον Οκτώβριο — από μία ανάρτηση κάθε Παρασκευή.
- Ρωτήστε: «Τι τα έκανε να λειτουργήσουν;» Απάντηση: ένα συγκεκριμένο προϊόν, ένα εποχιακό στοιχείο, ένα ανθρώπινο πρόσωπο, και ένα ξεκάθαρο επόμενο βήμα — σε κάθε ανάρτηση.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 22 — ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ 2: Μηνιαίο Ημερολόγιο Περιεχομένου

Χρόνος: 20 λεπτά (15 λεπτά σχεδιασμός + 5 λεπτά μοίρασμα)

ΟΔΗΓΙΕΣ ΑΣΚΗΣΗΣ — Τι κάνουν οι συμμετέχοντες

Βήμα 1 (2 λεπτά): Επιλέξτε μια πλατφόρμα (Facebook ή Instagram) και δύο ημέρες ανάρτησης την εβδομάδα.

Βήμα 2 (10 λεπτά): Συμπληρώστε το Μηνιαίο Ημερολόγιο Περιεχομένου (Έντυπο 2).

Σχεδιάστε 8 αναρτήσεις χρησιμοποιώντας τις 3 φόρμουλες:

- Στιγμή Αγροκτήματος — κάτι αληθινό και εποχιακό που συμβαίνει στο αγρόκτημά σας
- Υπενθύμιση Προσφοράς — μία συγκεκριμένη εμπειρία ή προϊόν με τιμή και τρόπο κράτησης
- Πίσω από τις Σκηνές — πώς φτιάχνεται, καλλιεργείται ή ετοιμάζεται κάτι

Βήμα 3 (3 λεπτά): Για κάθε ανάρτηση, γράψτε: το θέμα (τι θα δείξετε), μια λεζάντα μίας πρότασης, και το κάλεσμα σε δράση (τι θέλετε να κάνουν οι αναγνώστες).

Οδηγίες εκπαιδευτή:

- Κυκλοφορήστε και καθοδηγήστε. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες κολλάνε στις λεζάντες. Καθοδηγήστε τους: «Τι θα λέγατε σε έναν φίλο γι' αυτό; Γράψτε ακριβώς αυτό — όχι πιο επίσημα.»
- Κάποιοι θα σχεδιάσουν 8 αναρτήσεις για το ίδιο πράγμα. Ενθαρρύνετε την ποικιλία: «Έχετε τρεις φόρμουλες — προσπαθήστε να χρησιμοποιήσετε την καθεμία τουλάχιστον δύο φορές.»
- Αν κάποιος δεν έχει επερχόμενες δραστηριότητες: «Τι μεγαλώνει αυτή τη στιγμή; Τι αλλάζει από τώρα μέχρι τον επόμενο μήνα; Αυτό αρκεί για οκτώ αναρτήσεις.»

Ανασκόπηση (5 λεπτά):

- Ρωτήστε: «Μοιραστείτε την αγαπημένη σας ιδέα ανάρτησης — αυτή που πιστεύετε ότι θα έπαιρνε τις περισσότερες αντιδράσεις. Γιατί;»
- Για κάθε καλό παράδειγμα, πείτε στην αίθουσα: «Αυτή είναι μια εξαιρετική ανάρτηση επειδή έχει συγκεκριμένο θέμα, ανθρώπινο στοιχείο, και ξέρετε ακριβώς τι πρέπει να κάνει στη συνέχεια ο αναγνώστης.»
- Συνήθες εμπόδιο: «Δεν ξέρω τι να γράψω.» Απάντηση: «Τι κάνετε την Τρίτη; Τραβήξτε μια φωτογραφία από αυτό. Γράψτε μία πρόταση γι' αυτό. Προσθέστε ένα κάλεσμα σε δράση. Αυτή είναι η ανάρτησή σας.»

Συνήθη εμπόδια και απαντήσεις:

Εμπόδιο	Απάντηση
«Το αγρόκτημά μου δεν είναι αρκετά φωτογενές»	«Το αληθινό είναι πιο ενδιαφέρον από το τέλειο. Ένα ελαφρώς λασπωμένο τρακτέρ με μια λεζάντα για τη συγκομιδή λέει περισσότερα από μια stock εικόνα ενός πράσινου χωραφιού.»
«Δεν έχω ακόμα ακόλουθους»	«Χτίζετε ακολούθους αναρτώντας. Αναρτήστε 8 φορές πριν αξιολογήσετε τα αποτελέσματα. Το μηδέν είναι το σημείο εκκίνησης, όχι λόγος για να μην ξεκινήσετε.»
«Τι γίνεται αν πω κάτι λάθος;»	«Γνωρίζετε το αγρόκτημά σας καλύτερα από οποιονδήποτε. Γράψτε για ό,τι βλέπετε και κάνετε — αυτό δεν μπορεί να είναι λάθος.»
«Δεν έχω χρόνο να αναρτώ δύο φορές την εβδομάδα»	«Σχεδιάστε έναν μήνα νωρίτερα. Τότε κάθε ανάρτηση είναι απλώς: τραβήξτε μία φωτογραφία και επικολλήστε το κείμενο που έχετε ήδη γράψει. Αυτό είναι 5 λεπτά ανά ανάρτηση.»

ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑ 3 — ΠΟΥΛΗΣΤΕ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΤΕ ONLINE (ΔΙΑΦΑΝΕΙΣ 23–31)

Συνολικός χρόνος: ~60 λεπτά / Άσκηση στη Διαφάνεια 31 (20 λεπτά)

Βασικό μήνυμα: Οι περισσότεροι φορείς αγροτουρισμού χάνουν κρατήσεις όχι λόγω τιμής ή ποιότητας, αλλά επειδή η απάντησή τους ήταν αργή ή η προσφορά τους ήταν ασαφής. Αυτή η υποενότητα παρέχει τα εργαλεία για να διορθωθούν και τα δύο — σε μία συνεδρία.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 23 | Εισαγωγή Υποενότητας 3 | ⌚ 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- «Ένας επισκέπτης που δεν μπορεί να βρει πώς να κάνει κράτηση δεν θα σας περιμένει. Θα κάνει κράτηση αλλού μέσα σε 24 ώρες. Αυτή η υποενότητα αφορά το να κάνετε εύκολο για τους ανθρώπους να πουν ναι.»
- Δείξτε το αποτέλεσμα: Κάρτα Προσφοράς + 5 Έτοιμες Απαντήσεις. Αυτά είναι τα δύο πιο άμεσα αξιοποιήσιμα πράγματα που θα πάρουν μαζί τους σήμερα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 24 | Το Πρόβλημα | ⌚ 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Διαβάστε τα τέσσερα bullet points. Για το τρίτο — «Κάθε απάντηση από την αρχή = 20-30 λεπτά» — ρωτήστε: «Πόσοι από εσάς έχετε ξοδέψει 20 λεπτά γράφοντας μια μόνο απάντηση σε ένα ερώτημα επισκέπτη;» Πολλοί θα κουνήσουν καταφατικά το κεφάλι.
- Η περίπτωση του αγροκτήματος σαφράν: παρουσιάστε τη ως μεταμόρφωση, όχι ως κριτική. «Αυτή η φορέας έκανε τα πάντα σωστά — απλώς τα έκανε με τον αργό τρόπο. Πέντε έτοιμες απαντήσεις άλλαξαν τον χρόνο απόκρισής της από 25 λεπτά σε 3.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 25 | Βασικές Έννοιες — WhatsApp Business και Κάρτα Προσφοράς | ⌚ 8 λεπτά

Τι να πείτε:

- WhatsApp Business: «Είναι μια ξεχωριστή εφαρμογή που μοιάζει ακριβώς με το κανονικό WhatsApp. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τον ίδιο αριθμό του αγροκτήματός

σας. Τα βασικά χαρακτηριστικά: Γρήγορες Απαντήσεις, Μηνύματα Απουσίας, το Επιχειρηματικό σας Προφίλ με ώρες και περιγραφή, και έναν κατάλογο για τα προϊόντα και τις εμπειρίες σας.»

- Η Κάρτα Προσφοράς: «Μία εμπειρία. Κάτω από 80 λέξεις. Πρέπει να απαντά: Τι περιλαμβάνεται; Πόση ώρα διαρκεί; Πόσα άτομα; Ποια είναι η τιμή; Πώς γίνεται η κράτηση; Αν απαντά και στα πέντε, είναι μια καλή κάρτα προσφοράς.»
- Έτοιμες Απαντήσεις: «Γράψτε τώρα πέντε απαντήσεις για τις πέντε ερωτήσεις που σας κάνουν συχνότερα. Επιβεβαίωση κράτησης, οδηγίες πρόσβασης, τι να φέρουν, πολιτική ακύρωσης, ευχαριστία μετά την επίσκεψη. Πέντε απαντήσεις. Η καθεμία γραμμένη μία φορά. Χρησιμοποιείται για πάντα.»

Πρόταση ζωντανής επίδειξης

Αν ο χρόνος το επιτρέπει και υπάρχει wifi: ανοίξτε το WhatsApp Business στο κινητό σας και δείξτε ζωντανά το χαρακτηριστικό των Γρήγορων Απαντήσεων. Πηγαίνετε στις Ρυθμίσεις > Επιχειρηματικά Εργαλεία > Γρήγορες Απαντήσεις. Δείξτε πώς να δημιουργήσετε μια συντόμευση — πληκτρολογήστε «/book» και το WhatsApp στέλνει αυτόματα τις πλήρεις οδηγίες κράτησής σας. Αυτό το μοναδικό χαρακτηριστικό, όταν το βλέπουν ζωντανά, συνήθως πείθει όλη την αίθουσα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 26 | Εργαλεία Τεχνητής Νοημοσύνης για Μικρούς Φορείς | ⌚ 8 λεπτά

Τι να πείτε:

- «Το ChatGPT και το Gemini είναι δωρεάν. Είναι στο κινητό σας. Πληκτρολογείτε τι θέλετε σε απλή γλώσσα — στα ελληνικά, στα βουλγαρικά, στα αγγλικά — και παίρνετε ένα προσχέδιο πίσω μέσα σε δευτερόλεπτα.»
- Δείξτε μια εντολή TN ζωντανά αν είναι δυνατόν. Πληκτρολογήστε: «Γράψε μια σύντομη προσφορά για ένα εργαστήριο βοτάνων σε ένα μικρό αγρόκτημα στη Βόρεια Ελλάδα. 75 λεπτά, 20 ευρώ το άτομο, το πολύ 8 επισκέπτες. Οι επισκέπτες παίρνουν μαζί τους ένα μείγμα βοτάνων που φτιάχνουν κατά τη διάρκεια της συνεδρίας.» Στη συνέχεια επεξεργαστείτε το αποτέλεσμα μαζί με την αίθουσα.
- Ο κανόνας: «Η TN σας δίνει ένα προσχέδιο. Εσείς το επεξεργάζεστε. Ελέγχετε πάντα τιμές, ημερομηνίες και πρακτικές λεπτομέρειες. Η TN δεν γνωρίζει το αγρόκτημά σας — εσείς το γνωρίζετε. Η δουλειά σας είναι να επεξεργαστείτε, όχι να ξεκινήσετε από το μηδέν.»

Επιπλέον υπόβαθρο — πώς να δίνετε αποτελεσματικές εντολές στην TN (για να γνωρίζουν οι εκπαιδευτές)

Όσο πιο συγκεκριμένη είναι η εντολή, τόσο καλύτερο είναι το αποτέλεσμα. Διδάξτε στους συμμετέχοντες να συμπεριλαμβάνουν:

- Το προϊόν ή την εμπειρία (εργαστήριο βοτάνων, τυροκομία, τρύγος ελιάς)
- Την τοποθεσία (Βόρεια Ελλάδα, κοντά στην Κοζάνη, Κεντρική Μακεδονία)
- Τη διάρκεια, την τιμή, και το μέγεθος της ομάδας
- Τι παίρνει μαζί του ή τι κάνει ο επισκέπτης
- Τον τόνο («γράψε σε ζεστό, ανεπίσημο τόνο για social media»)

Κακή εντολή: «Γράψε για το αγρόκτημά μου.» Καλύτερη: «Γράψε μια λεζάντα Instagram 70 λέξεων για μια πρωινή εμπειρία τρύγου σαφράν στην Κοζάνη, Ελλάδα. 60 λεπτά, 28 ευρώ το άτομο. Οι επισκέπτες μαζεύουν σαφράν και ξεχωρίζουν τα στίγματα. Παίρνουν μαζί τους ένα δείγμα με ετικέτα.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 27 | Πώς να το Εφαρμόσετε — 4 Βήματα | ⌚ 5 λεπτά

- Παρουσιάστε τα τέσσερα βήματα. Επιβεβαιώστε ότι το Βήμα 1 — η λήψη του WhatsApp Business — είναι κάτι που μπορούν να κάνουν αμέσως, κατά τη διάρκεια της Άσκησης 3.
- Εντολή Κάρτας Προσφοράς για να τους δώσετε: «Για τι είναι γνωστό το αγρόκτημά σας; Ποιο είναι ένα πράγμα που θα μπορούσε να κάνει ένας επισκέπτης σε 60-90 λεπτά; Τι θα πάρει μαζί του; Πόσο κοστίζει; Πώς κάνει κράτηση; Απαντήστε σε αυτές τις πέντε ερωτήσεις και έχετε την Κάρτα Προσφοράς σας.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 28 | Τι Να Κάνετε και Τι Όχι | ⌚ 5 λεπτά

- Τονίστε τη διάκριση μεταξύ προσωπικού και επιχειρηματικού WhatsApp: «Το προσωπικό WhatsApp δεν έχει Γρήγορες Απαντήσεις, δεν έχει Επιχειρηματικό Προφίλ, δεν έχει μηνύματα απουσίας, δεν έχει κατάλογο. Χάνετε όλα αυτά τα χαρακτηριστικά χρησιμοποιώντας τη λάθος εφαρμογή.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 29–30 | Παραδείγματα + Μελέτη Περίπτωσης | ⌚ 5 λεπτά

- Αγρόκτημα σαφράν, Κοζάνη: από 20-30 λεπτά ανά απάντηση σε λιγότερο από 5 λεπτά — οι κρατήσεις βελτιώθηκαν αμέσως. Το εργαλείο δεν άλλαξε το προϊόν — άλλαξε την ταχύτητα.
- Αγρόκτημα βοτάνων, Ημαθία: 14 κριτικές, 280 ακόλουθοι, 9 κρατήσεις σε 3 μήνες. Τρεις από τη Γερμανία. Επένδυση: μηδενική.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 31 — ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ 3: Κάρτα Προσφοράς + 5 Έτοιμες Απαντήσεις

Χρόνος: 20 λεπτά (15 λεπτά γραφή + 5 λεπτά ανασκόπηση)

ΟΔΗΓΙΕΣ ΑΣΚΗΣΗΣ — Τι κάνουν οι συμμετέχοντες

ΜΕΡΟΣ Α — Κάρτα Προσφοράς (8 λεπτά):

Γράψτε μια περιγραφή ΜΙΑΣ εμπειρίας ή προσφοράς προϊόντος. Κάτω από 100 λέξεις. Πρέπει να απαντά και στις πέντε ερωτήσεις:

1. Τι είναι; (όνομα και περιγραφή)
2. Πόση ώρα διαρκεί; (διάρκεια)
3. Πόσα άτομα; (μέγεθος ομάδας)
4. Πόσο κοστίζει; (τιμή ανά άτομο)
5. Πώς γίνεται η κράτηση; (αριθμός WhatsApp ή σύνδεσμος)

ΜΕΡΟΣ Β — 5 Έτοιμες Απαντήσεις (7 λεπτά):

Γράψτε μια απάντηση για καθεμία από αυτές τις πέντε περιπτώσεις:

1. Ένας επισκέπτης ρωτά: «Θα ήθελα να κάνω κράτηση — ποιες ημερομηνίες έχετε διαθέσιμες;»
2. Ένας επισκέπτης ρωτά: «Πώς φτάνω στο αγρόκτημά σας;»
3. Ένας επισκέπτης ρωτά: «Τι πρέπει να φέρουμε / να φορέσουμε / να προετοιμάσουμε;»
4. Ένας επισκέπτης ρωτά: «Ποια είναι η πολιτική ακύρωσης;»
5. Ένας επισκέπτης μόλις έφυγε: γράψτε ένα μήνυμα ευχαριστίας ζητώντας μια κριτική.

Υποστήριξη ΤΝ για αυτή την άσκηση:

- Αν οι συμμετέχοντες έχουν το κινητό τους και δεδομένα, ενθαρρύνετέ τους να χρησιμοποιήσουν το ChatGPT ή το Gemini για να συντάξουν την Κάρτα Προσφοράς. Εντολή: «Διαχειρίζομαι ένα [τύπος αγροκτήματος] στην περιοχή [τοποθεσία]. Προσφέρω [δραστηριότητα]. Διαρκεί [διάρκεια], κοστίζει [τιμή], και δέχεται [μέγεθος ομάδας] επισκέπτες. Ο επισκέπτης παίρνει μαζί του [αντικείμενο]. Γράψε μια περιγραφή προσφοράς 75 λέξεων.»
- Στη συνέχεια πείτε τους: «Τώρα διαβάστε το δυνατά. Αλλάξτε οτιδήποτε δεν ακούγεται σαν εσάς. Αυτό είναι το βήμα επεξεργασίας — είναι το πιο σημαντικό βήμα.»

Ανασκόπηση (5 λεπτά):

- Ζητήστε από δύο συμμετέχοντες να διαβάσουν την Κάρτα Προσφοράς τους δυνατά. Μετά από κάθε μία: «Θα κάνατε κράτηση σε αυτό; Ποιο ένα πράγμα θα αλλάζατε;»
- Συνήθης ανατροφοδότηση: οι προσφορές είναι πολύ αόριστες («ελάτε να ζήσετε την εμπειρία του αγροκτήματός μας») ή πολύ μεγάλες. Βοηθήστε να συντομευτούν: «Τι

κάνουν συγκεκριμένα; Τι παίρνουν μαζί τους; Μπορείτε να το πείτε με 10 λιγότερες λέξεις;»

Συνήθη εμπόδια και απαντήσεις:

Εμπόδιο	Απάντηση
«Δεν ξέρω τι να χρεώσω»	«Ξεκινήστε με: πόση ώρα διαρκεί; Τι παίρνουν μαζί τους; Πόσο αξίζει ο χρόνος σας ανά ώρα; Προσθέστε τα. Οι περισσότεροι φορείς διαπιστώνουν ότι χρέωναν τουλάχιστον 30% λιγότερο απ' όσο έπρεπε.»
«Δεν έχω κάποια εμπειρία να προσφέρω»	«Τι κάνετε στο αγρόκτημά σας κάθε μέρα που θα γοήτευε έναν επισκέπτη; Αυτή είναι η εμπειρία σας. Υπάρχει ήδη — απλώς δεν έχει ακόμα όνομα ή τιμή.»
«Οι απαντήσεις μου δεν θα ήταν αρκετά επαγγελματικές»	«Το ζεστό είναι καλύτερο από το επαγγελματικό στον αγροτουρισμό. Οι επισκέπτες θέλουν να νιώθουν ότι γράφουν σε ένα πρόσωπο, όχι σε μια εταιρεία. Γράψτε όπως μιλάτε.»
«Τι γίνεται αν βάλω την TN να γράψει τις απαντήσεις μου και ακούγονται ψεύτικες;»	«Ακριβώς γι' αυτό επεξεργάζεστε. Διαβάστε το δυνατά. Αν δεν ακούγεται σαν εσάς, αλλάξτε το μέχρι να ακούγεται. Η TN σας δίνει ένα σημείο εκκίνησης — εσείς της δίνετε τη φωνή σας.»

ΚΛΕΙΣΙΜΟ — ΔΙΑΦΑΝΕΙΣ 32–35

Συνολικός χρόνος: 15 λεπτά

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 32 | Βασικά Συμπεράσματα | 🕒 5 λεπτά

Τι να πείτε:

- Σηκώστε (ή αναφερθείτε σε) και τα τρία φυσικά αποτελέσματα: Λίστα Ελέγχου, Ημερολόγιο, Κάρτα Προσφοράς. «Αυτά τα τρία πράγματα, αν τα χρησιμοποιήσετε, θα αλλάξουν πόσοι άνθρωποι σας βρίσκουν και κάνουν κράτηση μαζί σας τους επόμενους τρεις μήνες.»
- Η σύνοψη σε τρεις προτάσεις: «Να είστε ορατοί — Google Business Profile. Να είστε συνεπείς — μία ανάρτηση την εβδομάδα. Να είστε εύκολοι στην κράτηση — WhatsApp Business με έτοιμες απαντήσεις και μια ξεκάθαρη προσφορά. Αυτό είναι όλο.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 33 | Αυτοαξιολόγηση | 🕒 7 λεπτά

Τι να πείτε και να κάνετε:

- Διαβάστε κάθε ερώτηση δυνατά και αργά. Δώστε στους συμμετέχοντες 30 δευτερόλεπτα ησυχίας μετά από κάθε μία.
- Ζητήστε από 2-3 άτομα να μοιραστούν την απάντησή τους στην ερώτηση 5: «Αν είχατε 30 λεπτά αυτό το Σαββατοκύριακο, τι ακριβώς θα κάνατε πρώτα;» Αυτό δημιουργεί υπευθυνότητα.
- Προτείνετε μια απλή δέσμευση παρακολούθησης: «Γράψτε μία ενέργεια και μία ημερομηνία — πότε θα την κάνετε. Όχι αυτή την εβδομάδα γενικά. Τετάρτη στις 9πμ. Τρίτη απόγευμα. Μια συγκεκριμένη ώρα.»

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 34–35 | Ευχαριστίες + Κλείσιμο Έργου | 🕒 3 λεπτά

Τι να πείτε:

- Ευχαριστήστε τους συμμετέχοντες με το όνομά τους αν είναι δυνατόν. Υπενθυμίστε τους τον κωδικό του έργου για τυχόν μεταγενέστερες ερωτήσεις.
- Συλλέξτε τυχόν έντυπα ανατροφοδότησης πριν φύγουν οι συμμετέχοντες — όχι στην πόρτα, ενώ είναι ακόμα καθισμένοι.

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΥΛΙΚΟ — ΓΝΩΣΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΕΣ

Τι είναι το Google Business Profile και πώς λειτουργεί στην πράξη;

Το Google Business Profile (πρώην Google My Business) είναι ένα δωρεάν εργαλείο που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να διαχειρίζονται την εμφάνισή τους στην Αναζήτηση Google και στους Χάρτες Google. Όταν ένας χρήστης πληκτρολογεί το όνομα μιας επιχείρησης, ή αναζητά έναν τύπο επιχείρησης σε μια τοποθεσία (π.χ. «αγροτουρισμός κοντά στην Κοζάνη»), οι επιχειρήσεις με πλήρες Προφίλ εμφανίζονται πρώτες.

Τα βασικά στοιχεία ενός Προφίλ:

- Όνομα επιχείρησης, διεύθυνση και τηλέφωνο — πρέπει να συμφωνούν με τον ιστότοπό σας και τα social media
- Κατηγορία — επιλέξτε «Αγρόκτημα» ή «Αγροτουρισμός» ως κύρια κατηγορία σας
- Φωτογραφίες — τουλάχιστον 5: εξωτερικός χώρος, προϊόν, δραστηριότητα, φαγητό ή γευσιγνωσία, καλωσόρισμα/ιδιοκτήτης
- Ώρες λειτουργίας — διατηρήστε τις ακριβείς· οι μη επικαιροποιημένες ώρες είναι συνήθως αιτία αρνητικών κριτικών
- Περιγραφή — έως 750 χαρακτήρες. Χρησιμοποιήστε τις πρώτες 250 λέξεις για να περιγράψετε ποιοι είστε και τι μπορούν να κάνουν οι επισκέπτες
- Ενότητα Ερωτήσεων & Απαντήσεων — μπορείτε να τη συμπληρώσετε εκ των προτέρων με τις πιο συνηθισμένες ερωτήσεις σας
- Κριτικές — δεν μπορούν να διαγραφούν αλλά μπορείτε να απαντήσετε σε αυτές· απαντάτε πάντα, ακόμα και σε αρνητικές κριτικές
- Σύνδεσμος κράτησης — προσθέστε έναν απευθείας σύνδεσμο προς το WhatsApp σας ή τη σελίδα online κράτησης

Πώς λειτουργούν οι Γρήγορες Απαντήσεις του WhatsApp Business (βήμα προς βήμα)

Οι Γρήγορες Απαντήσεις είναι αποθηκευμένα μηνύματα που μπορούν να ενεργοποιηθούν με μια σύντομη συντόμευση πληκτρολογίου, ώστε να μην χρειάζεται ποτέ να πληκτρολογήσετε την ίδια μεγάλη απάντηση δύο φορές.

4. Ανοίξτε την εφαρμογή WhatsApp Business
5. Πηγαίνετε στις Ρυθμίσεις (τρεις τελείες πάνω δεξιά) > Επιχειρηματικά Εργαλεία > Γρήγορες Απαντήσεις
6. Πατήστε το κουμπί + για να προσθέσετε μια νέα Γρήγορη Απάντηση
7. Γράψτε τη συντόμευσή σας (π.χ. /book) και το πλήρες κείμενο της απάντησης
8. Αποθηκεύστε την. Τώρα, σε οποιαδήποτε συνομιλία, πληκτρολογήστε /book και οι πλήρεις οδηγίες κράτησής σας εμφανίζονται αμέσως.

Προτεινόμενες Γρήγορες Απαντήσεις προς ρύθμιση:

- /book — πλήρεις οδηγίες κράτησης με διαθέσιμες ημερομηνίες και τρόπο επιβεβαίωσης
- /dir — οδηγίες πρόσβασης στο αγρόκτημα (σύνδεσμος GPS + γραπτές οδηγίες)
- /bring — τι να φέρουν, τι να φορέσουν, και τι να γνωρίζουν πριν την επίσκεψη
- /cancel — πολιτική ακύρωσης και όροι επιστροφής χρημάτων
- /thanks — μήνυμα ευχαριστίας μετά την επίσκεψη, με σύνδεσμο κριτικής

Εξηγώντας τα εργαλεία TN σε συμμετέχοντες που είναι δύσπιστοι ή ανήσυχοι

Κάποιοι συμμετέχοντες, ιδιαίτερα μεγαλύτεροι σε ηλικία φορείς, μπορεί να νιώθουν ανησυχία για τα εργαλεία TN — ή να τα απορρίπτουν («δεν χρειάζομαι ένα ρομπότ να γράφει για μένα»). Η πιο αποτελεσματική προσέγγιση είναι:

- Όχι ως αντικατάσταση: «Η TN δεν γράφει την ιστορία σας — σας δίνει ένα πρόχειρο προσχέδιο που μετά κάνετε δικό σας. Εσείς παραμένετε ο συγγραφέας.»
- Ως εξοικονόμηση χρόνου: «Αντί να ξεκινάτε από μια κενή σελίδα, ξεκινάτε από ένα προσχέδιο. Η δουλειά σας αλλάζει από συγγραφή σε επεξεργασία. Οι περισσότεροι βρίσκουν την επεξεργασία πολύ πιο εύκολη.»
- Με ένα ζωντανό παράδειγμα: επιδείξτε το στο κινητό σας μέσα στην αίθουσα. Πληκτρολογήστε μια εντολή για μια εμπειρία αγροτουρισμού. Δείξτε το αποτέλεσμα. Ρωτήστε την αίθουσα: «Τι θα αλλάζατε;» Στη συνέχεια αλλάξτε το μαζί. Αυτό αφαιρεί το μυστήριο.

Ο ένας κανόνας που πρέπει να καταλάβουν οι συμμετέχοντες για την TN: επαληθεύετε πάντα τα γεγονότα, τις τιμές, τις ημερομηνίες και κάθε πρακτική πληροφορία πριν τα μοιραστείτε. Η TN μπορεί να παράγει λεπτομέρειες που ακούγονται εύλογες αλλά είναι λανθασμένες. Ο αγρότης γνωρίζει τα γεγονότα — η TN γνωρίζει τις λέξεις.

ΕΝΤΥΠΟ 1 — ΛΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΡΟΦΙΛ

Εκτυπώστε ένα ανά συμμετέχοντα. Χρησιμοποιείται κατά την Άσκηση 1 (Διαφάνεια 13).

Στοιχείο	Κατάσταση: Ολοκληρωμένο / Υπάρχει αλλά ελλιπές / Λείπει
Το Google Business Profile δημιουργήθηκε και επαληθεύτηκε	
Όνομα επιχείρησης, διεύθυνση, τηλέφωνο σωστά	
Τουλάχιστον 5 φωτογραφίες προστέθηκαν (εξωτερικός χώρος, προϊόν, δραστηριότητα, καλωσόρισμα, άνθρωποι)	
Η περιγραφή γράφτηκε (κάτω από 300 λέξεις, συγκεκριμένη, αναφέρει βασικά προϊόντα/δραστηριότητες)	
Ο αριθμός WhatsApp ή ο σύνδεσμος κράτησης προστέθηκε στο προφίλ	
Οι ώρες λειτουργίας είναι σωστές και επικαιροποιημένες	
Λήφθηκε τουλάχιστον 1 κριτική Google	
Λήφθηκαν τουλάχιστον 5 κριτικές Google	
Η σελίδα Facebook υπάρχει και έχει γίνει ανάρτηση τις τελευταίες 30 ημέρες	
Ο λογαριασμός Instagram υπάρχει και έχει γίνει ανάρτηση τις τελευταίες 30 ημέρες	
Η φωτογραφία προφίλ είναι πραγματική, πρόσφατη φωτογραφία (όχι λογότυπο)	
Οι οδηγίες κράτησης είναι σαφείς σε τουλάχιστον μία πλατφόρμα	

Το μεγαλύτερο μου κενό σήμερα:

Μία ενέργεια που θα κάνω αυτή την εβδομάδα (συγκεκριμένα — τι, πότε):

ΕΝΤΥΠΟ 2 — ΜΗΝΙΑΙΟ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Εκτυπώστε ένα ανά συμμετέχοντα. Χρησιμοποιείται κατά την Άσκηση 2 (Διαφάνεια 22).

Η πλατφόρμα μου: ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Και τα δύο

Οι ημέρες ανάρτησής μου: Ημέρα 1: _____ Ημέρα 2: _____

Ανάρτηση	Φόρμουλα / Θέμα / Λεζάντα / Κάλεσμα σε Δράση
Εβδομάδα 1 — Ανάρτηση Α (Ημέρα 1)	Φόρμουλα: ☐ Στιγμή Αγροκτήματος ☐ Υπενθύμιση Προσφοράς ☐ Πίσω από τις Σκηνές Θέμα: Λεζάντα (1-2 προτάσεις): Κάλεσμα σε δράση (Στείλτε μας μήνυμα / Σύνδεσμος στο bio / Κάντε κράτηση τώρα):
Εβδομάδα 1 — Ανάρτηση Β (Ημέρα 2)	Φόρμουλα: ☐ Στιγμή Αγροκτήματος ☐ Υπενθύμιση Προσφοράς ☐ Πίσω από τις Σκηνές Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:
Εβδομάδα 2 — Ανάρτηση Α	Φόρμουλα: Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:
Εβδομάδα 2 — Ανάρτηση Β	Φόρμουλα: Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:
Εβδομάδα 3 — Ανάρτηση Α	Φόρμουλα: Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:
Εβδομάδα 3 — Ανάρτηση Β	Φόρμουλα: Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:
Εβδομάδα 4 — Ανάρτηση Α	Φόρμουλα: Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:
Εβδομάδα 4 — Ανάρτηση Β	Φόρμουλα: Θέμα: Λεζάντα: Κάλεσμα σε δράση:

ΕΝΤΥΠΟ 3 — ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΚΑΡΤΑΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ + 5 ΕΤΟΙΜΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ

Εκτυπώστε ένα ανά συμμετέχοντα. Χρησιμοποιείται κατά την Άσκηση 3 (Διαφάνεια 31).

ΜΕΡΟΣ Α — Η ΚΑΡΤΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΜΟΥ

Γράψτε μία προσφορά εμπειρίας ή προϊόντος. Κάτω από 100 λέξεις. Απαντήστε και στις πέντε ερωτήσεις.

- Τι είναι (όνομα + τι συμβαίνει):
- Διάρκεια:
- Μέγεθος ομάδας (ελάχ. / μέγ.):
- Τιμή ανά άτομο:
- Πώς γίνεται η κράτηση (WhatsApp / σύνδεσμος):

Η Κάρτα Προσφοράς μου (γράψτε την πλήρη προσφορά σας παρακάτω — στοχεύστε σε 60-100 λέξεις):

ΜΕΡΟΣ Β — ΟΙ 5 ΕΤΟΙΜΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΜΟΥ

Περίπτωση	Η Έτοιμη Απάντησή μου (γράψτε το πλήρες κείμενο που θα στείλετε)
1. Ο επισκέπτης ρωτά για διαθέσιμες ημερομηνίες κράτησης	
2. Ο επισκέπτης ζητά οδηγίες πρόσβασης στο αγρόκτημά μου	
3. Ο επισκέπτης ρωτά τι να φέρει / να φορέσει / να προετοιμάσει	
4. Ο επισκέπτης ρωτά για την πολιτική ακύρωσης	
5. Μήνυμα ευχαριστίας μετά την επίσκεψη (συμπεριλάβετε σύνδεσμο κριτικής)	