

РЪКОВОДСТВО ЗА ОБУЧИТЕЛИ

Модул 5 — „Туризмът“ в агротуризма Преживяване на посетителите, гостоприемство и партньорства с местната общност

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

Настоящото ръководство следва слайд по слайд презентацията на Модул 5 и ви предоставя всичко необходимо, за да проведете практическа и ангажираща сесия за оператори в областта на агротуризма. Всяка секция включва:

- Какво да кажете — основното послание на достъпен език, готово за представяне
- Как да водите занятието — указания за времето, подсказки и групови дейности
- Често срещани пречки — реални възражения, които участниците повдигат, с предложени отговори
- 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
- Допълнителна информация — знания, които учителят трябва да знае, но не е задължително да представя

КОИ СА УЧАСТНИЦИТЕ — Важно е да знаете това, преди да започнете

Участниците в Модул 5 обикновено са земеделски стопани и малки селски предприемачи — хора с дълбоки практически познания за своя продукт, но с малко формално обучение в областта на туризма или хотелиерството.

Те често са:

- Имат опит в това, което произвеждат, но не са сигурни в стойността му като преживяване за посетителите
- Скромни по отношение на своето стопанство („това е просто едно обикновено стопанство, нищо особено“)
- Свикнали са с неформалното гостоприемство, но не го възприемат като професионално умение
- Скептични по отношение на партньорствата поради минали разочарования с кооперативи

Вашата задача е да им помогнете да погледнат на фермата си през очите на посетителя — и да осъзнаят какво вече правят добре.

КРАТКО ОПИСАНИЕ НА МОДУЛА

Раздел	Съдържание / Резултат
Въведение (слайдове 1–4)	Приветствие, цели, обзор на модула — 15 мин.
Единица 1: Опитът на посетителите (слайдове 5–13)	Структура на преживяването в 4 стъпки, план, ценообразуване Резултат: План за преживяването на посетителите — 65 мин
Модул 2: Разказване на истории и гостоприемство (слайдове 14–22)	Историята на фермата, екскурзоводство, списък за гостоприемство



	Резултат: История на фермата и карта за екскурзовод — 60 мин.
Модул 3: Партньорства (слайдове 23–31)	Картографиране на партньорите, съвместни оферти, планове за сътрудничество Резултат: Карта на партньорите + предложение за сътрудничество — 55 мин.
Заклучение (слайдове 32–35)	Изводи, самооценка, приключване — 15 мин
ОБЩО	~3,5 часа (препоръчва се с две 10-минутни почивки)

ТРИ НЕЩА, С КОИТО ВСЕКИ УЧАСТНИК ТРЯБВА ДА СИ ТРЪГНЕ

1. План за преживяване на посетителите — едно конкретно, с определена цена и възможност за резервация преживяване, създадено за тяхната ферма
2. История на фермата и карта за екскурзовод — история на фермата в 3 изречения и план за обиколка с 3–5 спирки
3. Карта на партньорите и предложение за сътрудничество — 5 идентифицирани местни партньори и едно конкретно писмено предложение

Тези три резултата са готови за употреба инструменти, а не домашна работа. Всеки от тях може да се използва още от деня, в който участникът се прибере у дома.



ВЪВЕДЕНИЕ — СЛАЙДОВЕ 1–4

Общо време: 15 минути | Няма упражнения в тази секция

СЛАЙД 1–2 | Заглавие + Добре дошли | 🕒 5 мин

Какво да кажете:

- Представете себе си и проекта. По едно изречение за всяко.
- Въвеждащ въпрос: „Преди да започнем — помислете за последния път, когато сте посетили някое място като туристи. Какво ви е останало най-силно в паметта? Беше ли това продуктът, мястото или човекът?“ Дайте възможност на 3 души да отговорят. Отговорът почти винаги е „човекът“ или „как ме накара да се почувствам“. Това е Модул 5.

СЛАЙД 3 | Учебни цели | 🕒 3 мин

- Прочетете на глас трите резултата. Кажете на участниците: „Днес ще създадете и трите — не само ще чуете за тях.“
- Попитайте: „Има ли някой тук, който вече е проектирал и продал структурирано преживяване за посетители?“ Ако да – този човек е колега-ресурс за Урок 1.

СЛАЙД 4 | Общ преглед на модула | 🕒 5 мин

- Прегледайте трите единици. Подчертайте, че всяка от тях води до конкретен резултат – документ, който участниците ще отнесат у дома и ще използват.
- „Всичко, което обсъждаме днес, вие вече знаете от собствен опит. Този модул придава структура на този опит — така че посетителите да могат да го открият, да платят за него и да го запомнят.“



УРОК 1 — ПРОЕКТИРАЙТЕ СВОЯТА ПОСЕТИТЕЛСКА ИЗЖИВЯВАНЕ (СЛАЙДОВЕ 5–13)

Общо време: ~65 минути | Упражнение на слайд 13 (25 мин.)

Основно послание: Всяка ферма вече разполага с поне едно преживяване, за което си струва да се плати. Проблемът не е в преживяването — а в структурата, наименованието и цената. Тази единица добавя и трите.

СЛАЙД 5 | Въведение към модул 1 | ⌚ 3 мин

Какво да кажете:

- „Преживяването в агротуризма не е продукт, който създавате — то е дейност във фермата, която структурирате. Пчеларят, който развежда посетителите из кошерите, вече предлага преживяване. Отглеждащият билки, който допуска посетителите в сушилнята, вече предлага преживяване. Това, което липсва, е име, цена и четири стъпки.“
- Покажете „План за преживяването на посетителите“ (Раздаточен материал 4). „Това е, което ще изградите в този модул.“

СЛАЙД 6 | Проблемът | ⌚ 5 мин.

Какво да кажете:

- Прочетете четирите точки. След първата попитайте: „Колко от вас предлагат посещения във фермата или дейности, за които няма писмена цена?“ (Ще се вдигнат ръце.)
- Казус с пчеларя: „Същите кошери, същият пчелар, същата разходка. Единствените неща, които се промениха, бяха: име (Honey Morning), цена (22 евро) и четири структурирани стъпки. Това е цялата разлика.“

Тема за дискусия:

- „Коя е една дейност във вашата ферма, която би заинтригувала посетителите — и за която вероятно не вземате такса?“ Дайте възможност на 3–4 души да отговорят. Почти всеки отговор е потенциално преживяване.



СЛАЙД 7 | Ключови концепции — Структурата от 4 стъпки

| ⌚ 10 мин

Какво да кажете — обяснете подробно всяка стъпка:

- Стъпка 1 — Посрещане: „Посрещнете ги навън. Запомнете имената им. Кажете им какво ще се случи и колко време ще продължи. Посетителите, които се чувстват очаквани и информирани, веднага се отпускат — а отпуснатите посетители се наслаждават повече, купуват повече и пишат по-добри отзиви.“
- Стъпка 2 — Дейността: „Направете я практическа. Позволете им да берат, да пресоват, да разбъркват, да дегустират, да засаждат, да създават. Да гледаш е хубаво. Да правиш е запомнящо се. Дейността, която създава нещо осезаемо, е тази, за която те разказват на приятелите си.“
- Стъпка 3 — Обяснението: „Разкажете историята зад продукта, докато работите — не като лекция, а като разговор. Защо отглеждате този сорт? От колко време го има тук? Какво се случва през различните сезони?“
- Стъпка 4 — Завършването: „Завършете целенасочено. Дегустация, подарък за въщи, конкретна благодарност — след това покана за отзив. Не извинително: „Ако имате малко време...“, а сърдечно: „Бих се радвал много, ако напишете няколко думи в Google — това наистина има значение за нас.“

Най-често срещаната грешка при агротуристическите преживявания

Повечето посещения във ферми просто... приключват. Фермерът се заема с работа, посетителят се връща към колата си и възможността за отзив, покупка на продукт или резервация за повторно посещение се губи.

„Завършването“ е стъпката, която повечето оператори пропускат — а именно тя е тази, която превръща едно приятно посещение в измерими приходи.

Едно добре обмислено приключване отнема две минути. То води до отзиви, продажби на продукти и повторни посещения без допълнителни разходи.

СЛАЙД 8 | План за преживяването на посетителя | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- Прегледайте всяко поле в плана. За всяко едно дайте пример от истинска ферма.

Насоки за ценообразуване (тук повечето оператори се нуждаят от помощ):

- Метод „разходи плюс“: „Суммирайте: вашите съставки или материали (например, пакет билки: 3 евро), сувенир за въщи (2 евро), вашето време на справедлива ставка (60 минути по 20 евро/час = 20 евро). Минимална цена: 25 евро на човек.“
- Метод „стойност“: „Колко би платил посетител за 75-минутно кулинарно преживяване с екскурзовод в града? 30–50 евро. Вашето преживяване във



фермата предлага същото ангажиране, плюс автентичност, чист въздух и произход. Определете цената съответно.“

- Проблемът с подценяването: „Повечето оператори определят цените точно според себестойността на материалите, без да добавят стойност. Гостът не плаща 20 евро за букет билки — той плаща 20 евро, за да прекара 75 минути, като се учи от човек, който е отглеждал билки цял живот. Това знание има стойност.“

СЛАЙД 9 | Как да приложите това | ⌚ 5 мин

- Четирите практически стъпки на този слайд водят директно към Упражнение 1. Използвайте този слайд, за да подготвите участниците за упражнението: „Помислете за една дейност, която вече се извършва във вашата ферма. Запазете я в ума си за следващите 25 минути.“

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

- Най-важното, което трябва да правите: „Започнете с това, което вече имате.“ Това отговаря на най-често срещаната съпротива: „Фермата ми не е подготвена за туризъм.“
- Кажете им: „Не ви е нужна нова обор, нов уебсайт или нов продукт. Трябва да структурирате дейността, която вече се извършва. Преживяването е налице — просто няма рамка.“

СЛАЙД 11–12 | Примери + Казус | ⌚ 5 мин

- „Saffron Morning“, Козани: 60 минути, 28 евро, изчерпва се всяка сутрин по време на сезона на реколтата. Единствените допълнения бяха: име, цена, четири стъпки и етикетирана проба за вкущи.
- „Cheese from Scratch“, Калабрия: гостите сами приготвят и пресоват сиренето си, след което го вземат със себе си. 25 евро на човек. Ключът: всеки гост си тръгва с физически предмет, който сам е направил – сувенир, който е струвал на фермата около 3 евро за материали.
- „Работилница за билки“, Централна Македония: 34 резервации за един сезон, 680 евро приходи от работилницата плюс средно 18 евро продажби на продукти на



посетител. Оценка в Google 4,9. Дванадесет от 34-те резервации доведоха до престой в къща за гости.

СЛАЙД 13 — ПРАКТИЧЕСКО УПРАЖНЕНИЕ 1: План за преживяването на посетителя

Време: 25 минути (20 мин. работа + 5 мин. обсъждане)

ИНСТРУКЦИИ ЗА УПРАЖНЕНИЕТО — Какво правят участниците

Стъпка 1 (3 мин.): Изберете една дейност, която вече се извършва във вашата ферма — нещо, което би било интересно за посетителите, дори и да не сте я предлагали официално досега.

Стъпка 2 (12 мин.): Попълнете Плана за преживяването на посетителя (Раздаточен материал 4):

- Наименование — конкретно, от гледна точка на посетителя (не „посещение на фермата“)
- Продължителност — реалистично общо време в минути
- Размер на групата — минимален и максимален
- Цена на човек — използвайте метода „разходи плюс“
- 4-те стъпки — Посрещане, Дейност, Обяснение, Заключение
- Подарък за вкъщи — с какво си тръгва посетителят
- Начин на резервация — как се потвърждава

Стъпка 3 (5 мин.): Изчислете минималната цена, като използвате следната формула:

Материали (€) + Подарък за вкъщи (€) + Вашето време (минути ÷ 60 × почасова ставка в €) = Минимална цена

След това попитайте: Колко би струвало това в градско кулинарно преживяване? Определете цена, която е поне 70% от тази сума.

Инструкции за фасилитатора:

- Най-често срещаната трудност е да се измисли име за преживяването. Насочете участниците: „Опишете какво се случва от момента, в който посетителят пристигне. Какво е първото нещо, което прави? Назовете го от неговата гледна точка.“ Примери: „Медена сутрин“, „Сирене от нулата“, „Реколта и дестилация на лавандула“, „Бране и сортиране на шафран“.
- Втората най-често срещана трудност е определянето на цената. Използвайте формулата от работния лист. Подсказка: „Вашето 75-минутно преживяване в туристическа зона на Атина би струвало 35–45 евро. Вашата ферма е по-автентична, по-лична и по-местна. Определете цена от минимум 70% от тази сума.“



- Обърнете внимание на преживявания, които са твърде неясни: „Елате да разгледате фермата.“ Подсказка: „Какво конкретно правят посетителите? Брат ли нещо? Приготвят ли нещо? Дегустират ли нещо? Добавете едно практическо действие.“

Обобщение (5 мин.):

- Помолете 2–3 участници да опишат преживяването си за 60 секунди: име, какво правят посетителите, какво си носят у дома, цена.
- След всеки отговор попитайте присъстващите: „Какво би ви накарало да резервирате това? Какво не е ясно или липсва?“
- Често срещана обратна връзка: липсва финалът (няма нещо, което да си отнесат у дома), или цената е твърде ниска. За второто: „Вие не продавате билки — продавате преживяването да се направи нещо със собствените ръце в истинска ферма. Цената е за това.“

Чести пречки и отговори:

Пречка	Отговор
„Фермата ми е твърде проста за преживяване за посетителите“	„Простотата не е същото като обикновеността. Всяка ферма има нещо, което посетителите не могат да видят никъде другаде. Простотата е продуктът в агротуризма.“
„Не искам непознати във фермата ми“	„Преживяване с максимум 6–8 гости не е тълпа. Това са хора, които специално са избрали вашата ферма. Те са любопитни и уважителни.“
„Не знам как да определя цената“	„Използвайте формулата от листа. След това разгледайте подобни преживявания в града и определете цена, равна на 70 % от тях. Вероятно ще откриете, че сте правили безплатно неща, които струват 20–30 евро на човек.“
„Ами ако нещо се обърка по време на посещението?“	„Повечето „инциденти“ във фермите се превръщат в истории, които посетителите разказват с години. Ужилване от пчела, коза, избягала в градината, трактор, който се повреди по средата на обиколката — това не са кризи, а агротуризм.“



МОДУЛ 2 — РАЗКАЗВАНЕ НА ИСТОРИИ, ГОСТОПРИЕМСТВО И АНГАЖИРАНЕ НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ

(СЛАЙДОВЕ 14–22)

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

Основно послание: Качеството на едно агротуристическо посещение се определя повече от начина, по който фермерът общува, отколкото от самата ферма. Една история за фермата, която е записана, отрепетирана и разказвана последователно, дава по-добри резултати от каквито и да било декорации, оборудване или маркетинг.

СЛАЙД 14 | Въведение към модул 2 | ⌚ 3 мин

Какво да кажете:

- „Проблемът в агротуризма почти никога не е в качеството на продукта. Той е в способността да го представим — да разкажем на посетителите защо си струва да посетят тази ферма и да ги накараме да се почувстват искрено добре дошли още от момента, в който пристигнат.“
- Покажете картичката с историята за фермата (Раздаваемо материали 5). Кажете им: „До края на тази тема ще сте написали първата версия на историята си за фермата — и ще сте я репетирали веднъж.“

СЛАЙД 15 | Проблемът | ⌚ 5 мин.

Какво да кажете:

- Прочетете четирите точки. След втората попитайте: „Има ли някой тук, който да има написана версия на историята за своята ферма – нещо последователно, което повтаряте по един и същ начин всеки път?“ (Много малко хора ще имат.)
- Историята с лозето: „Той говореше десет минути и не можа да обясни защо трябва да изберете неговата ферма. Не защото фермата му не беше добра — а защото никога преди не му беше било искано да я обясни по прост начин. След като написа три изречения, посетителите започнаха да цитират тези изречения в отзивите си.“

Тема за дискусия:



- „Ако ви помоля точно сега да опишете фермата си в три изречения – не нейната история, а просто какво представлява и защо посетител би дошъл там – какво бихте казали?“ Нека един или двама души опитат. Това създава необходимостта от Урок 2.

СЛАЙД 16 | Ключови концепции — Рамката за историята на фермата | 🕒 10 мин

Какво да кажете:

- Рамката: три елемента, поред. Произход — Продукт — Защо е важно.
- Произход: „Как е започнала тази ферма? От колко време семейството ви е тук? Кой е засадил първите дървета? Какво ви е върнало във фермата?“ Едно изречение.
- Продукт: „Какво отглеждате, произвеждате или предлагате? Какво е отличителното или специфичното във вашия метод?“ Едно изречение.
- Защо е важно: „Защо тази дейност е важна за вас лично? Какво би се загубило, ако тази ферма не съществуваше?“ Едно изречение.

Споделете примера от слайда дословно:

„Дядо ми засади тези маслинови дървета през 1958 г. Върнах се от града, защото ми липсваше ароматът на първото пресоване през ноември. От същите дървета произвеждаме 400 литра годишно.“

Попитайте: „Какви чувства ви предизвиква тази история?“ Типични отговори: любопитство, топлина, връзка, жажда. След това кажете: „Това са три изречения. Има човек, място, причина. Това е всичко, от което се нуждае една история за ферма.“

Защо е важна написаната история за фермата — информация за учителите

Импровизираната история се променя всеки път. Посетителите, които идват два пъти, чуват различна версия и се чувстват несигурни. Отзивите отразяват различни впечатления. Препоръките са неясни.

Една написана и отрепетирана история става последователна. Посетителите чуват една и съща версия. Те я цитират пред приятели. Тези приятели пристигат, вече знаейки защо са там.

В агротуризма в частност историята често е по-запомняща се от самия продукт. Посетителят забравя цената на маслиновото масло, но си спомня, че дядото е засадил дърветата през 1958 г.

Историята е и инструмент за обучение. Всеки член на семейството или помощник, който помага при посещенията, може да научи същата история и да осигури последователно преживяване за посетителите.



СЛАЙД 17 | Основи на гостоприемството и как да водите обиколка на фермата | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- Поздрав отвън: „Това е най-значимата промяна, която стопанинът на фермата може да направи. Фермерът, който излиза навън, за да посрещне посетителя, го превръща от клиент в гост. Отнема петнадесет секунди и не струва нищо.“
- Незабавно предложение: „Предложете нещо в момента, в който пристигнат — чаша вода, дегустация на продукт, малка проба. Това активира сетивата и показва щедрост. Посетителите се отпускат физически, когато нещо бъде поставено в ръцете им.“
- Използвайте името им: „Попитайте го веднъж при пристигането. Използвайте го веднъж по време на посещението. Това е най-мощната техника за персонализация в гостоприемството и не изисква обучение, технология или разходи.“
- Кажете им какво ще се случи: „Посетителите, които знаят какво да очакват, се отпускат. Посетителите, които не знаят какво предстои, се чувстват тревожни. Две изречения в началото — „Ще прекараме заедно около 75 минути; първо ще ви покажа кошерите, след това заедно ще извлечем мед, а след това ще има дегустация“ — премахват всякаква несигурност.“
- Структура на обиколката: 3–5 спирки, по един сензорен момент на всяка спирка, по едно изречение на всяка спирка, което да се запомни. Задавайте въпроси между спирките.

Формулата за отзивите — споделете това изрично

Отзивите се пишат на базата на емоции, а не на логика. Посетителят, който пише 5-звезден отзив, чувства:

1. Лично посрещнат („тя знаеше името ми“)
2. Участие („Сам направих сиренето“)
3. Изненадан от качеството или автентичността („Не очаквах да е толкова истинско“)
4. Че е получил повече, отколкото е очаквал („дадоха ни мед да си вземем за вкъщи“)
5. Пряко помолен да напише отзив в подходящия момент

Вашият списък за гостоприемство е инструмент за генериране на отзиви — всяка точка в него съответства на един от тези пет емоционални тригера.



СЛАЙД 18 | Как да приложите това | ⌚ 5 мин

- Прегледайте четирите стъпки. За стъпка 1 — „Напишете историята на вашата ферма в 3 изречения“ — кажете на участниците: „Ще направим това в Упражнение 2. Започнете да мислите за това още сега.“
- Упражнение на глас: „Първият път, когато разкажете историята на вашата ферма на глас, ще ви се стори странно. Това е нормално. Към петия път ще ви се стори като ваша собствена. Към десетия път посетителите ще започнат да довършват изреченията ви.“

СЛАЙД 19–21 | Какво да правите и какво да не правите + Примери + Казус | ⌚ 8 мин

- Какво да правите и какво да не правите: Подчертайте най-важното „Не“ — „Да импровизирате историята за фермата си всеки път.“ Попитайте: „Ако един приятел дойде във фермата ви и един колега дойде във фермата ви през същата седмица, биха ли чули една и съща история?“ Обикновено отговорът е „не“. Това е проблемът, който тази единица решава.
- Примери: Производител на маслиново масло, Халкидики — историята на фермата е съкратена до 3 изречения, посетителите я цитират в отзивите си. Розова ферма, Казанлък — обиколка с четири спирки и разказ в дестилационната зала, средна оценка 4,9/5.
- Казус: Продължителност на посещението от 20 до 75 минути. Продажбите на продуктите се удвоиха. От нула до 14 отзива за един сезон. „Нищо не се промени, освен написаната история на фермата, структурираната обиколка и целенасоченото приключване.“

СЛАЙД 22 — ПРАКТИЧЕСКО УПРАЖНЕНИЕ 2: Историята на фермата и картата на екскурзовода

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

ИНСТРУКЦИИ ЗА УПРАЖНЕНИЕТО — Какво правят участниците

ЧАСТ А — Историята на фермата (8 мин.):

Напишете историята на вашата ферма точно в 3 изречения. Използвайте следната структура:

Изречение 1 — Произход: Как е възникнала тази ферма? Кой я е основал? От колко време съществува?

Изречение 2 — Продукт: Какво произвеждате? С какво се отличава вашият метод или сорт?



Изречение 3 — Защо е важно: Защо тази дейност е важна за вас лично?

ЧАСТ Б — Карта на екскурзовода (7 мин.):

Планирайте екскурзия с екскурзовод из вашата ферма. Попълнете картата на екскурзовода (Раздаточен материал 5):

- 3–5 спирки — изберете места, където има какво да се види, пипне, опита или помирише
- На всяка спирка: един сензорен момент (какво правят) + едно изречение, което да запомнят
- Чеклист за гостоприемство: посрещнете ги навън, предложете им нещо при пристигането, обръщайте се към тях по име, разкажете им плана, приключете целенасочено с покана за обзор

Вариант за работа в двойки:

- След като напишат, помолете участниците да се разделят на двойки. Всеки чете на глас историята за своята ферма на партньора си. Партньорът дава една дума, която описва как го е накарала да се почувства.
- Думи, които се появяват: топло, любопитно, гладно, истинско, свързано. Тези думи показват на участника, че историята му работи.
- Думи, които се появяват: сложна, объркваща, неясна. Те им подсказват, че трябва да опростят. Водещ: „Ограничете се до трите най-важни факта. По едно изречение за всеки. Прочетете го отново.“

Обсъждане (5 мин.):

- Помолете двама участници да прочетат на глас пред останалите своята история за фермата. След всеки от тях попитайте: „Коя дума описва как се почувствахте?“
- Цени автентичността повече от изпипаността. Една проста, искрена история е по-добра от внимателно изработен маркетингов параграф.

Често срещани пречки и начини за преодоляването им:

Препятствие	Отговор
„Историята на моята ферма не е интересна“	„Всяка ферма, която съществува от повече от едно поколение, има своя история. Кой я е основал? Защо? Какво се е променило? Какво е останало същото? Това е историята.“
„Не искам да звуча, сякаш се хваля“	„Историята на фермата не е самохвалство — тя е контекст. Посетителите искат да разберат къде се намират и защо това е важно. Вие им предоставяте точно това.“



„Моята обиколка е просто разходка — няма нищо структурирано“	„3–5 спирки с нещо конкретно на всяка спирка – мирис, вкус, нещо, което да се пипне – това е структурирана обиколка. Вие вече правите това неформално. Ние просто го записваме.“
„Не съм добър в говоренето пред хора“	„Вие не изнасяте представление — вие развеждате някого из дома си. Правите го естествено от години. Ние просто го правим последователно.“



УРОК 3 — ПАРТНЬОРСТВА С МЕСТНАТА ОБЩНОСТ И СЪВМЕСТЕН МАРКЕТИНГ (СЛАЙДОВЕ 23–31)

Общо време: ~55 минути | Упражнение към слайд 31 (20 мин.)

Основно послание: Нито един малък оператор в агротуризма не може сам да привлече международни посетители. Но трима или четирима оператори заедно — с карта на маршрута и обща история — могат. Първата стъпка не е съвместен уебсайт или правно споразумение. Тя е телефонно обаждане.

СЛАЙД 23 | Въведение към модул 3 | ⌚ 3 мин

Какво да кажете:

- „Посетител, който прекарва 90 минути във вашата ферма, все пак се нуждае от място, където да пренощува, да се нахрани и да има какво друго да прави. Ако не му кажете къде да отиде, той ще напусне района. Ако го направите, той ще остане — и ще похарчи повече.“
- „Посетителите, които ползват услугите на три или повече местни фирми, харчат с 40% повече на ден от тези, които посещават само една. Всяко насочване към партньор е пряк принос към местната селска икономика.“

СЛАЙД 24 | Проблемът | ⌚ 5 мин.

Какво да кажете:

- Прочетете четирите точки. След третата — „Всеки оператор сам по себе си е твърде малък, за да привлече посетители отвън“ — попитайте: „Колко от вас са имали посетители, дошли специално отвън региона ви заради вашата ферма?“ (Някои ще са имали, повечето — не.) „А сега — колко от вас смятат, че група от четири местни ферми заедно биха могли да привлекат посетители от Германия или Холандия?“ (Мнозина ще кажат „да“.) „Това е сътрудничество.“
- Историята с визитката от Науса: винарна, плодова ферма, ресторант — те си разменяха печатна визитка. В рамките на един сезон 30 % от посетителите на винарната бяха дошли от плодовата ферма. „Без маркетингов бюджет. Само едно парче хартия и една препоръка.“



СЛАЙД 25 | Ключови концепции — Партньорства и съвместни офerti | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- С кого да си сътрудничите: „Започнете отблизо. Операторите на места за настаняване искат гостите им да имат с какво да се занимават през деня. Ресторантите искат гости, които вече се интересуват от местната кухня. Производителите на занаятчийски продукти и екскурзоводите привличат същия тип посетители като вас. Това са естествени партньори.“
- Картата на маршрута: „Една отпечатана карта във формат А5 или сгъната А4, в която са изброени всички партньорски обекти, какво предлага всеки от тях и как да се направи резервация. Това е минималният жизнеспособен инструмент за съвместен маркетинг. Дизайнът му не струва нищо, отпечатването — няколко евро, а работи още от първия ден.“
- Споразумението за сътрудничество: „Не е необходимо да бъде юридически обвързващо. Четири въпроса: Какво прави всяка страна? Как си препращаме посетителите един на друг? Има ли разпределение на таксите или става въпрос за обмен? Как решаваме спорове? Една страница. Подписано или не. Все пак е по-добре от устна договореност.“

Психологията на местната препоръка

Посетителите се доверяват на препоръка от местен бизнес много повече, отколкото на реклама или обява в платформа.

Когато стопанинът на фермата каже: „Ако искате да вечеряте тази вечер, отидете в таверна „Костас“ — там използват нашите билки и знаят къде сме“, посетителят се чувства добре обгрижен.

Този посетител разказва на приятелите си както за фермата, така и за таверната. И двата бизнеса печелят от едно-единствено изречение.

Това е механизмът, който стои зад кооперативния маркетинг в агротуризма — не уебсайт, не съвместна марка, а просто последователни взаимни препоръки.

СЛАЙД 26 | 5 стъпки за стартиране на местно партньорство | ⌚ 8 мин

Какво да кажете:

- Прегледайте петте стъпки. Отделете най-много време на стъпка 3 — предложението.
- Предложението: „Най-ефективното начално съобщение при партньорство в агротуризма е: Мисля, че нашите посетители се припокриват. Бихте ли се заинтересували да си разменим визитки и да се препоръчваме взаимно?“ Това е всичко. Това изречение е поставило началото на мрежи в шест държави.“



- Стъпка 5 — Активиране: „Не чакайте, докато имате съвместен уебсайт, съвместно събитие или съвместен продукт. Поставете визитката им на масата за посрещане още днес. Публикувайте пост за тях в социалните медии този месец. Тези две неща не струват нищо и стартират партньорството незабавно.“

СЛАЙД 27 | Как да приложите това | ⌚ 5 мин.

- Примерът с фермата за билки и таверната: 60-минутен уъркшоп за билки, следван от обяд. 35 евро, разделени между двама оператори. „Никой от тях не би могъл да предложи това сам. Заедно те създадоха най-коментираното местно преживяване в своя район в Google.“
- Подчертайте: „Съвместното предложение дойде след установяването на връзката. Връзката започна с размяна на визитки. Започнете оттам.“

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

- Най-важното, което не трябва да правите: „Да чакате официално споразумение.“ Обяснение: „Официалните споразумения често са мястото, където добрите идеи за партньорство умират. Започнете с нещо просто — разменете визитки, препоръчайте се устно, публикувайте постове един за друг. Увеличавайте формалността с развитието на връзката.“
- Мрежата в Халкидики: шест оператора, споразумение от една страница, все още активно пет години по-късно. „Една страница. Нулеви правни разходи. Издържа по-дълго от три официални опита за сътрудничество в същия район.“

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

- Селски маршрут край Науса: винарна, ябълкова градина, производител на мед, производител на сирене. Отпечатана карта на маршрута. Посещаемостта и на четирите обекта се е увеличила.
- Маршрут „Четири ферми“ край Мелник, България: продадени 28 уикенд пакета. Резервациите във винарната са се увеличили с 22%. Работилниците за занаяти изчерпаха всички свободни места за уикенда. Къщата за гости беше напълно запълнена за първи път.



- Въпрос: „С какво започнаха тези мрежи?“ Отговор: със среща, разговор и печатна карта. Съвместният пакет дойде по-късно.

СЛАЙД 31 — ПРАКТИЧЕСКО УПРАЖНЕНИЕ 3: Карта на партньорите + предложение за сътрудничество

Време: 20 минути (15 мин. за изготвяне на картата + 5 мин. за споделяне)

ИНСТРУКЦИИ ЗА УПРАЖНЕНИЕТО — Какво правят участниците

Стъпка 1 (8 мин.): Попълнете „Картата на партньорите“ (Раздаточен материал 6). Избройте 5–8 местни предприятия в следните категории:

- Настаняване (къщи за гости, агротуризм, B&B)
- Храна и напитки (ресторанти, таверни, винарни, местни производители)
- Дейности и преживявания (екскурзоводи, работилници за занаяти, други ферми, природни забележителности)
- Входни точки (туристически бюра, летища, автогари, хотели в близките градове)

За всеки от тях: име, какво предлагат и дали посетителите ви биха имали полза от посещението там.

Стъпка 2 (5 мин.): Изберете партньора с най-висок приоритет от картата. Напишете едно изречение, което бихте могли да им изпратите тази седмица, за да започнете партньорството.

Формат: „Мисля, че имаме общи посетители. Бихте ли проявили интерес към обмен на визитки и взаимни препоръки?“

Или: „Предлагам [преживяване] — мисля, че гостите, които ме посещават, биха харесали и [това, което предлагате]. Бихте ли били отворени за разговор?“

Стъпка 3 (2 мин.): Напишете възможно най-простата първа стъпка — не съвместен уебсайт, не договор. Нещо, което можете да направите преди петък.

Забележка за фасилитатора — използвайте самата зала:

Залата за обучение е мрежа за партньорства

Ако двама или повече участници в залата са от един и същ район или област, изтъкнете това изрично:

„Вие вече сте потенциална партньорска мрежа. Намирате се в една и съща зала. Вече познавате фермите си.“

„Има ли някой в тази зала, който би искал да си размени визитки с някой друг тук днес?“

Това често води до най-непосредствените партньорства през цялата сесия — а улесняването на този процес не струва нищо.



Обобщение (5 мин.):

- Помолете всеки да посочи своя приоритетен партньор и да прочете предложението си в едно изречение.
- След всеки от тях: „Бихте ли могли да изпратите това съобщение тази седмица? Какво ви спира?“
- Често срещано препятствие: „Не искам да изглеждам натрапчив.“ Отговор: „Съобщение, в което казвате, че вашите посетители биха харесали продукта на партньора ви, не е натрапчиво — това е комплимент. Те почти винаги ще отговорят положително.“

Чести пречки и отговори:

Пречка	Отговор
„Опитах се да сътруднича преди и не се получи“	„Кажете ми какво се провали — често причината е била или прекалено формален подход, или партньорите са имали различни профили на посетителите. Започването с обмен на визитки и препоръка избягва и двата вида провали.“
„Не познавам никого, с когото да си сътруднича“	„Твоята карта на партньорите ще промени това. Нека я попълним заедно. Към кого отиват посетителите, след като напуснат фермата ти? Започни оттам.“
„Не искам да изпращам посетители при конкурентите“	„Има ли бизнес близо до вас, който предлага точно същото нещо? Ако няма — те не са конкуренти. Винарна и ферма за билки не се конкурират. Посетителите им се припокриват, но преживяванията са напълно различни.“
„Нямам време да се занимавам с партньорство“	„Минималното необходимо партньорство отнема 30 минути на месец – дръжте визитката им на масата си, публикувайте веднъж за тях, уведомете ги, когато сте напълно запълнени. Това е всичко.“



ЗАКЛЮЧЕНИЕ — СЛАЙДОВЕ 32–35

Общо време: 15 минути

СЛАЙД 32 | Ключови изводи | ⌚ 5 мин

Какво да кажете:

- Покажете или споменете и трите резултата: План, Карта с историята на фермата, Карта на партньорите. „Тези три документа, които ще започнете да използвате от понеделник, ще променят три неща: колко посетители привличате, колко дълго остават и колко харчат.“
- Обобщение в три изречения: „Структурирайте преживяването. Разкажете историята си. Изградете мрежата си. Всичко останало в агротуризма произтича от тези три действия.“

СЛАЙД 33 | Самооценка | ⌚ 7 мин

Какво да кажете и направите:

- Прочетете всеки въпрос бавно. Оставете 30 секунди мълчание след всеки от тях.
- Попитайте 2–3 души: „Кой е единственият местен бизнесмен, на когото трябва да се обадите тази седмица – и какво бихте му казали?“ Запишете отговорите им на видно място (флипчарт). Това създава отговорност.
- Завършете с: „Ако направите три неща от сега до края на този месец: проведете първото си структурирано преживяване, разкажете историята на фермата си на следващите пет посетители и осъществите един телефонен разговор за партньорство — вече ще сте изпреварили 80% от операторите в агротуризма във вашия регион.“

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

- Благодарете на участниците. Раздайте формулярите за обратна връзка, преди хората да станат на крака.
- Ако някой иска да проследи ресурсите по проекта „Еразъм+“, насочете го към референтния номер на проекта.



ДОПЪЛНИТЕЛЕН МАТЕРИАЛ — ОСНОВНИ ПОЗНАНИЯ ЗА ОБУЧИТЕЛИТЕ

Определяне на цените за агротуристически преживявания — по-подробно ръководство

Повечето оператори в агротуризма определят твърде ниски цени, често с 40–60 % по-ниски от реалните. Това се дължи отчасти на културни фактори (гостоприемството се възприема като щедрост, а не като търговия), отчасти на липса на данни и отчасти на страх от отхвърляне. Ето как да помогнете на участниците да определят цените правилно:

Метод 1 — „Разходи плюс“:

- Направете списък на всички консумативи за преживяването (съставки, артикули за вкъщи, всякакви материали)
- Оценете времето за подготовка (почистване, поддръждане, снабдяване) по справедлива почасова ставка (препоръчваме 12–15 евро/час)
- Оценете времето за провеждане (самото преживяване) по справедлива ставка
- Добавете 20% марж за непредвидени разходи
- Разделете на броя на участниците → минимална цена на човек

Метод 2 — Сравнително ценообразуване:

- Намерете подобно преживяване в Airbnb Experiences, Viator или GetYourGuide за близък град
- Отбележете ценовия диапазон за сравнима продължителност и формат
- Определете цената на вашето преживяване във ферма на 70–85% от този еталон
- Причина: преживяванията във ферма често включват повече персонализация и автентичност, отколкото градските им еквиваленти

Ключовото прозрение: посетителите не плащат за материалите или дори за времето. Те плащат за знанията, автентичността и достъпа до начин на живот, който не могат да получат никъде другаде. Това има стойност, независима от цената на един букет билки.

Написване на история за фермата — още примери, от които обучителите могат да черпят

Тези примери показват структурата от 3 изречения на практика. Използвайте ги, ако участниците се затрудняват:



Ферма за мед, Тесалия:

Баща ми построи тези кошери от стари винени бъчви през 1972 г. — сега има четиридесет от тях по същия хълм. Ние произвеждаме мащерков мед в края на лятото, когато цялата планина мирише като вътрешността на пчелен кошер. Искам посетителите да разберат, че цветът на меда ви казва точно къде е била пчелата и какво е правила в деня, в който го е произвела.

Сиренарска ферма, Епир:

Това стадо е в семейството ми от четири поколения — прабаба ми е правела същото сирене в тази стая. Все още използваме същите дървени форми и същата сол от Месолонги. Върнах се от Солун, за да продължа тази традиция, защото не можех да си представя някой друг да го прави.

Винарна, Мелник:

Сортът „Мелник“ расте само тук — никъде другаде по света няма същия микроклимат и същата почва. Дядо ми засади първите лози през 60-те години на миналия век, като използва подложки от съсед, който се е занимавал с лозарство още преди войната. Произвеждаме между 3 000 и 5 000 бутилки годишно в зависимост от сезона — и всяка бутилка е различна.

Как да улесним упражнението за партньорство, когато участниците са от един и същ район

Това е идеалният сценарий за Упражнение 3. Когато участниците са от един и същ регион:

- Помолете участниците да определят кои две или три лица в залата биха избрали най-естествено за партньори – преди да попълнят външната „Карта на партньорите“.
- Нека тези двойки или малки групи попълнят заедно „Картата на партньорите“, като сравняват профилите на посетителите си.
- Накрая помолете всяка двойка да сподели какво са се договорили да направят до петък — конкретно действие, а не неясно намерение.
- Това създава истински партньорства в залата, а не само теоретични карти. Обучителната сесия се превръща в моментът на създаване на местна мрежа.



РАЗДАВАТЕЛЕН МАТЕРИАЛ 4 — ПЛАН ЗА ОПИТА НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ

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

Поле	Вашият отговор
Наименование на преживяването (от гледна точка на посетителя)	
Продължителност (в минути)	
Размер на групата (мин./макс.)	
Цена на човек (€)	Изчисление: Материали €__ + Време €__ + Подарък за вкъщи €__ = Минимална цена €__ Окончателна цена: €__
Подарък за вкъщи (с какво си тръгва посетителят?)	
Начин на резервация (WhatsApp / имейл / формуляр / платформа)	

4-ТЕ СЪПКИ

Съпка	Какво се случва — опишете го подробно
Съпка 1 — ДОБРЕ ДОШЛИ Поздравете по име, обяснете плана	
Съпка 2 — ДЕЙНОСТТА Практическа дейност: какво избират, правят, пресоват, дегустират?	
Съпка 3 — ОБЯСНЕНИЕТО Разказ, който се представя по време на дейността	
Съпка 4 — ЗАКЛЮЧЕНИЕ Дегустация / подарък за вкъщи / искрено благодарност / покана за отзив	



РАЗДАВАТЕЛЕН МАТЕРИАЛ 5 — ИСТОРИЯТА НА ФЕРМАТА И КАРТА ЗА ЕКСКУРЗИОНЕН РЪКОВОДИТЕЛ

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

ЧАСТ А — ИСТОРИЯТА НА МОЯТА ФЕРМА (3 изречения)

Изречение 1 — Произход (как е възникнала тази ферма? кой? откога?):

Изречение 2 — Продукт (какво произвеждате? какво го отличава?):

Изречение 3 — Защо е важно (защо тази работа е важна за вас лично?):

ЧАСТ Б — КАРТА НА ЕКСКУРЗИОННИЯ РЪКОВОДИТЕЛ (3–5 спирки)

Спирка (местоположение)	Сензорно преживяване (какво правят) + Едно изречение за запомняне
Спирка 1:	Сензорен момент: Изречение, което да се запомни:
Спирка 2:	Сензорен момент: Изречение за запомняне:
Спирка 3:	Сензорен момент: Изречение за запомняне:
Спирка 4 (по избор):	Сензорен момент: Изречение за запомняне:
Спирка 5 / Заключение:	Дегустация / подарък за вкущи / покана за отзив:



СПИСЪК ЗА ГОСТОПРИЕМСТВО

- ☐ Поздравявам посетителите отвън, преди да излязат от колата си
- ☐ Предлагам нещо (дегустация, напитка, проба) в рамките на първите две минути
- ☐ Използвам името на посетителя поне веднъж по време на посещението
- ☐ В началото им обяснявам какво ще се случи и колко време ще продължи
- ☐ Завършвам всяко посещение с изрично изразена благодарност и покана за обратна връзка



РАЗДАВАТЕЛЕН МАТЕРИАЛ 6 — КАРТА НА ПАРТНЬОРИТЕ И ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

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

ЧАСТ А — МОЯТА КАРТА НА ПАРТНЬОРИТЕ

Наименование на фирмата + какво предлагат	Категория + Защо нашите посетители се припокриват
1.	Категория: ☐ Настаняване ☐ Храна ☐ Дейности ☐ Входна точка Припокриване:
2.	Категория: ☐ Настаняване ☐ Храна ☐ Дейности ☐ Входна точка Припокриване:
3.	Категория: ☐ Настаняване ☐ Храна ☐ Дейности ☐ Вход Припокриване:
4.	Категория: ☐ Настаняване ☐ Храна ☐ Дейности ☐ Вход Припокриване:
5.	Категория: ☐ Настаняване ☐ Храна ☐ Дейности ☐ Вход Припокриване:

ЧАСТ Б — МОЕТО ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

Моят приоритетен партньор (име + какво предлага):

Защо го избрах (защо има припокриване между нашите посетители?):

Моето съобщение от едно изречение, което ще им изпратя тази седмица:



Единственото нещо, което ще направя преди петък, за да започна това партньорство:

ОБЩО СПОРАЗУМЕНИЕ ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО (по избор — една страница)

Въпрос	Нашият отговор
Какво прави всяка от страните?	Ферма А (моята ферма): Ферма/фирма Б (партньор):
Как си препращаме посетителите един на друг?	
Има ли разпределение на таксите или става въпрос за обмен?	
Как ще разрешаваме евентуални разногласия?	
Кога преразглеждаме това споразумение?	Дата: _____