

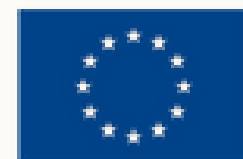


AgriVet Tourism

AgriVET Tourism

**Насърчаване на устойчивия агротуризм
чрез професионално образование и
обучение за развитие на селските райони**

Референтен номер на проекта: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union

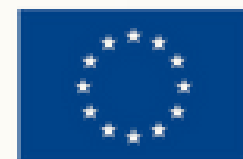


AgriVet **Tourism**

Добре дошли в Модул 5

„Туризмът“ в агротуризма

Преживяване на посетителите, гостоприемство и
партньорства с местната общност



Co-funded by
the European Union



AgriVet Tourism

Учебни цели

След завършване на този модул обучаващите се ще могат:



- Да създадат структурирано преживяване за посетителите, като използват 4-стъпковия план



- Да разказват историята на своето стопанство по естествен начин и да прилагат основните принципи на гостоприемството



- Да изградят мрежа от местни партньори и да изготвят предложение за сътрудничество





AgriVet Tourism

ОСНОВНИ ТЕМИ

Този модул е разделен на три тематични урока:



**Урок 1: Проектиране на
преживяването на посетителите**

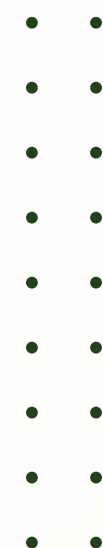


**Урок 2: Разказване на истории,
гостоприемство и ангажиране на
посетителите**



**Урок 3: Партньорства с общността и
кооперативен маркетинг**

Всяка единица разглежда конкретен пропуск в уменията, често срещан сред операторите в агротуризма, и включва реални примери, практически упражнения и конкретни резултати.





AgriVet **Tourism**

Урок 1

Създаване на основно дигитално присъствие



- Фермерска дейност, структурирана за посетител — с име, цена и 4 стъпки — представлява преживяване, което може да се резервира.
- Обхваща: структурата от 4 стъпки, форматите за посетители, Плана за преживяване.
- Резултат: завършен план за преживяването на посетителя

Пример

- Проектирайте преживяването на посетителите
- Преживяването вече съществува във вашата ферма. Липсват само структура, име и цена. И трите могат да бъдат добавени за един следобед.





AgriVet **Tourism**

Къде е проблема?



- Селскостопанските дейности се извършват, но нямат име, цена или определена продължителност
- Операторите искат твърде ниска цена — или изобщо не искат — за организирания преживявания
- Посетителите пристигат, разглеждат набързо и си тръгват бързо
- Няма задачи за въщи, няма ясно приключване, не е създаден отчет

[Бележки / Пример]

Един пчелар от Пиерия години наред организираше неформални обиколки — развеждаше посетителите из кошерите и продаваше мед. След като структурира 60-минутно преживяване, той започна да взема 22 евро на човек. Същата дейност. Нов продукт.





AgriVet Tourism



Основни понятия: Структура на преживяването в 4 стъпки

- Стъпка 1 — Посрещане и създаване на атмосфера: поздравете по име, обяснете какво ще се случи
- Стъпка 2 — Дейността: практическа работа — берете, пресовате, разбърквате, дегустирате, засаждайте, изработват
- Стъпка 3 — Обяснението: разкажете историята зад продукта, докато работите
- Стъпка 4 — Заключение: дегустация, подарък за вкущи, искрено благодарност, покана за отзив

[Бележки / Пример]

Идеални формати: „направи и вземи“, събиране на реколта с водач, демонстрация на производството с участието на гостите, трапеза на фермата. Идеална продължителност: 60–90 минути. Планирайте за 60 души, очаквайте 75.



Как да ги приложите в практиката?



AgriVet Tourism



Планът за преживяването на посетителите

Какво да попълните

- Наименование на преживяването: конкретно от гледна точка на посетителя — не „посещение на ферма“
- Продължителност: общо в минути, реалистична и конкретна
- Размер на групата: оптимален 6–10 души, максимум 15
- Цена на човек: минимална цена, базирана на разходите, плюс надбавка за добавена стойност
- Начин на резервация: WhatsApp, имейл, Google Form или платформа за резервации

[Бележки / Пример]

Ферма за сирене близо до Флорина: 75-минутна обиколка, посрещане с прясно сирене, гостите пресоват и осоляват малко сирене, дегустационна табла, сиренето, което са направили, си го вземат за вкъщи. Цена: 25 евро на човек.





AgriVet **Tourism**

Как да ги приложите в практиката?



- Намерете една дейност, която вече се извършва във вашата ферма.
 - Дайте ѝ конкретно име от гледна точка на посетителя.
 - Определете продължителност (60–90 мин.), размер на групата (макс. 8–10 души) и цена.
 - Опишете 4-те стъпки: Посрещане, Дейност, Обяснение, Заключение.
- [Бележки / Пример]
- За ценообразуването: изчислете разходите плюс времето си, след което определете цена според предоставената стойност — а не само според разходите. Вашето време, знания и гостоприемство имат реална стойност. Повечето оператори откриват, че са подценявали значително цените си.





AgriVet Tourism

Какво да правим и какво да не правим?

Проектиране на преживявания за посетителите



- ПРАВИЛО: Започнете с това, което вече имате — то вече се намира във вашата ферма
- ПРАВИЛО: Дайте конкретно име на вашето преживяване — конкретността привлича подходящите посетители
- ПРАВИЛО: Винаги включвайте нещо, което посетителите да отнесат у дома — физически сувенир от преживяването
- НЕ ПРАВЕТЕ: Не чакайте нови съоръжения — преживяването вече съществува, просто се нуждае от структура

[Бележки / Пример]

Преживяванията от типа „направи и вземи“ получават оценки с 0,4–0,8 точки повече от дейностите, които са само за наблюдение. Посетителите, които създават нещо, са значително по-склонни да купят и продукти, преди да си тръгнат.





AgriVet **Tourism**



Примери от Гърция и Италия



- Гърция — ферма за шафран близо до Козани:
 - „Сутрешен шафран“ — 60 минути събиране на реколта + отделяне на близалцата + етикетирана проба, 28 евро, изчерпва се всяка сутрин
- Италия — Ферма за сирене в Калабрия:
 - „Сирене от нулата“ — гостите сами приготвят и пресоват сирене, което могат да отнесат у дома, 75 минути, 25 евро

[Бележки / Пример]

Фермата за шафран, билките и сиренето имаха една и съща отправна точка: дейност, която вече се извършваше, очарователна за посетителите, но без име, без цена, без структура. Добавянето на тези три неща създаде продукт.





AgriVet **Tourism**

Най-добри практики



- Работилница за билки и къща за гости, Централна Македония, Гърция
- Предизвикателство: посетителите пристигаха, разглеждаха набързо и си тръгваха — нямаше нищо, което да ги задържи
- Решение: 75-минутен уъркшоп за билки със структура от 4 стъпки, 20 евро, максимум 8 гости

[Бележки / Пример]

- Резултат: 34 резервации за работилницата | 680 евро приходи + 18 евро средни продажби на продукти на посетител
- Препоръки за къщата за гости: 12 от 34 резервации | Оценка в Google: 4,9/5
- Ключ: структурата превръща любопитството в приходи





AgriVet **Tourism**

Практическо упражнение

- Създайте едно структурирано преживяване, което може да се резервира, като използвате това, с което вече разполагате
- Резултат: План за преживяване на посетителя — име, продължителност, размер, цена, 4 стъпки, поука, резервация
- 25 минути (20 мин. работа + 5 мин. обсъждане)
- Участници: използвайте реална дейност, която вече предлагате неофициално.

[Бележки / Пример]

- Обобщение: двама или трима участници описват преживяването си за 60 секунди — име, какво правят посетителите, какво си отнасят за вкъщи, цена. Обратна връзка от групата: „Какво би ви накарало да резервирате това?“
- Често срещана трудност: ценообразуването. Попитайте: „Колко дълго? Колко души? Какво си отнасят за вкъщи? Каква е вашата почасова тарифа?“



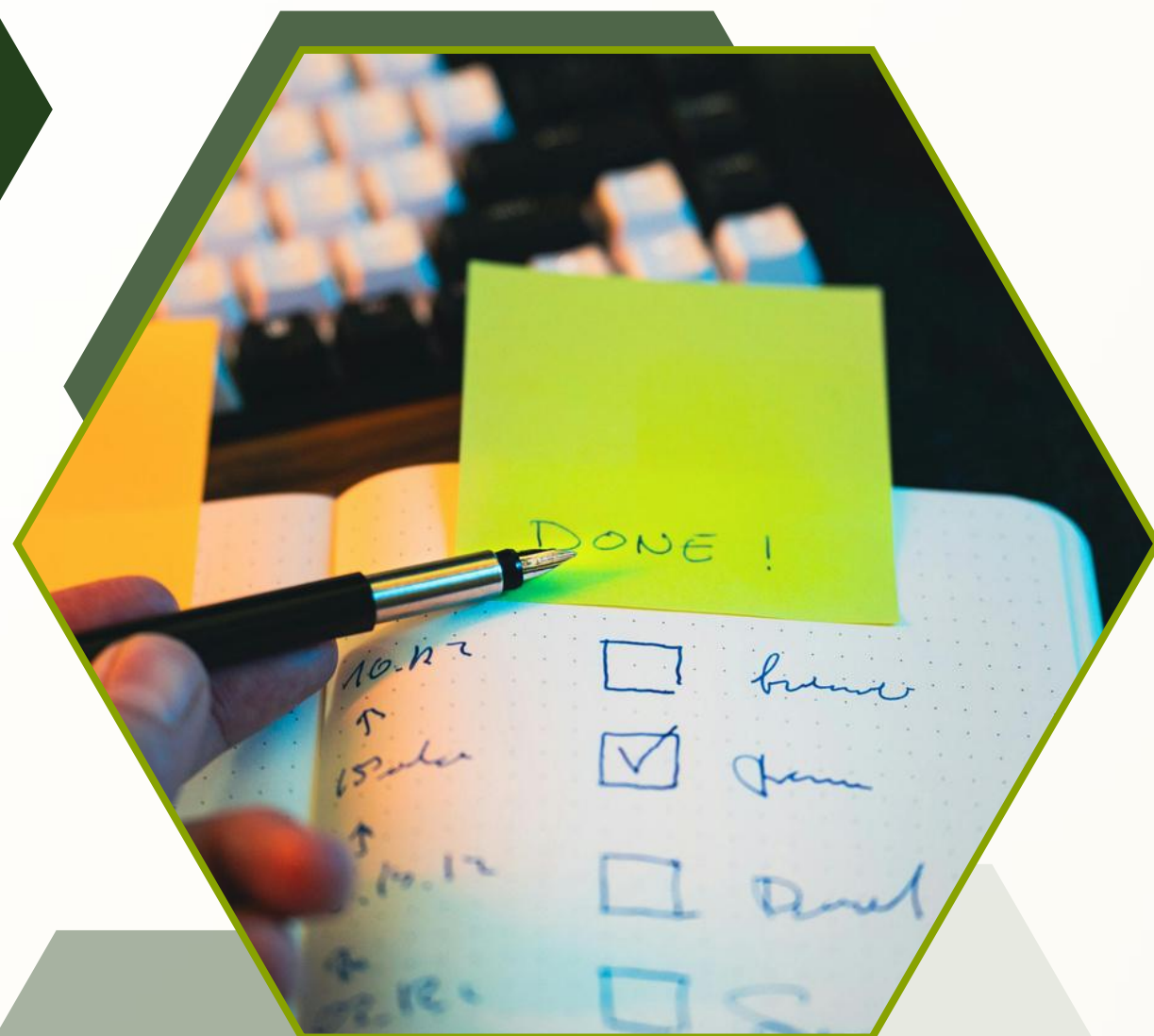


AgriVet Tourism



Практическо упражнение

- Направете преглед на настоящото си дигитално присъствие — определете основните пропуски
 - Резултат: Чеклист за дигиталния профил — какво е направено и какво липсва
 - 20 минути (15 мин. работа + 5 мин. обсъждане)
 - Участници: използвайте вашия реален бизнес.
-
- Обсъждане: всеки споделя най-големия си пропуск и едно първо действие, което ще предприеме тази седмица.
 - Често срещано заключение: липсва профил в Google, липсват снимки, липсват отзиви — почти винаги.
 - Някои ще открият нерегистриран профил — помогнете им да го регистрират на живо по време на сесията.





AgriVet **Tourism**

Урок 2: Разкажете своята история и посрещнете гостите си



• Проблемът в агротуризма рядко е свързан с качеството — той е в комуникацията и гостоприемството.

• Теми: рамката на историята на фермата, основи на гостоприемството, как да водиш обиколка на фермата.

• Резултат: завършена „История на фермата“ и карта с указания за екскурзовода

[Бележки / Пример]

• Разкажете историята си и посрещнете гостите си

• Първите 5 минути и последните 5 минути от всяко посещение оказват непропорционално голямо влияние върху това, което гостите запомнят и което пишат в отзивите си.





AgriVet **Tourism**



Къде е проблема?



- Фермерите познават фермата си много добре, но им е трудно да я обяснят по прост и сърдечен начин
- Липса на писмена история на фермата = различна версия при всяко посещение = липса на силно впечатление
- Екскурзията се води по инстинкт = непостоянно качество в зависимост от деня
- Липса на целенасочено приключване = липса на отзиви, липса на продажби на продукти, липса на повторни резервации

[Бележки / Пример]

На един лозар беше поискано да опише стопанството си за една минута. Той говори десет минути и все пак не успя да обясни защо посетителите трябва да изберат именно него. След като написа история от три изречения — посетителите започнаха да я цитират в отзивите си.





AgriVet **Tourism**



Основни понятия / Историята

- Историята на фермата отговаря на въпросите: защо съществува тази ферма, какво произвежда, защо е важна?
- Произход: откъде идва фермата? Кой я е основал? От колко време съществува?
- Продукт и метод: какво произвеждате? Какво е специалното или различното в него?
- Защо е важно: защо тази дейност е важна за вас?

[Бележки / Пример]

Пример: „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.“ Човек, място, причина. Напълно запомнящо се.





AgriVet **Tourism**



Как да приложите това на практика?

Основи на гостоприемството и как да проведете обиколка на фермата

- Излезте навън, за да посрещнете посетителите при пристигането им — фермерът, който излиза да ги посрещне, създава усещане за гост
- Предложете нещо веднага — дегустация или напитка дава начало на сетивното преживяване
- Използвайте името им поне веднъж по време на посещението
- Кажете им какво ще се случи и колко време ще продължи — посетителите, които знаят какво да очакват, се отпускат
- Завършете с искрено благодарност и покана за обратна връзка

[Бележки / Пример]

Структура на обиколката: 3–5 спирки, като на всяка има по едно нещо за гледане или докосване, по едно нещо за дегустация или помирисване и по едно изречение за запомняне. Задавайте въпроси между спирките, вместо да говорите непрекъснато.





AgriVet **Tourism**



Как да приложите това на практика?

- Опишете историята на вашата ферма в 3 изречения: произход, продукт, защо е важна.
- Прочетете я на глас на член от семейството си — пренапишете всичко, което ви звучи странно.
- Планирайте обиколката: 3–5 спирки, по един момент за възприемане с сетивата и по едно изречение на всяка спирка.
- Проверете списъка с гостоприемството: посрещане отвън, незабавно предложение, име, покана за отзив.

[Бележки / Пример]

Историята за фермата не се запомня наизуст. Тя се репетира, докато не започне да звучи напълно естествено. Обикновено това отнема 5–7 повторения. Към петия път тя вече ви се струва като ваша собствена — а посетителите започват да ви я цитират.





AgriVet **Tourism**



Какво да правим и какво да не правим



- ПРАВИЛО: Напишете историята за вашата ферма и я репетирайте на глас, докато звучи естествено
- ПРАВИЛО: Посрещайте посетителите отвън и ги наричайте по име — първите 30 секунди определят тона
- ПРАВИЛО: Завършвайте всяко посещение с ясна покана — да преразгледат, да купят, да се върнат или да доведат приятел
- НЕ ПРАВЕТЕ: Не импровизирайте историята за фермата си всеки път — непоследователността обърква посетителите

[Бележки / Пример]

Проучване сред европейските платформи за агротуризм: основната причина за отрицателните отзиви е объркването относно това, какво е включено в цената — а не качеството или цената. Ясната комуникация преди и по време на посещението не струва нищо, а подобрява преживяването.





AgriVet **Tourism**

Примери от Гърция и България



- Гърция — Производител на зехтин, Халкидики:
- Историята на фермата, съкратена до 3 изречения — посетителите постоянно я цитират в отзивите си
- България — Розова ферма, Казанлък:
- Обиколка с четири спирки и разказ в дестилационната зала — средна оценка в отзивите 4,9/5

[Бележки / Пример]

Посетителите, които получават лично приветствие, адресирано по име, оставят отзиви, които са средно с 15–20 % по-дълги и с 12 % по-положителни от тези на посетителите, които не получават такова приветствие. Цената на това приветствие: нула.





AgriVet Tourism



Най-добри практики

- Ферма за билки и къща за гости, Централна Македония, Гърция
- Предизвикателство: посетителите се разхождаха безцелно и си тръгваха — нямаше история, нямаше структура, нямаше целенасочено гостоприемство
- Решение: история на фермата в 3 изречения + обиколка с 4 спирки + списък за гостоприемство

[Бележки / Пример]

- Резултат: продължителност на посещението от 20 до 75 минути | продажбите на продукти на посещение се удвоиха | от 0 до 14 рецензии в Google за един сезон
- Ключ: писмената история на фермата осигурява последователност — посетителите чуват една и съща версия всеки път





AgriVet **Tourism**

Практическо упражнение



- Напишете историята на вашата ферма и планирайте екскурзия с екскурзовод, която да накара посетителите да се почувстват добре дошли
- Резултат: История на фермата и карта за екскурзовод — история от 3 изречения, 3–5 спирки по маршрута, списък за гостоприемство
- 20 минути (15 мин. работа + 5 мин. споделяне)
- Водещи: погрижете се историята да бъде написана и последователна.

[Бележки / Пример]

Обсъждане: двама участници четат на глас историята за своята ферма. Групата: „С коя дума бихте описали как се почувствахте?“ Думите почти винаги са: топло, любопитно, гладно, истинско, свързано. Това е ефектът на историята за фермата.





AgriVet **Tourism**

Урок 3: Изграждане на местни партньорства и съвместно промотиране



- Посетителят, който идва за 90 минути, също се нуждае от място, където да пренощува, да се нахрани и да прави и други неща.
 - Теми: набелязване на партньори, създаване на съвместни оферти, прости споразумения за сътрудничество.
 - Резултат: попълнена карта на партньорите и план за сътрудничество
- [Бележки / Пример]**
- Изграждане на местни партньорства и съвместно промотиране
 - Посетителите, които взаимодействат с три или повече местни фирми, харчат с 40% повече на ден. Всяко насочване към партньор удължава престоя им.





AgriVet **Tourism**

Къде е проблема?



- Повечето оператори познават местните конкуренти, но никога не са проучвали кои от тях биха могли да им изпратят посетители
- Липсва система за препращане — посетителите си тръгват след 90 минути и прекарват остатъка от деня другаде
- Всеки оператор сам по себе си е твърде малък, за да привлече посетители отвън района
- Липса на сътрудничество — няма съвместни оферти, няма споделено присъствие, няма обща история

[Бележки / Пример]

Трима оператори в близост до Науса — винарна, плодова ферма и местен ресторант — започнаха да се препоръчват взаимно с помощта на печатна визитка. В рамките на един сезон 30% от посетителите на винарната бяха дошли от плодовата ферма. Без маркетингов бюджет. Само с едно парче хартия.





AgriVet **Tourism**



Основни понятия / Партньорства и съвместни оферти

- С кого да си сътрудним: места за настаняване, заведения за хранене, занаятчий, екскурзоводи, входни точки за посетители
- Съвместна оферта: „Покажете тази карта в ресторанта за 10% отстъпка“ — това вече е партньорство
- Споразумение за сътрудничество: 4 въпроса — какво, как да се насочват клиенти, разпределение на приходите и спорове
- Карта на маршрута: една печатна карта с всички партньорски обекти — минимално необходимият инструмент

[Бележки / Пример]

Писменото споразумение — дори и неофициално — предотвратява недоразуменията и прави партньорството по-трайно от устната договореност.





AgriVet **Tourism**



Как да приложите това на практика?

- 5 стъпки за създаване на местно партньорство

- Стъпка 1: Карта — избройте 5–10 местни фирми, които обслужват същите посетители като вашата ферма
- Стъпка 2: Определете приоритети — изберете 2–3 партньора, чиито посетители най-много се припокриват с вашите
- Стъпка 3: Предложение — едно конкретно и просто съобщение: „Мисля, че нашите посетители се припокриват“
- Стъпка 4: Договорете се — запишете какво ще прави всеки партньор, обменете материали
- Стъпка 5: Активиране — поставете визитката им на рецепцията си, публикувайте пост за тях този месец

[Бележки / Пример]

Ферма за билки и местна таверна създадоха оферта „Сутрешен и обяд с билки“: 60-минутен уъркшоп, последван от обяд от три ястия, приготвен с билки, набрани същата сутрин. 35 евро на човек, разпределени между двамата оператори. Сега това е преживяването с най-много отзиви в района.





AgriVet **Tourism**



Как да приложите това на практика?

- Направете списък с 5 местни фирми, които биха могли да ви изпратят посетители или да създадат по-богата оферта заедно с вас.
- Изберете партньора с най-висок приоритет — чии посетители най-вероятно биха харесали вашата ферма?
- Напишете едно изречение, което да им изпратите тази седмица: „Ще поставя вашата визитка на моята маса за посрещане, ако вие поставите моята на вашата.“
- Напишете споразумението — дори и само на една страница — и определете среща за преглед след 30 дни.

[Бележки / Пример]

Ферма за билки и местна таверна: 60-минутен урок по билки, следван от обяд с билки, набрани същата сутрин. 35 евро на човек, разпределени между двамата оператори. Нито един от тях не би могъл да предложи това сам. Заедно: най-коментираното местно преживяване в Google.





AgriVet **Tourism**



Какво да правим и какво да не правим?



- ПРАВИЛО: Започнете с най-простото сътрудничество — обменяйте визитки и препоръчайте се устно
- ПРАВИЛО: Избирайте партньори, чиито посетители се припокриват с вашите
- ПРАВИЛО: Записвайте дори неформалните споразумения — една страница предотвратява недоразуменията
- НЕ ПРАВЕТЕ: Не чакайте официално споразумение или съвместен уебсайт — най-добрите партньорства започват с един телефонен разговор

[Бележки / Пример]

Мрежа от шест оператори в Халкидики: всеки държи визитките на останалите на рецепцията, публикува постове за всеки от тях веднъж месечно и се уведомява взаимно, когато е напълно запълнен. Една страница. Нулеви правни разходи. Все още действа пет години по-късно.





AgriVet **Tourism**



Примери от Гърция и България



- Гърция — Селски маршрут край Науса:
- Винарна, ябълкова градина, производител на мед, производител на сирене — раздадена карта на маршрута, броят на посетителите във всичките четири обекта се е увеличил
- България — Къща за гости близо до Банско:
- Екскурзовод за пешеходни маршрути плюс работилница за занаяти плюс къща за гости — и трите отбелязаха увеличение на резервациите в рамките на един сезон

[Бележки / Пример]

Посетителите, които ползват услугите на три или повече местни бизнеса по време на пътуването си, харчат с 40% повече на ден в сравнение с тези, които посещават само един. Всяко препоръчване, което правите към партньор, удължава престоя на посетителя.





AgriVet Tourism



Практическо упражнение

- Направете карта на местната си партньорска мрежа и изгответе едно конкретно предложение за сътрудничество
- Резултат: Карта на партньорите — 5 местни партньора по категории — плюс едно писмено предложение за сътрудничество
- 20 минути (15 мин. за изготвяне на картата + 5 мин. за споделяне)
- Попълнете картата на партньорите, след което напишете едно изречение, което бихте могли да изпратите тази седмица.

[Бележки / Пример]

- Обобщение: всеки участник посочва своя приоритетен партньор и прочита предложението си от едно изречение. „Бихте ли могли да го изпратите тази седмица? Какво ви пречи?“
- Забележка за учителя: ако участниците са от един и същ район, обърнете внимание на това. Залата за обучение вече представлява потенциална мрежа за партньорство.





AgriVet Tourism

ОСНОВНИ ИЗВОДИ



3 шаблона, които можете да вземете още днес:

1. План за преживяването на посетителите

- едно преживяване, което може да се резервира и е готово за провеждане

2. Историята на фермата и карта за екскурзовод

- вашата история + 3–5 спирки + списък с гостоприемни места

3. Карта на партньорите и план за сътрудничество

- 5 партньора, отбелязани на картата + предложение, готово за изпращане





AgriVet Tourism

Самооценка

- Бихте ли могли да приложите плана си за преживяването на посетителите този месец — какво трябва да се случи първо?
- С какво историята за фермата, която написахте днес, се различава от версията, която разказахте преди?
- Помислете за последния посетител, който си тръгна — посрещнахте ли го навън? Помолихте ли го да остави отзив?
- Кой е местният бизнесмен, на когото трябва да се обадите тази седмица — и какво бихте му предложили?
- Ако един посетител прекара цял ден във вашия район, фермата ви част ли е от този маршрут?



AgriVet **Tourism**



Благодаря за вниманието!



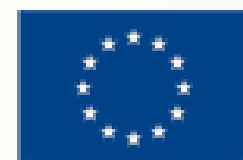


AgriVet **Tourism**

AgriVET Tourism

**Насърчаване на устойчивия агротуризм
чрез професионално образование и
обучение за развитие на селските райони**

Референтен номер на проекта: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union