



Работна тетрадка

за

**обучение на музейни работници по проект
„Приказката на килима: Създаване и първоначално
маркетингане на нов трансграничен туристически продукт,
свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните
споделени килимарски традиции“**



Настоящата работна тетрадка в изготвена за целите на обучението на музейни работници по проект “ПРИКАЗКАТА НА КИЛИМА: Създаване и първоначално маркетиране на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции“, в изпълнение на договор № СВ007.2.12.121 г., като част от програмата за трансгранично сътрудничество Interreg България-Сърбия.

The project is co-funded by EU through the Interreg-IPA CBC Bulgaria–Serbia Programme

This publication has been produced with the assistance of the European Union through the Interreg-IPA CBC Bulgaria-Serbia Programme, CCI No 2014TC16I5CB007. The contents of this publication are the sole responsibility of the partners (International Business School, Chiprovtsi History Museum and Piroth Museum of Ponishavlje) of the project and can in no way be taken to reflect the views of the European Union or the Managing Authority of the Programme.

Проект „ПРИКАЗКАТА НА КИЛИМА: Създаване и първоначално маркетиране на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции“



ПРАКТИЧЕСКИ ЗАДАЧИ

1. Event marketing-ът като метод за популяризиране на новия трансграничен продукт „Приказката на килима“

Помислете за събитие на национално ниво, с което ще можете да популяризирате новия туристически продукт „Приказката на килима“, като следвате стъпките, представени от обучителите по време на обучението.

1) Определяне на целите на събитието -

.....

2) Фиксиране на бюджет за събитието –

.....

3) Избор на дата и място на провеждане –

.....

4) Изготвяне на програма за събитието –

.....

.....

5) Разговори с доставчици и партньори –

.....

Проект „ПРИКАЗКАТА НА КИЛИМА: Създаване и първоначално маркетингово на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции“



.....
.....
6) Отправяне на предложение към спонсори –

.....
.....
7) Популяризиране на събитието –

.....
.....
8) Продажба на билети –

.....
.....
9) Изготвяне на план за действие при извънредни ситуации –

.....
.....
10) Делегиране -

2. Целеполагането, като основа на всяка нова дейност, вкл. като основа на работилниците в музеите и всички други дейности и събития, свързани с популяризирането на новия трансграничен туристически продукт „Приказката на килима“

Проект „ПРИКАЗКАТА НА КИЛИМА: Създаване и първоначално маркетинг на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции“



SMART модел за целеполагане:

S (specific) - Специфична

M (measurable) - Измерима

A (accepted) – Приета от хората, които ще работят по целта

R (realistic) - Реалистична

T (time bound) – Времево ориентирана, с краен срок за изпълнение

Моля разпишете цел, свързана с работилниците, които ще се провеждат в музеите, или свързана като цяло с управлението и маркетинга на „Приказката на килима“, следвайки SMART модела.

S -

M -

A -

R -

T -

3. Партньорството с инфлуенсъри като модерна и ефективна възможност за маркетинг на новия туристически продукт „Приказката на килима“

Помислете и разпишете идеи за партньорство и кампании с инфлуенсъри, като имате предвид информацията и примерите за работа с инфлуенсъри, представени от обучителите, или опишете/представете конкретни инфлуенсъри, с които бихте могли да си партнирате за целите на маркетинга на „Приказката на килима“.

.....
.....
.....
.....
.....



.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Канали и инструменти за дигитален маркетинг за целите на „Приказката на килима“

Помислете и предложете идеи за няколко примерни публикации за Facebook и/или Instagram или разпишете 3 теми за статии в блога на „Приказката на килима“.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



МЯСТО ЗА ЗАПИСКИ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

МЯСТО ЗА ЗАПИСКИ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

МЯСТО ЗА ЗАПИСКИ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

МЯСТО ЗА ЗАПИСКИ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

МЯСТО ЗА ЗАПИСКИ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....