



Работна тетрадка

за

обучение на занаятчии 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“**



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School



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 е изготвена за целите на обучението на занаятчии 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”**, 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 Pirot 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 маркетингане на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции”***



ПРАКТИЧЕСКИ ЗАДАЧИ

1. Buyer personas като средство за по-добро опознаване на туристите, потребители на новия трансграничен продукт „Приказката на килима“

Buyer personas представляват полуизмислено, обобщено представяне на потенциалните потребители на новия туристически продукт „Приказката на килима“, като се отчитат демографските данни, целите, мотивите и предизвикателствата, пред които те са изправени.

Моля попълнете полетата по-долу с информация за избраната от Вас buyer persona.

Име:

Пол: Жена / Мъж

Възраст:

Местоживееене:

Език/езици:

Семеен статус:

Деца:

Ниво на образование, специалност:

.....

Сфера/индустрия на работа:

Настояща позиция:

Мечтана позиция:

Финансово положение:

Интереси:

Дейности в свободното време, развлечения, хобита:

.....

Ценности:

Хора, на които държи:



Онлайн и традиционни източници на информация за продукти и услуги:

Начини за събиране на препоръки и мнения за продукти и услуги:

Предпочитани устройства:

Предпочитан начин на пътуване:

Предпочитани дейности/преживявания по време на пътуване:

**2. Привличането на туристи, потребители на новия туристически продукт
„Приказката на килима“ към трансграничната дестинация Чипровци-Пирот**

Помислете за дейности, свързани с килимарското изкуство, културата и бита на региона Ви, които биха били интересни за buyer persona-та, описана в задача 1, като имате предвид представената от обучителите материя по отношения на събитията, както и концепцията за новия трансграничен туристически продукт „Приказката на килима“.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



3. Традиционният маркетинг и „Приказката на килима“

Помислете за идеи и възможности за популяризиране на новия трансграничен туристически продукт „Приказката на килима“ и килимарското изкуство с помощта на представените и обсъдени методи и канали на традиционния маркетинг. Препоръчително е идеите да са пряко свързани и/или осъществими от Вас самите.

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

4. Неформалното обучение като част от преживяването на туристите

Помислете в какви конкретни ситуации, в кои част от работилниците и/или с какви туристи бихте използвали представените от учителите игри и методи на неформалното обучение. Напишете няколко примера.

Допълнително: При желание може да помислите и да дадете идея за игра (от представените или измислена от Вас), която според Вас би била подходяща за създадената в задача 1 buyer persona.

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



.....

.....

.....

.....

5. НЛП (невро-лингвистичното програмиране) като част от общуването с туристите и представянето на „Приказката на килима“

Преход на езика в различните репрезентативни системи

Визуални	Аудиални	Кинестетични	Полимодални
осветявам	обсъждам	усещам	обмислям
да покажа	да обясня	да измъкна, да извадя	да демонстрирам
да съм празен	да съм безмълвен	да съм опустошен	да отсъствам
да се вглеждам	да се вслушвам	да преследвам, да държа (на нещо)	да бъда настойчив
сияя	да звучи	вибрирам	да съм възбуден
блед, неясен	еднозвучен	безвкусен	обикновен
показен	оглушителен	поразителен	привличащ
изпускам от очи	не чувам	не усещам	игнорирам
показвам	разказвам	давам да се усети/ почувства	излагам
представям си образ	преговарям	да си изкарам от паметта	спомням си
сляп	глух	безчувствен	лишен от усет
да разгледаме	да обсъдим	да премерим	да обмислим

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



Определяне на модалностите

Моля подчертайте изразите и предикатите, които определят репрезентативната система в текста и я определете. След това може да замените подчертаните изрази, за да направите текста в друга модалност или да го направите неутрален.

„Ала когато Заекът важно извади часовник от джоба на жилетката си, погледна го и пак забърза, Алиса скочи на нозе; мина ѝ като светкавица през ума, че никога по-рано не бе виждала заек да носи жилетка или часовник; пламнала от любопитство, тя се затича след него през полето и успя да види как той се спусна в една голяма заешка дупка.

Веднага Алиса се спусна подире му, без да помисли дори как ще излезе от там.

Заешката дупка вървеше донякъде направо, като тунел, а после неочаквано тръгваше надолу – тъй неочаквано, че докато се усети, Алиса не видя как падна в нещо, което приличаше на много дълбок кладенец.

Тоя кладенец или беше много дълбок – или тя падаше толкова бавно, че имаше време да се оглежда и чуди какво ли ще ѝ се случи след това. Първом тя се опита да погледна надолу, да види накъде пада, но под нея беше тъй тъмно, че нищо не се виждаше. После погледна стените на кладенеца и забеляза по тях шкафове и лавици за книги. Тук-там видя географски карти и картини, окачени на гвоздеи. Както минаваше, тя взе един буркан от една лавица. На него беше написано: „портокалово сладко“. Но за нейно голямо разочарование беше празен. Тя не искаше да пусне буркана, за да не убие някого долу, и както падаше, успя да го сложи на друга лавица.“

Доминираща репрезентативна система в текста:



6. Целеполагането, като основа на всяка нова дейност, вкл. като основа на работилниците в музеите

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, следвайки SMART модела.

S -

M -

A -

R -

T -

7. Презентационните умения като основа при представянето на „Приказката на килима“ и трансграничната дестинация Чипровци-Пирот

Моля разпишете послание или примерен кратък сценарий за презентация, насочен към buyer persona-та, която създадохте в задача 1, като използвате елементите, представени по време на обучението.

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



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. Споделяне на преживяването от страна на туристите

Помислете и напишете идеи за композиции за снимки с туристите по време на работилниците и/или сценарии за кратко видео между 20 и 30 секунди. Тези идеи ще могат да се приложат и по време на Фестивала на Чипровския килим и други събития, които трансграничните партньори отганизират в бъдеще.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ПОЛЕЗНА ЛИТЕРАТУРА

Език на тялото

Алън Пийз и Алън Гарнър: „Език на тялото. Скрития смисъл на думите.“

Алън Пийз и Барбара Пийз „Най-новата книга за езика на тялото“

НЛП и техники на убеждаване

Ричард Бандър „Трансформации“

Антъни Робинс „Неограничена власт“

Пол Екман „Излъжи ме, ако можеш“

Комуникация

Дейл Карнеги „Как да печелим приятели и да влияем на другите“

Други

.....

.....

.....

.....

.....

