

JAK przyciągnąć EKOTURYSTÓW do naszego przedsięwzięcia ekoturystycznego?

*Czyli wizerunek i grupa docelowa
w ekoturystyce*





- Kim jesteśmy/nasz wizerunek
- Jaka jest nasza grupa docelowa
- Jakimi metodami kształtować wizerunek i komunikować się z grupą docelową

?



Kim jesteśmy- jaki wizerunek

Jesteśmy grupą lokalnych przedsiębiorców, gospodarzy i artystów, którzy zdecydowali się na wspólne działanie zgodne z zasadami ekoturystyki.

Jaki wizerunek chcemy mieć?

Ekoturystyka - to wzbogacające doświadczenia z naturą i kulturą, organizowane przez odpowiedzialnych przedsiębiorców dbających o przyrodę, swoich gości oraz lokalną społeczność, której są częścią.

Jaki wizerunek chcemy mieć?

Odwiedzając nas, spotkacie **ciekawych** ludzi, **pasjonatów**, którzy kochają swoją pracę, szanują środowisko naturalne, propagują kulturę i starają się dostarczyć gościom niezapomnianych wrażeń, nowych przeżyć i wzbogacającej wiedzy. Wybierając obiekty sieci, nie tylko spędzicie wspaniałe wakacje, ale macie pewność, że wspieracie działania proekologiczne, lokalną kulturę i gospodarkę.

Jak jeszcze chcemy być postrzegani?

- jako rzetelni i godni zaufania
- oferujący dobrą jakość za przystępną cenę
- przyjaźni dla ludzi i otoczenia
- dbający o środowisko
- kompetentni
- zabawni i mający poczucie humoru
- kulturalni.....?????.....

Co buduje nasz wizerunek?

- informacja na stronie sieci
- informacja na stronach obiektów
- oznakowanie w obiektach i w terenie
- materiały papierowe- ulotki itp.
- informacja przekazywana przez gości innym
- estetyka obiektów i otoczenia
- informacja na stronach gmin, urzędów, GCI itp.

Co buduje nasz wizerunek?

- rzetelność informacji
- szybkość, sprawność i rzetelność komunikacji zewnętrznej (np. odpisywanie na mejle)
- zgodność działań z głoszonymi zasadami
=czy na pewno chcesz żeby twój obiekt był promowany jako ekoturystyczny?
Jeżeli tak zadbaj o szczegóły!

Co jeszcze buduje nasz wizerunek?

-dostępność

-jakość naszych gości

-MY i NASZE ZACHOWANIE

WZGLĘDEM GOŚCI I SIEBIE SAMYCH

-.....

Nasza grupa docelowa

- Kim są ekoturysty?

Wczoraj

Dziś

Opanuj rynek

- Ekoturysta- kiedyś bogacz szukający luksusów w dżungli lub tramp z plecakiem...
- Dzisiaj oferta ekoturystyczna adresowana jest do różnych grup docelowych, i różnych budżetów- większość znajdzie w niej coś dla siebie. Ekoturysty to już NIE JEST MNIEJSZOŚĆ



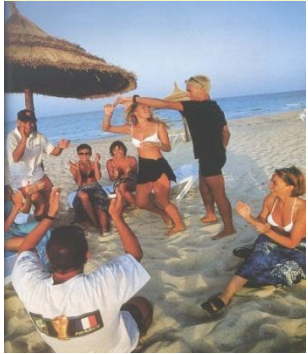
**Czy to naprawdę
Twoja grupa docelowa?**

Grupy docelowe

- Rodziny z dziećmi
- Młodzież, grupy szkolne
-
-
- Grupy zorganizowane
- Studenci
- Seniorzy
- Single
- Wędrowcy
- Poszukiwacze przygód
- Uciekinierzy z miast
- Firmy, itd..

Grupy - typologia

Zabawa & Rozrywka



- Zabawa
- Emocje
- Nowe wrażenia
- Otoczenie
- Przyjaźnie
- Widowiskowy

Wartości materialne



Turysta rozważny,

- Zasady
- Zaufanie
- Lojalność
- Obowiązek
- Ekonomia
- Rodzina



Młoda rodzina



Rodzina z dziećmi

Rozwój dynamika przyszłość

Kultywowanie tradycji historii



- Indywidualizm
- Tolerancja
- Inteligentne innowacje
- Estetyka
- Współpraca

- Zasady
- Kontrola
- Hierarchia
- Honor
- Prestiż
- Komfort
- Szyk i elegancja



Wielka przygoda



Wartości niematerialne



Klasyka/kultura

Mostviertel: grupy docelowe

Zabawa & Rozrywka



Młodzi ludzie
Zima
Rowery górskie

Postęp
Dynamika
przyszłość



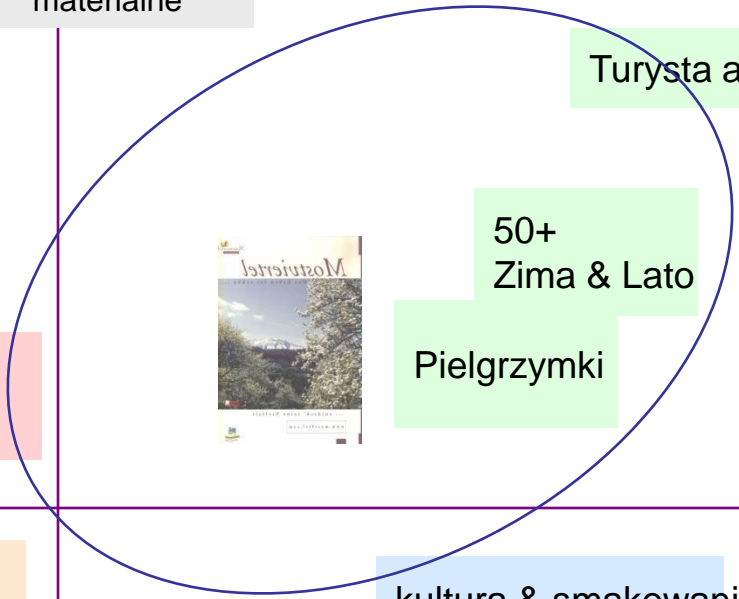
Wielka przygoda

Wartości materialne

Wartości niematerialne

rodziny

Turyści
rowerowi



Turysta rozważny



Turysta autobusowy

50+
Zima & Lato
Pielgrzymki

Kultywowanie
tradycji
historii

kultura & smakowanie
Krótkie pobyty

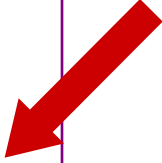
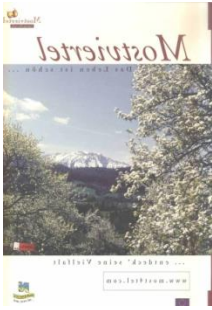
Klasyka/kultura/krótkie pobyty



Wartości materialne

Turysta rozważny

Zabawa & Rozrywka



Postęp
Dynamika
przyszłość

Kultywowanie
tradycji
historii



Wielka przygoda

Wartości niematerialne

Klasyka/kultura/krótkie pobyty

Marketing

- grupy docelowe - wybrane
 - rodziny
 - Koneserzy - poszukiwacze
 - grupy zorganizowane
- miejsca grup docelowych:
 - Warszawa
 - cały kraj
- działania:
 - ulotki
 - PR/Media
 - Sieć www
 - Sprzedaż bezpośrednia, pośrednia

Co zrobić aby nasz wizerunek/profil działania był bardzo dobry, powszechnie uznany i znany?

Co zrobić aby właściwa informacja o nas trafiła do naszej grupy docelowej?