



USAID
OD AMERIČKOG NARODA

Projekt razvoja održivog turizma u Bosni i Hercegovini (Turizam)

Upravljanje, promocija i prodaja autentičnog i uspješnog smještaja i iskustava u ruralnim sredinama

09:00 – 9:30 Uvod i predstavljanje

Uvod u radionicu, predstavljanje predavača i prisutnih učesnika sa fokusom na turističku ponudu.

9:30 – 10:30 Kako pokrenuti i izgraditi mali turistički biznis u ruralnim područjima i kako uspješno prodati turistička iskustva u ruralnim sredinama?

Uvodna sesija fokusiraće se na definisanje svih bitnih elemenata koje polaznici moraju znati kada počinju sa turističkim biznisom. Polaznici će razumjeti proces uspostavljanja turističkog biznisa u ruralnim područjima i kakve vještine su im potrebne da bi ih uspješno vodili. Takođe će biti pojašnjen pravni okvir za registraciju seoskih domaćinstva u FBiH. Sesija će uključivati predavanje o mehanici i dinamici turističke djelatnosti koja uključuje put do kupovine, motivacije za putovanja, ponašanje putnika i usklađivanje proizvoda sa tržištem; pristupi dizajniranju i razvoju proizvoda vođenih tržištem ili putnicima, kao i važnost analize ponude / potražnje i istraživanja tržišta u donošenju poslovnih odluka. O ovim temama raspravljat će se u kontekstu post Covid-19 ere.

Pretvaranje ruralnih proizvoda u nezaboravna iskustva

Dizajniranje pravog iskustva za pravog kupca tajni je recept za uspješno turističko poslovanje. Ova sesija će predstaviti kako transformirati ruralne proizvode u iskustva koja su osmišljena da ciljaju određene segmente putnika na osnovu segmentacije Explorer Quotient (EQ) kako bi se osigurale veće stope rezervacija i poboljšani prihodi.

11:00 – 12:30 Strategije određivanja cijena i B2B i B2C kanali prodaje i distribucije

Dio ove sesije je pripremiti polaznike za određivanje cijena i ciljne skupine te ih upoznati s marketinškim i prodajnim platformama. Raspravljat će se o strategijama određivanja cijena, fokusirajući se na to kako sudionici mogu odrediti cijene za offline i online kanale, uzimajući u obzir varijable kao što su sezonalnost, popunjenost, potražnju, vikende i posebne prilike, programe vjernosti (loyalty programi), „last minute“ rezervacije, akcije i promo kodove, prodaja i unakrsna prodaja, između ostalih varijabli koje mogu utjecati na cijene. Treneri će predstaviti načine na koje putnici pronalaze, odlučuju se i rezerviraju putovanja preko B2B i B2C prodajnih i distributivnih kanala, kao i komponente marketinških i prodajnih planova, uključujući utvrđivanje USP-ova (Unique Selling Points), analizu konkurencije, postavljanje marketinških ciljeva i ciljeva, segmentaciju ciljne publike, B2B i B2C strategije, taktike i kanale (offline i online), te mjerenje marketinškog ROI (povrata ulaganja).

13:30 – 14:30 Uvod u digitalni marketing, društvene mreže i lanac vrijednosti u turizmu

Uvodna sesija zasnivat će se na definiranju kako su brend i komunikacija osnovni elementi u oblikovanju percepcije i interesa za destinacije. Govorit će se o upravljanju brendom i sistemima rezervacija. Uvod u



Bosna i Hercegovina / Federacija Bosne i Hercegovine
Federalno ministarstvo okoliša i turizma

FMPVŠ

Federalno ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva



Projekt razvoja održivog turizma u Bosni i Hercegovini (Turizam)

sisteme digitalnih i društvenih medija koji uključuje web stranice, platforme društvenih medija, optimizaciju pretraživača, marketing pretraživača, Google prikazivačke mreže i platforme trećih strana poput Booking, Airbnb i TripAdvisor. U sklopu radionice spomenuti će se osnovne funkcionalnosti i upotrebe, prednosti i nedostatke svake platforme, te prijedlozi za idealnu kombinaciju digitalnih marketinških alata koji najbolje odgovaraju tipu ruralnog smještaja u pogledu veličine, prometa i ciljne publike. Predavač će dati savjete za stvaranje inspirativnog pisanog i vizuelnog sadržaja (video / fotografije) na online kanalima, uključujući upravljanje reputacijom online.

15:00 – 16:00 Pružanje usluge u post COVID19 eri (izazovi i pristup)

Sesija će se baviti pristupom 'pod travel' i promjenama u mentalitetu posjetitelja zbog COVID19. U fokusu će biti mjere higijene i sigurnosti, te način na koji su one predstavljene na prodajnim platformama, kao i implementirane na sajtu. Trener će isporučiti sadržaj o važnosti kvaliteta, standarda i usluge u podsticanju rezervacija i povećanju prihoda.

16:00 – 16:15 Obraćanje Federalnog ministarstva okoliša i turizma i Federalnog ministarstva poljoprivrede (nove strategije i programi podrške ruralnom turizmu).

O predavačima:

Nedo Pinezić, ima više od 30 godina iskustva u planiranju održivog turizma u Hrvatskoj i BiH. Stručnjak je za razvoj, finansiranje i upravljanje mikro preduzećima. Iskusni je profesionalac u dizajniranju, savjetovanju, upravljanju, praćenju i ocjenjivanju turističkih projekata za turističke udruge i županije diljem Republike Hrvatske. Osnivač je i prvi predsjednik Hrvatske udruge za obiteljski smještaj (najveće u Europi) pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. Analitičar je za ekonomiju turizma i porezne sisteme i stručnjak je za etiketiranje, turistički marketing, promociju proizvoda i razvoj. Dobitnik je brojnih nagrada za doprinos i razvoj turizma u Republici Hrvatskoj.

Harun Bavčić, Facebook & Google certificirani stručnjak za digitalni marketing i marketing društvenih medija sa dokazanom istorijom rada u turizmu, tehnologiji, FMCG, industriji odjeće, medija i upravljanja investicijama. Diplomirao je sa međunarodnom diplomom na IBU iz ekonomije, društvenih nauka i marketinga. Kao vodeći digitalni direktor donedavno je radio u međunarodnoj marketinškoj agenciji, prije nego što se pridružio projektu USAID Turizam. Neki od brendova u različitim industrijama kojim je pomogao u digitalnom prisustvu uključuju: Sony, Porsche, LG, Tesla, Miele, Samsung, United Colors of Benetton, MFC i drugi.