

**OFERTA SZKOLENIOWA
LOKALNEJ GRUPY RYBACKIEJ
„MÒRÉNKA”
DLA PODMIOTÓW BRANŻY
TURYSTYCZNEJ Z OBSZARU
LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA
SANDRY BRDY**





OFERTA SZKOLENIOWA LOKALNEJ GRUPY RYBACKIEJ „MÒRÉNKA”
DLA PODMIOTÓW BRANŻY TURYSTYCZNEJ
Z OBSZARU
LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA SANDRY BRDY





Stowarzyszenie Wdzydzko- Charzykowska Lokalna Grupa Rybacka „Mòrénka” serdecznie zaprasza na cykl szkoleń dla przedstawicieli branży turystycznej. Grupą docelową szkolenia są osoby prowadzące działalność w branży turystycznej (noclegi, gastronomia, wynajem sprzętu itp.) i okołoturystycznej (ośrodki kultury, punkty informacji, Parki Narodowe, Parki Krajobrazowy) na obszarze realizacji LSR Sandry Brd (**Gmina wiejska Chojnice, Gminy : Czersk, Brusy, Konarzyny, Lipnica**)

Szkolenia będą szansą na zdobycie wiedzy i dodatkowych umiejętności z zakresu sześciu tematów:

MODUŁ I

- KSZTAŁTOWANIE RELACJI Z KLIENTEM
- NOWOCZESNE SPOSOBY PROMOCJI USŁUG W TURYSTYCE
- KSZTAŁTOWANIE PRODUKTU W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

MODUŁ II

- POTENCJAŁ TURYSTYCZNY REGIONU
- TURYSTYKA GASTRONOMICZNA
- WARSZTATY FOTOGRAFICZNO FILMOWE

Szkolenia prowadzone będą przez specjalistów oraz doświadczonych trenerów z branży turystycznej. **Udział w szkoleniach jest bezpłatny.** Dla wszystkich uczestników zapewniony zostanie catering i materiały szkoleniowe. Każdy z uczestników otrzyma certyfikat ukończenia szkoleń. Każdy z trzech pierwszych tematów szkoleniowych wchodzących w zakres MODUŁU I przeprowadzony będzie w ramach trzech spotkań po 6 godzin dydaktycznych. MODUŁU II składać się będzie również z trzech spotkań po 6 godzin dydaktycznych a ich uczestnikami będą osoby które ukończyły szkolenia w ramach I MODUŁU i zdecydują się na dodatkowe poszerzenie swojej wiedzy. Dla każdej z grup z MODUŁU II zostało przygotowana atrakcja w postaci szkolenia/warsztatów filmowych przy użyciu smartphona. Szczegółowy program szkolenia znajduje się poniżej. Terminy szkoleń dostępne będą na stronie internetowej www.lgrmonrenka.pl

Celem zgłoszenia swojego udziału prosimy o przesłanie formularza zgłoszeniowego wraz z klauzurą RODO na adres e-mail: biuro@lgrmorenka.pl (wzór w załączniku do oferty)

W razie pytań pozostajemy do Państwa dyspozycji po nr. tel. **504 099 958**.



I MODUŁ

1. Kształtowanie relacji z klientem

Uzasadnienie potrzeby udziału w szkoleniu

Celem ogólnym modułu szkolenia jest przedstawienie podstawowych zagadnień z zakresu kształtowania i doskonalenia obsługi klienta, ze szczególnym uwzględnieniem procesu obsługi w przedsiębiorstwie turystycznym. W treściach modułu przedstawiono wiodące uwarunkowania i zasady prawidłowej obsługi różnych grup klientów, wybrane metody i techniki reagowania na pojawiające się trudności w obsłudze klientów oraz najważniejsze rozwiązania usprawniające obsługę i podnoszące jej jakość. Przedstawione zagadnienia dodatkowo wzbogacono licznymi przykładami dobrych praktyk oraz analizą studium przypadków nawiązujących do problematyki modułu.

Odbiorcy

Właściciele i pracownicy przedsiębiorstw i instytucji prowadzący działalność w branży turystycznej oraz agroturystycznej na terenach objętych działalnością LGR „Mòrénka”

Program szkolenia- dr inż. Aleksandra Grobelna

- Obsługa klienta w przedsiębiorstwie turystycznym.
Specyfika kontaktu interpersonalnego w turystyce. Pierwsze wrażenie i jego znaczenie dla udanej obsługi klienta – jak wywrzeć pierwsze dobre wrażenie? Cechy udanej i nieudanej obsługi klienta – analiza studium przypadków. Jak zapewnić doskonałą obsługę klientów? Przykłady dobrych praktyk.
- Wymagania i kluczowe umiejętności personelu kontaktowego.
Kluczowe predyspozycje i umiejętności pracownika ds. obsługi klienta . Pożądana postawa i zachowanie. „Jak Cię widzą tak Cię piszą” czyli słów kilka o wizerunku.
- Zasady bezpośredniej obsługi klienta.
Strategie postępowania w kontakcie z klientem, techniki i sposoby bezpośredniej obsługi klienta w różnych sytuacjach usługowych. Strefy dystansu. Przykłady dobrych praktyk.
- Zasady telefonicznej obsługi klienta



Podstawowe reguły prowadzenia rozmowy telefonicznej. Dopasowanie komunikatu telefonicznego do potrzeb i oczekiwań klienta. Struktura rozmowy telefonicznej: otwieranie i zamykanie kontaktu

- Komunikacja z klientem.

Dialog z klientem – podstawowe umiejętności i zasady komunikowania się z klientem, reguły aktywnego słuchania, bariery komunikacyjne. Etykieta dialogu czyli przydatne słowa i zdania w rozmowie z klientem. Rola i znaczenie komunikacji niewerbalnej - mowa ciała i jej znaczenie w obsłudze klienta.

- Sylwetki osobowościowe klientów a metody ich obsługi.

Typologia klientów i sondowanie ich potrzeb. Techniki i sposoby obsługi różnych grup klientów. Scenariusze zachowań - scenki sytuacyjne, warsztaty.

- Sytuacje trudne i konfliktowe w obsłudze klienta.

Napięcia i konflikty w obsłudze klienta. Skąd się biorą kłopoty? Strategia postępowania w sytuacji nietypowej i trudnej. Dialog z trudnym klientem. W jaki sposób przekonać do siebie trudnego klienta - jak minimalizować złość i napięcie klienta? Sytuacje nietypowe w obsłudze – analiza studium przypadków.

Prowadzący - dr inż. Aleksandra Grobelna

Posiada stopień naukowy Doktora Nauk Ekonomicznych w dziedzinie ekonomii (**rozprawa pt. rekomendowana do Nagrody Ministra Infrastruktury**) oraz tytuł Magistra inżyniera Towaroznawstwa w specjalności Organizacja Usług Turystyczno-Hotelarskich (**egzamin magisterski złożony z wyróżnieniem**). Pracuje na stanowisku adiunkta na Wydziale Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Akademii Morskiej w Gdyni. Prowadzi badania i realizuje projekty badawcze z zakresu kształtowania i doskonalenia jakości usług, ze szczególnym uwzględnieniem problemu innowacyjności w tworzeniu wartości dla klienta. Od 1998 roku jest licencjonowanym pilotem wycieczek oraz członkiem Stowarzyszenia Pilotów i Przewodników "Pomorskie Centrum Pilotażu i Przewodnictwa w Gdyni". Posiada bogate doświadczenie jako wykładowca i trener kadry menadżerskiej przedsiębiorstw turystycznych. Prowadzi wykłady i zajęcia z zakresu hotelarstwa, pilotażu imprez turystycznych, ekonomiki turystyki, zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, jakości usług, obsługi klienta i inne.



I MODUŁ

2. Nowoczesne sposoby promocji usług w turystyce

Uzasadnienie potrzeby udziału w szkoleniu

Na obecnym etapie Internet zmienił całkowicie oblicze handlowej działalności. Nowe możliwości, jakie stwarza globalna sieć, sprawiają, że ten kanał dystrybucyjny może stać się niezwykle skutecznym środkiem oddziaływania na odbiorcę, jednakże tylko i wyłącznie wtedy, gdy jego potencjał w tej dziedzinie zostanie we właściwy sposób wykorzystany. Aby skutecznie w nim prowadzić reklamową działalność, konieczne jest zrozumienie jego odmienności w stosunku do innych mediów, poznanie oferowanych możliwości i istniejących ograniczeń. Celem szkolenia jest wskazanie także na rolę Internetu w sprzedaży i promocji usług turystycznych.

Odbiorcy

Właściciele i pracownicy przedsiębiorstw i instytucji prowadzący działalność w branży turystycznej oraz agroturystycznej na terenach objętych działalnością LGR „Mòrénka”.

Program szkolenia- Anna Kopek

- Pojęcie, cele i funkcje promocji
- Reklama Turystyczna
- Promocja sprzedaży produktu turystycznego
- Specyfika i istota sprzedaży internetowej
- Formy promocji w Internecie
- E-marketing w turystyce
- Public relations przedsiębiorstwa turystycznego
- Przykłady efektywnych i efektownych kampanii internetowych branży turystycznej



Prowadzący - Anna Kopek

Absolwentka Wyższej Szkoły Morskiej na wydziale Obsługa Ruchu Turystyczno-Hotelarskiego. Publikowała w prasie branżowej m.in. w MICE Poland, All Inclusive, Marketer+. Dwukrotnie nominowana do MP POWER AWARDS w kategorii DMC/PCO (2013 oraz 2016), a w 2014 do tytułu Osobowość Roku MICE Poland jako Organizator Roku. Była członkiem wielu branżowych profesjonalnych organizacjach krajowych i zagranicznych np. SKKP, PIT, ICCA, DMAI, SITE GCB, PCO, RIGP. Współpracuje z Wyższą Szkołą Turystyki i Hotelarstwa jako wykładowca Akademicki z przedmiotów (Zarządzanie Turystyką Zrównoważoną, Zarządzanie Funduszami Unii Europejskiej, Zarządzanie Projektami, Incentive Travel, Meeting planer, Eventy.



I MODUŁ

3. Kształtowanie produktu w branży turystycznej

Uzasadnienie potrzeby udziału w szkoleniu

We współczesnej gospodarce obserwuje się znaczący wzrost zainteresowania turystyką na poziomie państw, regionów, gmin oraz poszczególnych miejscowości. W turystyce upatruje się przede wszystkim szans rozwoju gospodarczego, ale także rozwoju społecznego i aktywizacji społeczności lokalnych. Poza pobudzaniem rozwoju społeczno-gospodarczego miejscowości czy regionów, turystyka przyczynia się również do odkrywani walorów oraz zasobów kulturowych i przyrodniczych miejsc. Zgodnie z teorią marketingu „produktem” jest wszystko, co stanowi przedmiot wymiany rynkowej. Szkolenia ma za zadanie przybliżyć istotę tworzenia i kształtowania produktu w branży turystycznej.

Odbiorcy

Właściciele i pracownicy przedsiębiorstw i instytucji prowadzący działalność w branży turystycznej oraz agroturystycznej na terenach objętych działalnością LGD Sandry Brdy.

Program szkolenia:

- Charakterystyka ekonomiczno-społeczna województwa pomorskiego
- Inwentaryzacja walorów turystycznych i zagospodarowania turystycznego
- Analiza potencjalnych uczestników ruchu turystycznego
- Elastyczna i różnorodna oferta turystyczna Pomorskiego

Prowadzący – dr Katarzyna Mysiak

Absolwentka Akademii Wychowania Fizycznego w Gdańsku, wydziały turystyki, doktor nauk ekonomicznych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Wykładowca Akademii Morskiej w Gdyni oraz WSTiH, UG z zakresu usług turystycznych, obsługi ruchu turystycznego, agroturystyki. Współpraca z instytucjami i organizacjami branży turystycznej, m.in. Członek Rady Programowej Gdańskich Targów Turystycznych. Pasjonatka turystyki aktywnej i sportu.



II MODUŁ

1. Potencjał turystyczny regionu

Uzasadnienie potrzeby udziału w szkoleniu

Potencjał turystyczny to szerokie pojęcie obejmujące ogół elementów umożliwiających rozwój turystyki na danym obszarze. Wśród nich można wyróżnić elementy strukturalne, związane z czynnikami przestrzennymi oraz funkcjonalne, związane z działaniami podmiotów bezpośrednio i pośrednio zaangażowanych w działalność turystyczną. Obie grupy elementów są niezbędne dla rozwoju turystyki i ich łączne występowanie może przyczynić się do jej rozwoju. Celem szkolenia będzie ukazanie walorów regionu tak, by podnieść świadomość atrakcyjności i wyjątkowości regionu.

Odbiorcy

Właściciele i pracownicy przedsiębiorstw i instytucji prowadzący działalność w branży turystycznej oraz agroturystycznej na terenach objętych działalnością LGR „Mòrénka”

Program szkolenia:

- Aktualne trendy w turystyce
- Produkt turystyczny
- Nabywcy usług turystycznych
- Marketing produktu turystycznego
- Potencjał turystyczny regionu a kreowanie jego wizerunku
- Potencjał turystyczny w ujęciu geograficznym





Prowadzący – dr Katarzyna Mysiak

Absolwentka Akademii Wychowania Fizycznego w Gdańsku, wydziały turystyki, doktor nauk ekonomicznych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Wykładowca Akademii Morskiej w Gdyni oraz WSTiH, UG z zakresu usług turystycznych, obsługi ruchu turystycznego, agroturystyki. Współpraca z instytucjami i organizacjami branży turystycznej, m.in. Członek Rady Programowej Gdańskich Targów Turystycznych. Pasjonatka turystyki aktywnej i sportu.



II MODUŁ

2. Turystyka Gastronomiczna

Uzasadnienie potrzeby udziału w szkoleniu

Oferta turystyki gastronomicznej w Polsce jest bogata i zróżnicowana (kuchnia regionalna i kuchnia międzynarodowa). Polską gastronomię cechuje tradycyjna gościnność, wysoka jakość usług w znacznym odsetku obiektów oraz wykorzystanie polskich produktów żywnościowych. Mitem jest jednak dostępność informacji na jej temat dla potencjalnych odbiorców. Brakuje zwłaszcza ofert w języku obcym. Jest to prawdopodobnie związane z niedostateczną ilością środków finansowych przeznaczonych na promocję wśród turystów. Lokalni przewodnicy mogliby się włączyć w działania promocyjne swojego regionu, promując nie tylko zabytki i krajobraz, ale również regionalne kulinaria. Niezbędne wydają się szkolenia dla przewodników i przygotowanie w regionach ofert pakietów turystycznych z tego zakresu.

Odbiorcy

Właściciele i pracownicy przedsiębiorstw i instytucji prowadzący działalność w branży turystycznej oraz agroturystycznej na terenach objętych działalnością LGR „Mòrénka”

Program szkolenia

- Znaczenie gastronomii w turystyce
- Sztuka kulinarna jako podstawowy składnik gastronomii
- Rodzaje turystyki związanej z dziedzictwem kulinarnym
- Turyści zainteresowani turystyką kulinarną
- Sztuka kulinarna i jej miejsce na Liście Światowego Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego Ludzkości UNESCO
- Rozwój turystyki kulinarnej na świecie
- Kreatywność jako szansa rozwoju turystyki kulinarnej
- Inicjatywy mające na celu promocję turystyki kulinarnej (m.in. jarmarki, festyny i kiermasze żywnościowe, święta i festiwale kulinarne, targi gastronomiczne,



prezentacje, pikniki kulinarne, konkursy i zawody mistrzów kuchni, pokazy wytwarzania tradycyjnych produktów spożywczych, szlaki kulinarne, muzea kulinarne, muzea skansenowskie jako ostoja podtrzymania ludowych tradycji kulinarnych)

- Polskie kuchnie regionalne jako element narodowego dziedzictwa kulinarnego (pojęcie i podział kuchni regionalnych w Polsce, charakterystyka polskich kuchni regionalnych oraz ich bogactwo i różnorodność kulinarna
- Marka tradycyjnych i regionalnych produktów żywnościowych w Unii Europejskiej i Polsce

Prowadzący – Agnieszka Walczak-Beszczynska

Absolwentka Wydziału Ekonomii, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Zatrudniona w WSG w Bydgoszczy od 2001, od 2004 roku nauczyciel akademicki, obecnie pełni funkcję prorektora ds. rozwoju i filii. Specjalizuje się w szkoleniach w zakresie ekonomiki turystyki, trendów w turystyce i gastronomii oraz zarządzania projektami i budowania zespołu. Na dorobek zawodowy składa się wieloletnie doświadczenie w zakresie samodzielnego prowadzenia projektów. Pasje: organizacja podróży szytych na miarę (m.in. 2019 USA-California, Nevada, Arizona, Utah, 2019 Zambia i Zimbabwe, 2017 Japonia, 2016 Filipiny i Pekin, 2015 Wietnam i Singapur, 2014 Tajlandia i Kambodża, 2013 Sri Lanka, 2012 USA- Nowy Jork)



II MODUŁ

3. Warsztaty fotograficzno-filmowe

Uzasadnienie potrzeby udziału w szkoleniu

Współczesny rozwój technologii pozwala na nieograniczone możliwości związane z przesyłaniem czy tworzeniem wizerunku. Współczesne telefony posiadają możliwości nagrywania doskonałego obrazu oraz dźwięku, co warto jest wykorzystać w życiu codziennym. Szkolenie to pokaże w jaki sposób możemy stworzyć unikatowy content do Social Medii oraz strony internetowej. W szkoleniu zostaną przedstawione zagadnienia z obecnym funkcjonowaniem mediów internetowych. Elementem dodanym szkolenia będą warsztaty praktyczne, pozwalające nabyć umiejętności wykorzystywania potencjału własnego urządzenia mobilnego. Planowane zajęcia odbywać się będą w sposób praktyczny, tak by każdy z uczestników miał możliwość stworzenia czegoś wyjątkowego już na etapie warsztatów.

Odbiorcy

Właściciele i pracownicy przedsiębiorstw i instytucji prowadzący działalność w branży turystycznej oraz agroturystycznej na terenach objętych działalnością LGR „Mòrénka”

Program szkolenia:

Dzięki Naszemu szkoleniu uczestnicy dowiedzą się jak :

- robić zdjęcia telefonem
- nagrywać video i udostępniać je na social mediach
- jakie formaty zdjęć i video wrzucać na poszczególne platformy
- jak ciekawie i prosto zmontować materiał filmowy
- jak prowadzić profil, żeby był ciekawy i miał większe szanse na osiągnięcie sukcesu
- jak dotrzeć do większej ilości odbiorców
- jak tworzyć treści by zwracały na siebie uwagę





Prowadzący- Paweł Sołtysiński firma Prozi Pix

Fotograf, filmowiec, podróżnik, tancerz i organizator wielu kreatywnych projektów jednym z nich jest flagowy projekt Dancetrotter. Chce zostać pierwszym tancerzem, który nagra 46 klipów tanecznych w 46 krajach Europy. Podczas warsztatów skupi się na podstawach fotografii i wideo mobilnego. Firma Prozi Pix działa na terenie kraju i za granicą współpracując z markami m. in Pepsi, Bank Pekao S.A, Adidas, Adobe, Woda Żywiec i wiele innych. W dobie pandemii zdaliśmy sobie sprawę jak duże znaczenie ma marketing w social mediach. Szczególnie formy zdjęć i video. Wiele osób zastanawia się jak zacząć prowadzić swoją firmę w internecie. Oglądając Instagram, YouTube, chcą zacząć, ale samemu jakoś nie wychodzi. Dziś zwracamy się do Państwa z propozycją stworzenia szkolenia dla osób, które prowadzą działalności i chciałyby nauczyć się podstaw fotografii, filmowania i udostępniania wszystkich stworzonych materiałów na Social Media.





OFERTA SZKOLENIOWA LOKALNEJ GRUPY RYBACKIEJ „MÒRÉNKA”
DLA PODMIOTÓW BRANŻY TURYSTYCZNEJ
Z OBSZARU
LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA SANDRY BRDY





OFERTA SZKOLENIOWA LOKALNEJ GRUPY RYBACKIEJ „MÒRÉNKA”
DLA PODMIOTÓW BRANŻY TURYSTYCZNEJ
Z OBSZARU
LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA SANDRY BRDY



Stowarzyszenie Wdzydzko–Charzykowska
Lokalna Grupa Rybacka „Mòrénka”
ul. Rybacka 10, 89-606 Charzykowy
tel. 504 099 958, e-mail: biuro@lgrmorenka.p

