

# DELIVERABLE 4.3.4

## THEMATIC WORKSHOPS

**Responsible Beneficiary:**  
PB3 DESTINATION SANDANSKI

**Subcontractor:**  
TECHNICAL TRAINING BULGARIA LTD

<https://captour.hhf.gr/en/home/>

The Project is co - funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Cooperation Programme Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”

The contents of this document are sole responsibility of DESTINATION SANDANSKI and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat.

# СПЕЦИАЛИЗИРАН РАБОТЕН СЕМИНАР (РАБОТИЛНИЦА) ТЕМА: „ЕКСТРАВЕРСИЯ В ТУРИЗМА“

Място на обучение: гр. Банско

Продължителност: 2 дни

Период на обучение: 06.11.2023г. - 07.11.2023г.

Обучението се провежда от: ТЕХНИКЪЛ ТРЕЙНИНГ БЪЛГАРИЯ ЕООД

Възложител: СДРУЖЕНИЕ „ДЕСТИНАЦИЯ САНДАНСКИ“

Лектор: Стефан Георгиев



Съдържанието на този материал е отговорност изцяло на СДРУЖЕНИЕ „ДЕСТИНАЦИЯ САНДАНСКИ“ и по никакъв начин не може да се счита, че отразява гледните точки на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.



# Специализиран работен семинар /работилница/ на тема: Екстраверсия в туризма

Период на провеждане: 06.11.2023г. - 07.11.2023г.

Изпълнител: ТЕХНИКЪЛ ТРЕЙНИНГ БЪЛГАРИЯ ЕООД

Възложител: СДРУЖЕНИЕ „ДЕСТИНАЦИЯ САНДАНСКИ“

\*Съдържанието на тази презентация е отговорност изцяло на Сдружение „Дестинация Сандански“ и по никакъв начин не може да се счита, че отразява гледните точки на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от национални фондове на страните, участващи в Програмата за сътрудничество Interreg V-A „Гърция-България 2014-2020“



**Стефан Георгиев**



# **Екстраверсия в туризма**

# Дневен ред

Отваряне на нови туристически пазари

4

Културни различия и комуникация

6

Стратегии за влизане на нови пазар

11

Развиване на нови пазари - казуси

16

Дигитален маркетинг - работилница

16



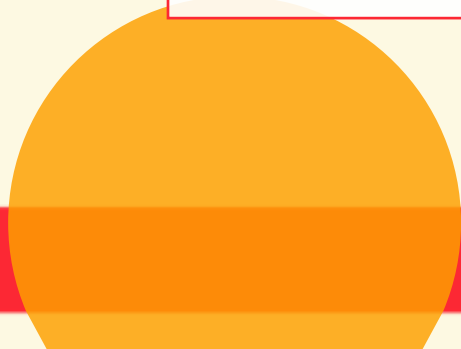
**4**

## Отваряне на нови туристически пазари

**Потенциални нови пазари**

**Тенденции**

**Адаптиране**





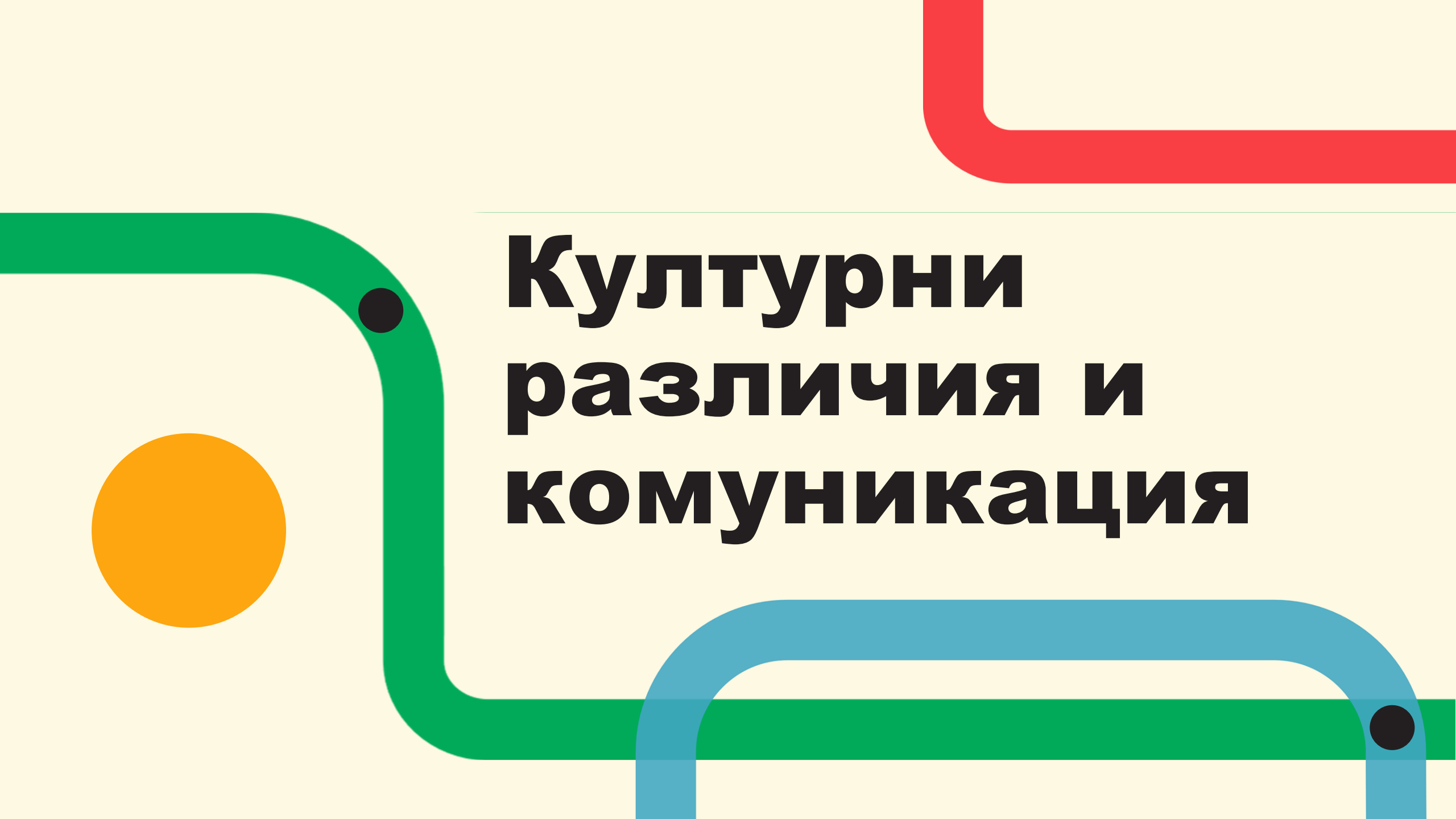
# Икономическо развитие на туризма

Сезонност и решения за преодоляване

Тенденции

Дългосрочно развитие на туризма



A decorative graphic featuring a green line that starts from the left, curves down, and then continues horizontally. A blue line starts from the bottom, curves up, and then continues horizontally, overlapping the green line. A red line starts from the top right and curves down. An orange circle is positioned on the left side. Two black dots are placed on the green line: one at the top curve and one at the bottom curve.

# **Културни различия и комуникация**



## **Интеркултурна комуникация:**

**Туризмът привлича хора от различни култури и националности. Разбирането на културните различия и ефективната комуникация с туристи от различни фонове са от съществено значение. Това включва умения за адаптация, разбиране на норми и ценности, и способността да се справяме с езикови бариери.**

## **Културен обмен и идентичност:**

**Туризмът предоставя възможност за културен обмен. Туристите търсят нови изживявания и желаят да научат нещо ново за себе си и света около тях. Разбирането на културната идентичност на дадена дестинация е важно за успешното привличане на туристи.**

## **Управление на комуникациите в туризма:**

**Туризмът е комуникационно зависима индустрия. Ефективното управление на комуникациите включва информационни проблеми, взаимодействие с клиенти и специалисти в индустрията. Комуникационната компетентност на специалистите в туризма е от съществено значение.**

## **Регионалното развитие и партньорство:**

**Регионалното развитие в туризма изисква сътрудничество между различни заинтересовани страни. Партньорството между общини, бизнес сектора и образователните институции е предпоставка за устойчиво развитие на туризма.**

# Стратегии за влизане на нови пазари

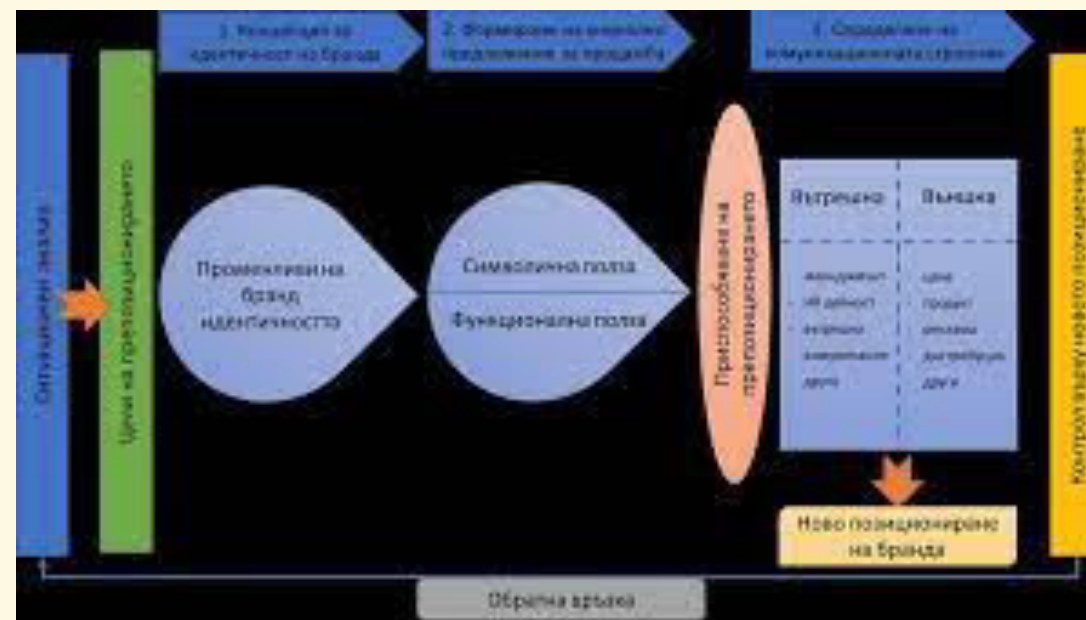




12

# Заемане на общ пазар

- **Анализ на стратегии за успешно позициониране на туристически продукти на общия пазар.**
- **Това включва изследване на конкуренцията, целевата аудитория и маркетинговите подходи**





**13**

# Заемане на пазарна ниша

- Изучаване на специализирани сегменти в туризма, като например екологичен туризъм, културен туризъм или здравен туризъм



- Разработване на стратегии за привличане на специфични групи туристи



**14**

## **Обиране на “каймака”**



- **Анализ на стратегии за бързо и интензивно проникване на нов пазар. Това може да включва партньорства, активни маркетингови кампании и използване на съществуващи ресурси.**





**15**

## **Стратегии за навлизане чрез договорно регламентирани операции**

**Изучаване на възможностите за сътрудничество с други фирми чрез лицензионни сделки, франчайзинг или други договорни модели**





**16**

## Практическа част и работилници

### Създаване на продукти за специфични сегменти

- **Как да адаптираме нашите туристически продукти и услуги към нуждите на новите пазари.**

### Маркетинг и реклама

- **Как да привлечем вниманието на потенциалните клиенти от новите пазари чрез целеви маркетингови кампании**

### Сътрудничество с местни партньори

- **Как да създадем успешни партньорства с местни хотели, ресторанти, туристически агенции и други за развитие на нови пазари**



**Interreg**

**Greece-Bulgaria**

CapTour

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

# Благодаря

**Съдържанието на тази презентация е отговорност изцяло на Сдружение „Дестинация Сандански“ и по никакъв начин не може да се счита, че отразява гледните точки на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат**