

Успішний Start-Up у сфері ГОСТИННОСТІ

Презентація навчального курсу

БІО

Досвід в комунікації та PR – 23 роки
В сервісі – з 2010 року
Сертифікований бізнес-тренер
Власник Smart Education Hotel School



SMART
Hotel School
EDUCATION

В активі – 700+ тренінгів

Автор ефективної програми оцінки якості сервісу Mystery guest Автор та тренер курсу «SMM для малого бізнесу»

Автор та тренер курсу контент-маркетингу для готелів та турагенств.

Досвід навчання

Школа комунікацій при посольстві США в Україні

Курс «Кризові комунікації» Targenta Communications School

Практикум-курс «WOW сервіс vs стандарти обслуговування», МІБ

Customer Experience Management 4

Школа тренерів Оксани Грабар

Портфоліо за посиланням <https://bit.ly/3DPjD5E>

КРІ курсу та меседжі

З чого почати розвиток туристичного продукту

Приоритетні локації для відновлення туризму

Місця пам'яті – як бути з ними?

Сервіс, комунікація та маркетинг

Ідея – Концепція – ЦА – Промоція

Маршрут – Безпека – Інфраструктура

Інтеграція в туризм територіальних громад

Взаємні вигоди та результати

Партнерство та інвестиції

Як працювати в умовах війни?

Розвиток нових туристичних локацій



Як працювати в умовах війни

Старт із цінностями для гостей



Як працювати в умовах війни

Як зрозуміти, що ваша ТГ має туристичний
потенціал



Як працювати в умовах війни?

Професійний персонал: сервісність, емоційний інтелект, тактовність, толерантність



Чому ми зараз говоримо про розвиток?

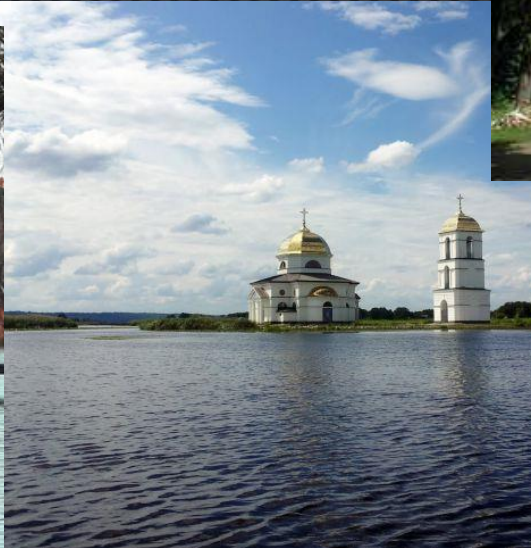
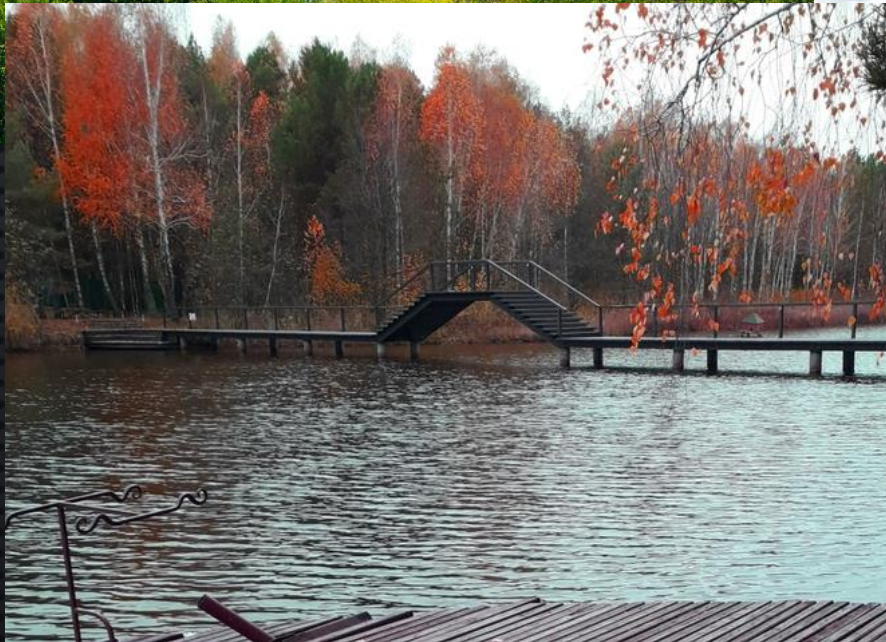
1. За 3-5 років після війни Україна увійде в трійку найзатребуваніших напрямків Європи і в 10-ку світових напрямків для туризму
2. За 10 років туризм принесе нам 15-20% ВВП
3. Поштовх до розвитку нових локацій – світ захоче побачити Україну не лише за великими містами
4. Попит на відвідини місць бойових дій (туризм місцями пам'яті та «чорний» туризм)

Як розвивати нові локації

Понад 70% світових туристичних локацій – не більше, ніж маркетинг та вигадана історія, або дуже прикрашена історія.

У нас історія реальна, її лише треба популяризувати і вміти запакувати у обгортку маркетингу.

Відбір destinations



Об'єднання зусиль територіальних громад і бізнесу

Hotel Basics
MICH
ELLE

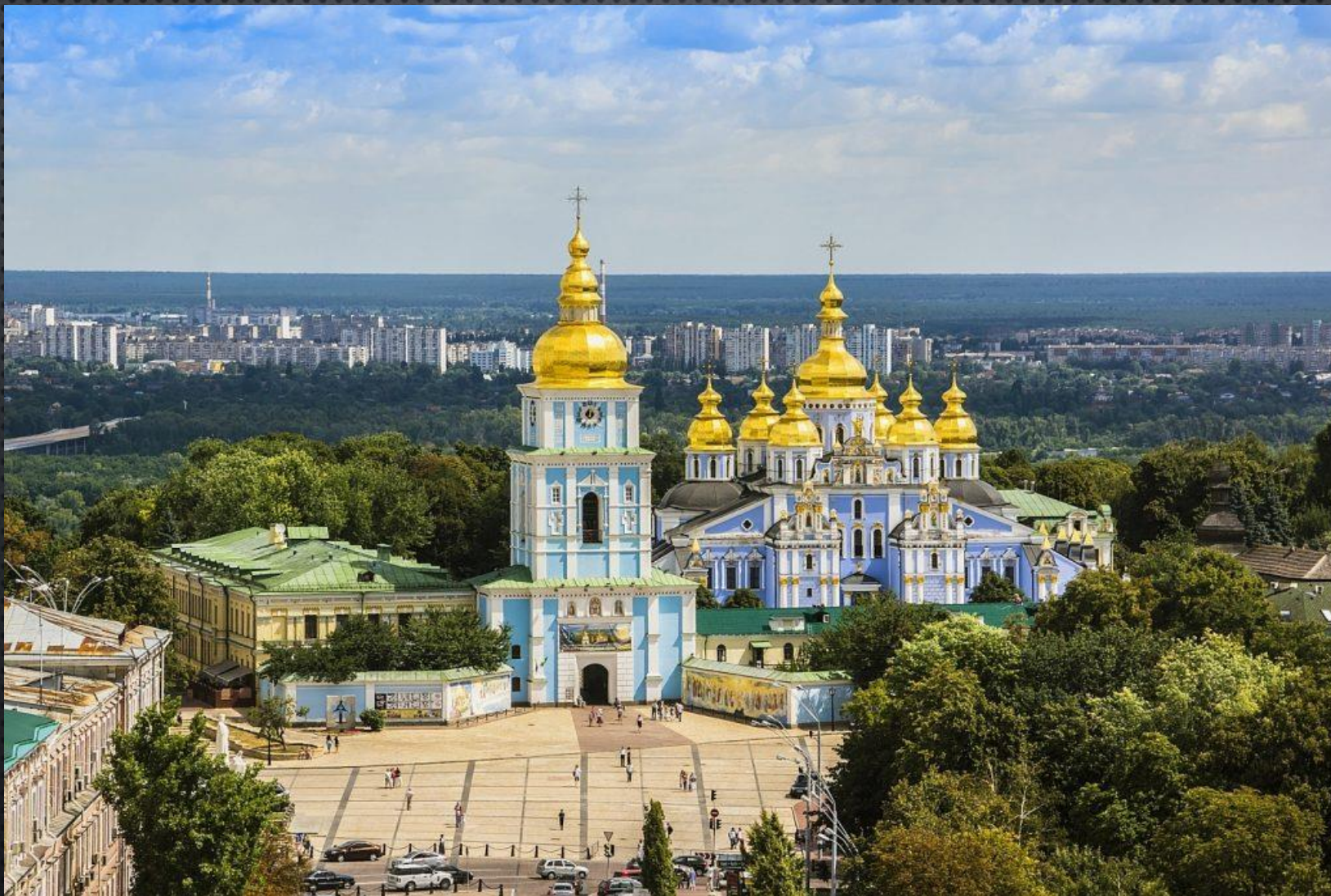


Інфраструктура якісного сервісу

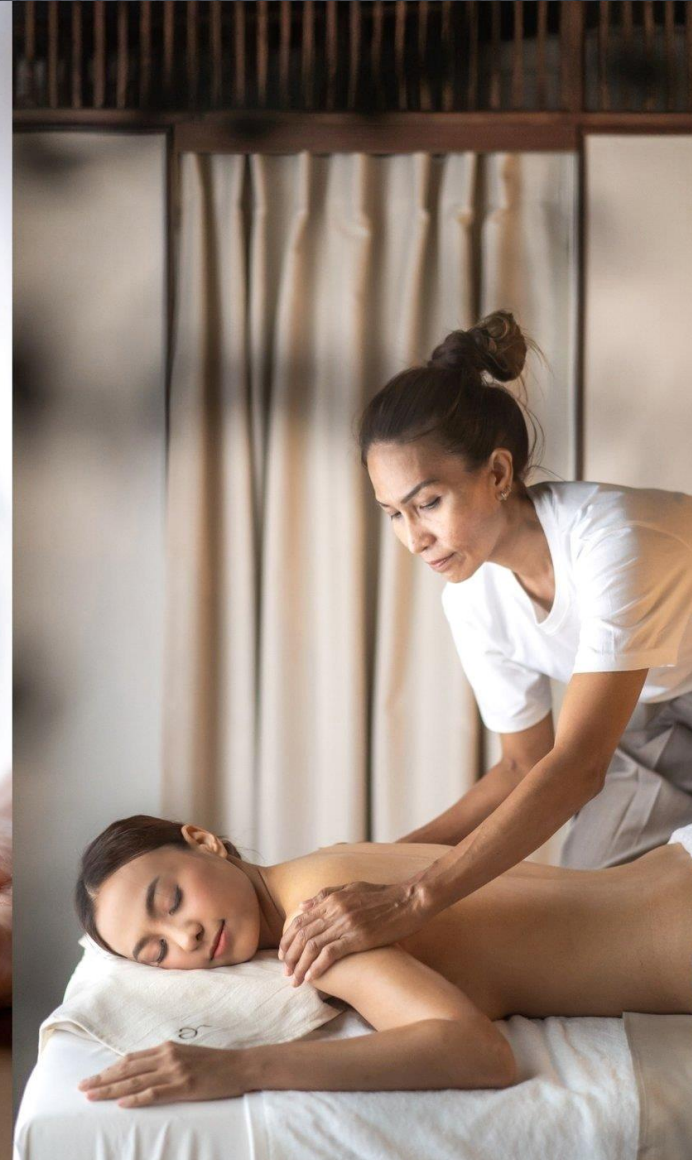
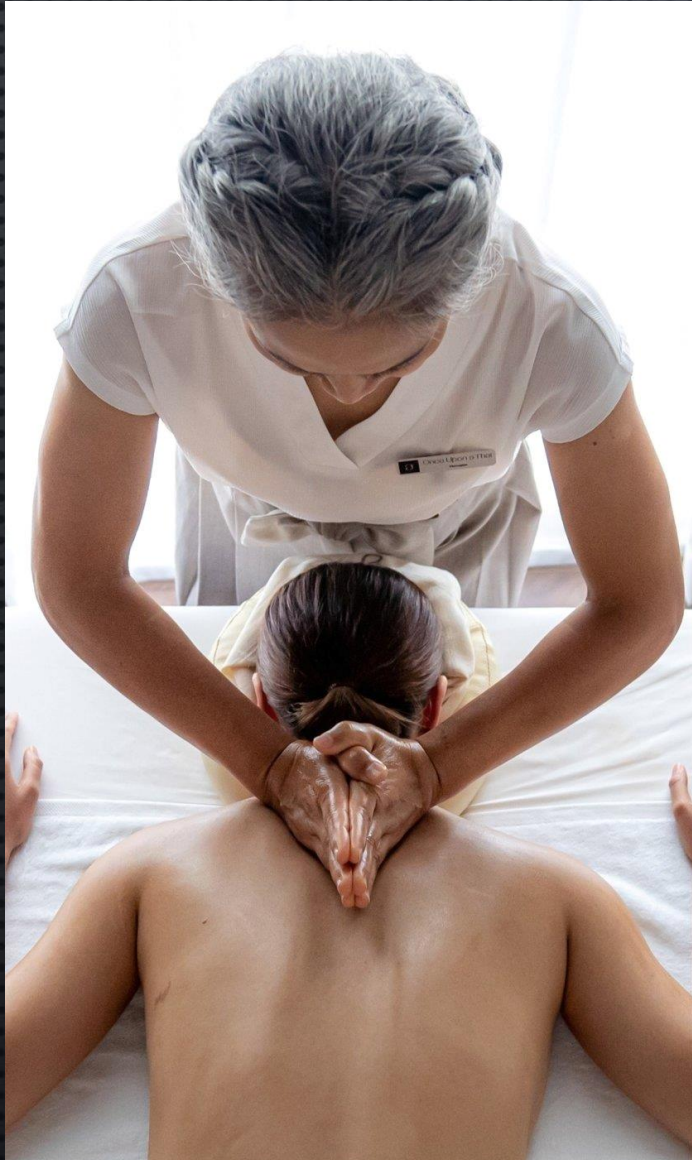


**Пріоритетні напрямки туризму
– на що звернути увагу при
створенні туристичних локацій**

Екскурсії та події, гастротуризм, місця пам'яті



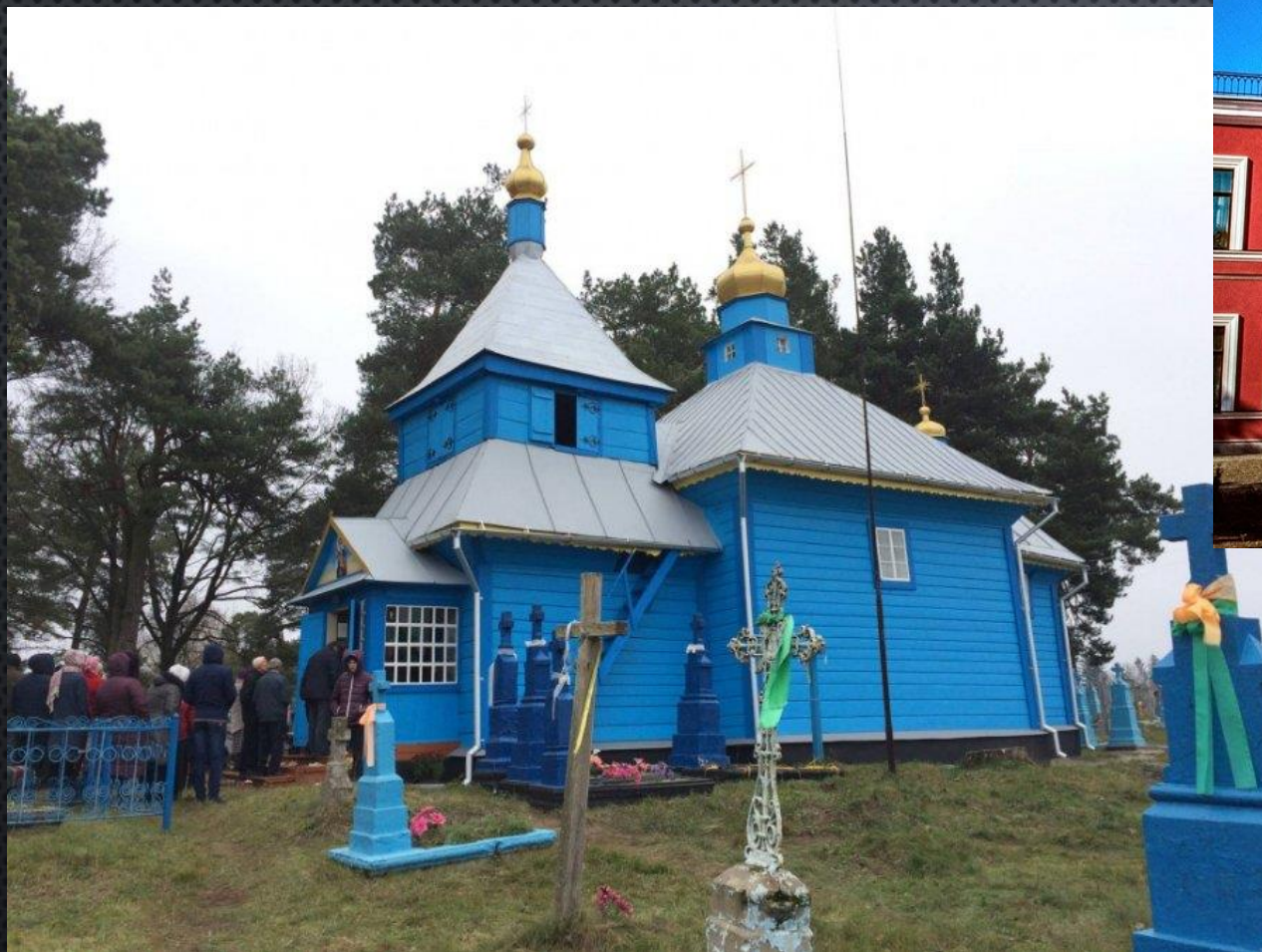
Оздоровлення та реабілітація



Інтерактивний туризм



Історія та релігія як тригери до створення турпотoku на місцях



Розвиток територій – як заробляти на туризмі?

Головна проблема – територіальні громади не вміють, не знають як працювати з туризмом. Їм треба пояснювати і допомагати, робити пілотні проекти!

Кожна локація, найменше село, найменша громада мають всі шанси розвивати туризм дестинації.

Після війни проросте будь-який напрям туризму всього за **ЧОТИРЬОХ** УМОВ:

1. Маркетинг та брендинг території
2. Активна участь місцевих громад
3. Професійна підтримка в розробці концепції, легенди, історії
4. Створення мінімальних інфраструктурних благ для гостей

Придумати нове, інтегрувати наявне



Як створювати маркетинг туристичного маршруту

Фізична
ДОСТПУНІСТЬ



Інформаційна



Емоції та сервіс! Якісний сервіс!



Професійний персонал – наше все



Everything will be fine 😊



Олександр Чорний
Засновний, власник

SMART EDUCATION HOTEL SCHOOL

Сертифікований бізнес-тренер

a.chornyi@michelle.school

www.facebook.com/alex.chorniy.7

+380 50 986 68 12