



POMORSKI OŚRODEK
DORADZTWA ROLNICZEGO
W LUBANIU

Konferencja pt.

„Gospodarstwa edukacyjne i agroturystyczne przykładem innowacyjnej formy działalności pozarolniczej dla pomorskich gospodarstw”

z finałem konkursu na najlepszą zagrodę edukacyjną w woj. pomorskim w 2021 r.

Stare Pole, 9 X 2021



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 - 2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja opracowana przez Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Lubaniu

WYKORZYSTANIE MARKI MIEJSCA I MARKI LOKALNEJ W DZIAŁANIACH PROMOCYJNYCH ZAGRÓD EDUKACYJNYCH I AGROTURYSTYCZNYCH

Stare Pole, 9 X 2021

Jarosław Bień
doradca biznesowy, wykładowca akademicki



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 - 2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja opracowana przez Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Lubaniu

Kilka słów o marce

- Marka jest wartością niematerialną, wymykającą się jednoznacznym definicjom oraz twardym ramom.
- Niektórzy specjaliści ds. marketingu twierdzą, że żyje **ona w umysłach klientów**.
- Marka to nazwa, termin, znak, symbol albo kombinacja wszystkich elementów, a jej celem jest **wyróżnienie na rynku danych produktów lub usług**.
- Dzisiaj marki niosą ze sobą konkretne **przekazy, emocje i historie**.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Podstawowe funkcje marki

- odróżnia produkty danej firmy od innych;
- pomaga zidentyfikować cechy produktu;
- wpisuje się w styl życia konsumenta;
- komunikuje emocjonalne korzyści wynikająca z zakupu danego produktu;
- sprawia, że zapamiętujemy dany produkt (więc możemy w przyszłości do niego wracać);
- przekazuje wartości, które są ważne dla danego segmentu rynku;
- ułatwia decyzje zakupowe.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

- Dla jednostek osadniczych podstawowymi grupami docelowymi prowadzonej komunikacji marketingowej są: **mieszkańcy, inwestorzy oraz turyści.**
- Są oni specyficznymi „klientami”, których próbuje się **zachęcić do korzystania z oferty** jaką dysponuje miasto, region, etc.
- Aby to osiągnąć potrzebne jest **wywoływanie określonego, pożądanego zestawu pozytywnych skojarzeń** na temat cech wyróżniających miasto, gminę czy region.
- W ten sposób budowany jest **pozytywny wizerunek marki miejsca.**

<https://grzegorzhajduk.pl/ksztaltowanie-marki-miejsc/>



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

- Marka miejsca - wywodzi się ono z koncepcji marketingu terytorialnego i odnosi się do wizerunku jednostki terytorialnej, która w **umysłach ludzi funkcjonuje, jako zestaw skojarzeń, wspomnień i odczuć utożsamianych z regionem lub miejscem.**
- Marka miejsca jest zarówno **sumą doświadczeń z użytkowania produktów i usług jak i postrzeganych wartości, wyobrażeń, skojarzeń i obietnic** wyrażonych poprzez prowadzoną komunikację marketingową.
- Pojęcie marki częściej utożsamiane jest z **kombinacją nazwy, logo, sloganu i innych elementów** umożliwiających odbiorcom identyfikację danej jednostki.

<https://grzegorzhajduk.pl/ksztaltowanie-marki-miejsca/>



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

- Głównym zadaniem dla marki, jakim jest identyfikacja dóbr lub usług, sprzedawcy albo ich grupy w celu **wyróżnienia** ich spośród konkurencji.
- Kreowana marka ma zapewnić jego **wysoki standard, wyrażany poprzez jakość i atrakcyjność**, ułatwić jego umiejscowienie na tle konkurencyjnych ofert oraz zwiększyć zainteresowanie oferowanymi usługami.

<https://grzegorzhajduk.pl/kszaltowanie-marki-miejsca/>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

Trzy różne podejścia do sposobu kreowania wizerunku marki miejsca:

- **Wizerunek marki oparty na cechach funkcjonalnych** – w przypadku jednostek terytorialnych atrybutami budującymi wizerunek mogą być: położenie, warunki naturalne, infrastruktura, różnego rodzaju udogodnienia związane z funkcjonowaniem na danym terenie itp. Przykłady: „Poznań. Miasto know how”, „Mielec. strefa możliwości”, „Zakopane – najbliżej Tatr”.
- **Wizerunek marki oparty na aspiracjach odbiorców** – używana argumentacja może dotyczyć oczekiwań, stylu życia i wymagań osób zamierzających odwiedzić dane terytorium, osiedlić się na nim lub podjąć działalność gospodarczą. Przykład: „Gdynia. Otwarte miasto otwartych ludzi”, „Zielona Góra. Miasto przyszłości”.
- **Wizerunek marki oparty na odczuciach** – kształtowany w oparciu o wywołane wśród odbiorców skojarzenia i doznania emocjonalne. Mogą one dotyczyć faktów historycznych, legend, wyjątkowych wydarzeń związanych z danym miejscem, słynnych mieszkańców, obiektów itp. Przykład: „Świętokrzyskie czaruje”, „Magiczny Kraków”.

<https://grzegorzhajduk.pl/ksztaltowanie-marki-miejsca/>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

- Punktem wyjścia procesu pozycjonowania marki **jest określenie jej tożsamości** (*brand identity*).
- Aktywność w tym zakresie należy do nadawcy. Zadaniem jakie ma on do wykonania jest **określenie oczekiwanego sposobu rozumienia marki** – jej pożądanego wizerunku.
- Wyselekcjonowane, unikalne cechy dotyczące regionu (atrybuty marki – *brand attributes*) odpowiednio sformułowane i **konsekwentnie używane** w komunikacji z odbiorcami docelowymi mają za zadanie **stworzenie spójnego obrazu** – wizerunku marki.

<https://grzegorzhajduk.pl/ksztaltowanie-marki-miejsca/>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

- Skuteczne utrwalenie pożądanego skojarzenia w umysłach odbiorców wymaga **ograniczenia liczby unikalnych cech, do których odwoływać się będą wysyłane na wiele różnych sposobów komunikaty dotyczące marki.**
- Dla istniejących marek punktami różnicującymi powinny być **unikatowe skojarzenia z nią, które są jednocześnie silnie utrwalone w świadomości konsumentów (odbiorców) i pozytywnie przez nich oceniane.**
- Proces kształtowania marki musi uwzględniać jego **aktualny kapitał wizerunkowy.**

<https://grzegorzhajduk.pl/ksztaltowanie-marki-miejsca/>



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marka miejsca

- Strategie marek z założenia wymagają **zachowania konsekwencji i aktywności po stronie nadawcy w długim okresie.**
- Oczekiwane efekty, w tym przede wszystkim zmiany w sposobie postrzegania jednostki terytorialnej przez ludzi, pojawiają się **zwykle po kilku a czasami nawet po kilkunastu latach udowadniania własnej tożsamości.**

<https://grzegorzhajduk.pl/ksztaltowanie-marki-miejsca/>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing terytorialny

- Marketing terytorialny to rynkowa koncepcja zarządzania jednostką osadniczą – jako zarządzanie zmierzające do zaspokojenia potrzeb i pragnień mieszkańców oraz «gości» **przez wcześniejsze ich rozpoznanie i przewidywanie zmian, a jednocześnie oparte na wykorzystaniu całokształtu posiadanych zasobów.**

A.Szromik: Marketing terytorialny jako atrybut rynkowej orientacji miast i regionów.



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Zarządzanie marketingowe wyróżnia się:

- świadomą orientacją na potencjalnych klientów i partnerów (określenie ich potrzeb, rozpoznanie preferencji i dokonanie wyboru grup priorytetowych),
- obserwacją i zrozumieniem funkcjonowania otoczenia (m.in. trendów, zachowań konkurencyjnych),
- systematycznym badaniem i prognozowaniem zachowań klientów,
- ustaleniem celów i strategii zorientowanych marketingowo,
- budowaniem marki,
- wpływaniem za pomocą instrumentów marketingu (w tym promocji),
- uwzględnieniem marketingu w systemie organizacyjnym JST.

M.Florek. A.Augustyn: Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury.



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing terytorialny

- O możliwościach rozwoju marki decyduje rzeczywista zawartość (zasoby i cechy terytorium) produktu terytorialnego będącego kombinacją

konkretnych, materialnych (np. obiekty handlowe, sportowe, infrastruktura transportowa, hotelowa, usługi komunikacyjne, kulturowe, zdrowotne)

i **abstrakcyjnych, niematerialnych** (np. obyczaje mieszkańców, kultura, tradycja, folklor, język, religia, atmosfera miejsca) elementów

oraz **lokalnych, charakterystycznych produktów i ich marek** (wyrobów lokalnych producentów i lokalnych usługodawców

- **Silna marka jest czynnikiem promującym turystykę, wspierającym lokalne produkty i usługi**, przyciągającym nowych mieszkańców i zatrzymującym mieszkańców przed emigracją, przyciągającym wykwalifikowanych pracowników i inwestorów oraz wzmacniającym tożsamość społeczności lokalnej.

M.Florek. A.Augustyn: Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury.



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing terytorialny

- Nadrzędnym celem marketingu terytorialnego jest wpływanie na **opinie, postawy i sposoby zachowywania się**

zarówno zewnętrznych (spoza granic danej społeczności lokalnej),

jaki wewnętrznych (w granicach danej społeczności lokalnej) grup zainteresowanych osób,

poprzez dobór odpowiednich środków i instrumentów służących realizacji celu.

M.Florek. A.Augustyn: Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury.



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing terytorialny

- O złożoności pojęcia świadczy liczba podmiotów realizujących działania podjęte w ramach marketingu terytorialnego.
- Do podmiotów tych zaliczamy:
 - władze samorządowe,
 - przedsiębiorstwa komunalne,
 - prywatne firmy działające na zlecenie władz samorządowych,
 - organizacje i stowarzyszenia świadczące w imieniu władz samorządowych,
 - usługi publiczne dla mieszkańców, inwestorów, mieszkańców i turystów.

M.Florek. A.Augustyn: Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury.



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing relacji - definicja i zastosowanie



POMORSKI OŚRODEK
DORADZTWA ROLNICZEGO
W LUBANIU

- Jak sama nazwa wskazuje najważniejsza jest **relacja** - mocna więź z konsumentem, oparta na dialogu.
- Firmy włączają konsumentów do procesów powstawania, dystrybucji i reklamowania produktu.
- W ten sposób towary i usługi stają się bardziej **spersonalizowane**, dostosowane do indywidualnych potrzeb klientów.
- W dobie silnego rozwoju i wszechobecności internetu, idealnym narzędziem do prowadzenia dwukierunkowej komunikacji są **media społecznościowe**.



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-relacji-zaprzyjaj-ni-sie-z-klientem>

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing relacji - definicja i zastosowanie



POMORSKI OŚRODEK
DORADZTWA ROLNICZEGO
W LUBANIU

- Za ich pośrednictwem **po pierwsze można tworzyć angażujące treści**, które sprzyjają wyróżnieniu się na tle konkurencji, zainteresowaniu odbiorców ofertą i budowaniu pozytywnego wizerunku.
- Po drugie odwiedzający profil mogą **dzielić się swoją opinią i sugestiami**.
Taki feedback stanowi niezwykle cenne źródło wiedzy, które w przyszłości firmy mogą wykorzystać i na jego podstawie oferować produkty i usługi w pełni spełniające oczekiwania i potrzeby swoich klientów.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-relacji-zaprzyjaznij-sie-z-klientem>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Marketing relacji

- Zanim rozwinął się marketing relacji, firmy sprzedawały produkty. Dziś sprzedaje się markę, a razem z nią **cały pakiet wartości**.
- Przedsiębiorstwa nie celują już w portfele konsumentów, **ale w ich serca - kluczowe są lojalność oraz szereg pozytywnych skojarzeń z marką**.
- Jak przekonać ludzi, by kupili właśnie ten produkt/usługę, mimo że jest podobny do masy innych, a na dodatek kosztuje nieco więcej?
Marketing relacji odpowiada: powiąż go ze stylem życia.
- Konsumenci kupują określone rzeczy nie z powodu tego, **kim są, ale kim pragną zostać**.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-relacji-zaprzyjajnij-sie-z-klientem>



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



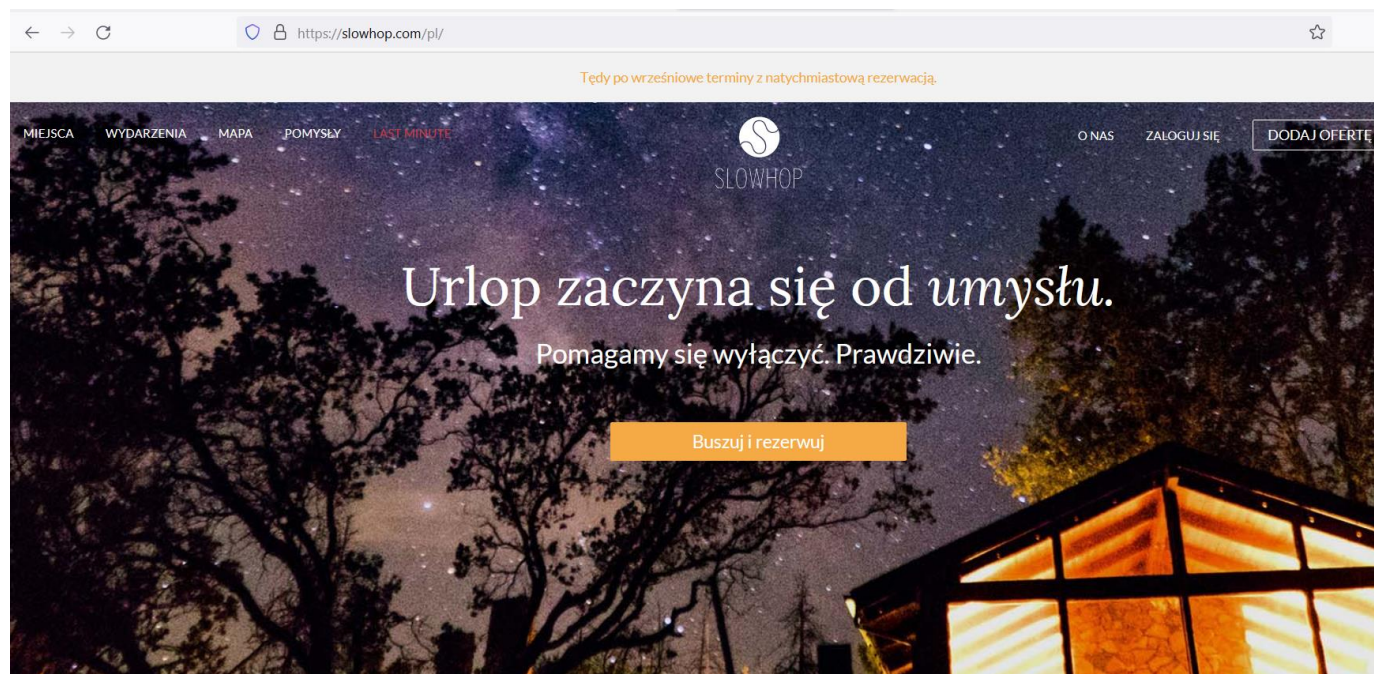
**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020**

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Jak można komunikować markę?



POMORSKI OŚRODEK
DORADZTWA ROLNICZEGO
W LUBANIU



Hej, zarezerwuj klimatyczny nocleg i wyprawę z pasią!

<https://slowhop.com/pl>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”



- 1 -

Tu znajdziesz niebanalny nocleg

Znajdujemy dla Ciebie same perełki wśród pensjonatów, agroturystyk, domów wakacyjnych i organizatorów kameralnych wyjazdów.



- 2 -

Poprosisz o rezerwację

Po prostu wybierz miejsce, a później datę.
Napisz coś o sobie...



- 3 -

Ustalisz szczegóły



- 4 -

Potwierdzisz rezerwację

<https://slowhop.com/pl>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Stare Polaszki 13

📍 Polska, Kaszuby, Stare Polaszki

Stare Polaszki 13 to adres, który warto zapamiętać z kilku względów. Po pierwsze to niewielka wieś na pograniczu Kaszub i Kociewia, taka z dala od zgiełku miast, szarych zabudowań i buchających dymem kominów. Po drugie, życie jest tu kolorowe: mamy czerwone okiennice, mansardowy dach, mur pruski i różano lawendowy dziedziniec. Po trzecie: możemy pochwalić się stawem w kształcie serca i świeżymi warzywami, które możecie chrupać cały dzień. A wszystko to skąpane jest w totalnie wiejskim klimacie, w bezkresie łąk i pól oraz w smaku kompotu pitego na werandzie.

Głównymi bohaterami tej historii są lasy, łąki, jeziora i cisza. Czas płynie tu wolniej, a śniadania je się do późna. Na naszych stołach królują świeże ryby z Kaszubskich jezior, ręcznie lepiące pierogi, olbrzymie schabowe, rosół jak u babci oraz domowe ciasta – obiecujemy, że nie wyjedziecie stąd głodni. Potem wszystkim zalecamy leżakowanie. Bo i po co się spieszyć?

My już spełniliśmy marzenie o życiu na wsi, teraz czas na Was. Przyjeżdżajcie!

Dodaj liczbę osób i daty
żeby sprawdzić dostępność

Goście

Daty



Sprawdź dostępność

Tutaj też zadasz pytania.

<https://slowhop.com/pl>



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich**
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”



Gospodarz:

Katarzyna i
Jan

Człowiek wielkiej wiary w miejsce współtworzone razem z teściem Janem. Stare Polaszki 13 to tak naprawdę marzenie realizowane przez mojego teścia, a ja to pomocna synowa, dość zorganizowana, konsekwentna w działaniu, z ogromną ilością pozytywnej energii. Przed 20 laty lekko zapuszczone i zadłużone gospodarstwo zostało odkupione przez teścia od gospodarza i tak od tego czasu Jan konsekwentnie dążył do realizacji swojego marzenia. Mimo zniechęcających głosów z zewnątrz i przeciwności losu dalej kontynuował swoją misję, w którą mocno wierzy. To dzięki niemu kuchnia w Polaszkach jest najlepsza pod słońcem. Pasjonat wyśmienitej polskiej kuchni, nigdy nie był kucharzem, ale gotuje wybornie, (rosół, barszcz, kaczką, gołąbki z przepisów jego mamy i babci...palce lizać) dlatego trzyma pieczę nad potrawami i menu. Ja jedynie pomagam w realizacji jego marzenia, mimo, że dzieli nas różnica pokoleń, to na pewno konsekwencja i miłość do tego miejsca jest naszą wspólną cechą.

<https://slowhop.com/pl>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH

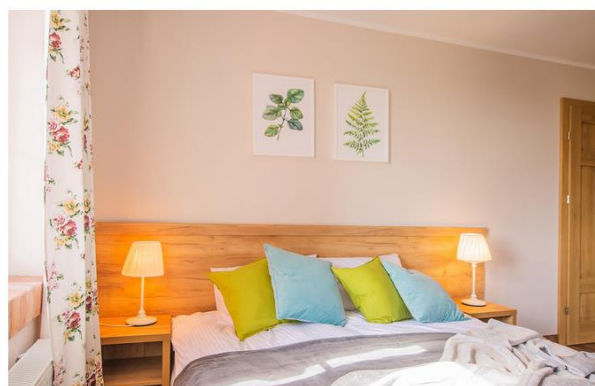


Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”



POMORSKI OŚRODEK
DORADZTWA ROLNICZEGO
W LUBANIU

<https://slowhop.com/pl/miejsca/stare-polaszki-13,zdjecia.html>



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Promocja agroturystyki - konkrety



POMORSKI OŚRODEK
DORADZTWA ROLNICZEGO
W LUBANIU

- Własna strona – dobre zdjęcia lub profesjonalne i wyczerpujące opisy.
- www, Facebook, Instagram, Linked in, Tik-Tok? – pamiętaj o spójności!
- Pozycjonowanie w Google – korzystaj z rady fachowców.
- Własny blog promujący agroturystykę.
- Twoi dotychczasowi klienci.
- Wykorzystanie „liderów opinii”.
- Relacje ze szkołami.
- Kanały komunikacji i promocji używane przez powiaty, gminy.
- Ponad informacje turystyczne, lokalne grupy działania, etc.
- Udział w wydarzeniach, konferencjach, targach.



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Pytania, na które warto sobie odpowiedzieć.

- Gdzie Twój „biznes” jeszcze może być widoczny w kanałach komunikacji/promocji (w tym JST)?
- Jak powiązać atrakcje regionu z atrakcją, którą tworzysz w ramach swojego przedsięwzięcia?
Czy atrakcje regionu sprzyjają Twojemu biznesowi, czy są obojętne?
- Jaki jest wizerunek Twój i Twojego biznesu?
Jak i co komunikujesz swoim klientom?
Nad czym będziesz pracować w najbliższym czasie?
- Czy korzystasz z pomocy doradców/wzorujesz się na kimś , by stworzyć spójny wizerunek swojego biznesu?



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Zapraszam do kontaktu w przyszłości ☺

Jarosław Bień

biuro@hermaneducation.pl

tel. 501 614 674



**SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH**



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**



**Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich**
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”