

Jesteś tutaj:

Strona główna

>

Turystyka

>

Projekty Turystyczne i Festiwale

>

Projekty turystyczne

>

Panel Turystyczny KIEW

<https://lublin.eu/turystyka/dzieje-sie/projekty-turystyczne/panel-turystyczny-kiew/>



Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej jest miejscem spotkań tysięcy praktyków współpracy rozwojowej i transgranicznej oraz stanowi platformę dialogu środowisk nauki, kultury, edukacji, władz samorządowych i państwowych, twórców i decydentów z tej części Europy. Tego rodzaju platforma ma wspomagać realizację partnerskich projektów z dostępnych źródeł finansowania zewnętrznego.

Kongres jest organizowany w ramach działalności Centrum Kompetencji Wschodnich – programu realizowanego przez Miasto Lublin i Samorząd Województwa Lubelskiego. Zadaniem CKW jest sieciowanie i inicjowanie nowych przedsięwzięć oraz współtworzenie nowej jakości w szeroko rozumianej współpracy rozwojowej.

Jedną z linii programowych podczas Kongresu Inicjatyw Europy Wschodniej jest Panel Turystyczny!

PANEL TURYSTYCZNY 2018

Wśród prelegentów tegorocznego Panelu Turystycznego znalazły się:

- Agnieszka Ciesielska - influencer, eventowy bloger, producent wydarzeń w Polsce, wykładowca oraz prelegent. Z pasją opowiada o projektach związanych z eventami w Polsce, podpatruje rynek MICE i dzieli się swoimi doświadczeniami na blogu oraz podcaście EventowaBlogerka.pl
- Aleksandra Piesiak - od kilku lat zarządza projektami marketingowymi i PR-owymi. Jako account manager w MOXIE Agencji Kreatywnej buduje długofalowe relacje z klientami, celnie identyfikuje potrzeby i oczekiwania. Zorientowana na efekt. Współtworzy strategię komunikacji i czuwa nad ich realizacją. Od ponad 2 lat związana głównie z markami gastronomicznymi. Doradza właścicielom i managerom restauracji w kwestiach marketingowych i wizerunkowych. Nastawiona na doświadczenie gościa w lokalu i w przestrzeni online.
- Miriam Małgorzata Szypielewicz - Account manager w Moxie Agencja Kreatywna. Współpracuje z klientami z branży HoReCa

wspierając ich działania marketingowe i wizerunkowe. Specjalizuje się w tworzeniu przemyślanych i trwałych strategii komunikacji. Każdą współpracę traktuje indywidualnie, wsluchuje się w potrzeby klientów i szuka dla nich wyjątkowych rozwiązań dzięki którym wyróżnią się na tle konkurencji.

- Magdalena Kasprzyk – Chevriaux wywodzi się z rodziny o tradycjach dziennikarskich. Z rozsądku adwokata, z pasji kulinarna szperaczka i smakoszka. W liceum i na studiach współpracowała z lokalnymi rozgłośniami radiowymi i gazetami, klepiąc wiadomości w newsroomie i pisując recenzje. Niespokojna natura po latach kazała jej wrócić do pisania. Autorka tekstów dla magazynu Kuchnia, Usta, Poland Today. Współpracuje z Instytutem Adama Mickiewicza i Instytutem Polskim w Paryżu. Napisała artykuł dla serwisu informującego o najważniejszych zjawiskach i tendencjach w kulturze polskiej Culture.pl. Współorganizatorka kulinarnych wydarzeń promujących nowoczesną kuchnię polską. Sprowadziła do Instytutu Polskiego w Paryżu Aleksandra Barona i Adama Chrzastowskiego. W wolnych chwilach prowadzi anglojęzyczny blog Tasty Colours, poświęcony polskiej kuchni.

Panel Turystyczny poruszał następujące zagadnienia:

1. Budowanie publiczności eventowej w praktyce

Rozwój Widowni to (w dużym uproszczeniu) marketing sztuki, który wychodzi daleko poza „sprzedaż wydarzeń” - ma za zadanie aktywizować społeczność wokół działań organizacji, budować relacje z publicznością, animować i rozwijać jej zainteresowania. Chodzi więc zarówno o powiększanie widowni obiektów, wydarzeń i realizowanych projektów, jak i poznanie i budowanie jej potrzeb. Ważna jest zarówno dbałość o dotychczasową publiczność, jak i świadome docieranie do nowej. Widownią są wszyscy odbiorcy działań organizacji zajmujących się turystyką, kulturą i sztuką. W ramach panelu turystycznego chcemy omówić doświadczenia organizatorów wydarzeń w związku z budowaniem grupy docelowej wydarzenia oraz sieci partnerów. Porozmawiamy o relacji budowanej pomiędzy formułą, programem, a miejscem organizacji wydarzenia.

2. Komunikacja marketingowa usług turystycznych!

Czy działania marketingowe to domena wyłącznie dużych korporacji? Czy własne logo i ulotki wystarczą by wypromować swoje usługi? Co to znaczy spójny z marką? Czy miastom potrzebna jest marka? Te i wiele innych pytań zadamy podczas trzeciej linii tematycznej. Wspólnie z ekspertami porozmawiamy o tym na czym polega budowanie i wdrażanie marki na co dzień, czego się obawiamy i jak długą drogę należy przejść od pomysłu na siebie aż do kreacji graficznej i zaangażowania.

3. Kulinaryny wymiar podróży

W ostatnich latach zauważalne jest zwiększone zainteresowanie turystyki opartej o kuchnię i kulinaria. Nie jest to oczywiście główna motywacja przyjazdu, ale często jeden z głównych czynników budujących satysfakcję z pobytu. Stacje telewizyjne emitują różnorodne programy o tej tematyce, księgarnie pełne są książek i czasopism kulinarnych, w Internecie rekordy popularności biją blogi autorstwa miłośników gotowania, przybywa też ofert warsztatów i eventów kulinarnych. Mimo rozwijającej się i propagowanej zewsząd mody na regionalne produkty i powrót do dawnych polskich smaków, przypraw i receptur wciąż jest niewiele miejsc, które są lokalną atrakcją turystyczną. Miejscem, które koniecznie trzeba odwiedzić by bliżej poznać atmosferę miasta, jego dawne i współczesne dziedzictwo. Tematyka panelu poświęcona jest dobremu praktykom w zakresie budowania filozofii działalności obiektów gastronomicznych nawiązujących do efektu pochodzenia (place of origin). Podczas dyskusji zastanowimy się czy szlaki kulinarne są rzeczywiście popularne wśród turystów? Kto jest uczestnikiem eventów kulinarnych? Czy można wyróżnić się na rynku promując lokalne tradycje? Co jest barierą, a co potencjałem rozwoju?

DO POBRANIA



Agnieszka_Ciesielska_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej_prezentacja budowanie publiczności eventowej w praktyce.pdf

Agnieszka_Ciesielska_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej_prezentacja budowanie publiczności eventowej w praktyce



MOXIE_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej _prezentacja strategia komunikacji.pdf

MOXIE_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej _prezentacja strategia komunikacji



MOXIE_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej_prezentacja social media w gastronomii.pdf

MOXIE_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej_prezentacja social media w gastronomii



Magdalena Kasprzyk-Chevriaux_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej_prezentacja kulinarny wymiar podróży.pdf

Magdalena Kasprzyk-Chevriaux_Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej_prezentacja kulinarny wymiar podróży

