

*Карельский государственный педагогический  
университет  
Институт образовательного менеджмента и  
кадровых ресурсов*



# *DREAM LAND*

Почувствуй себя человеком  
мира!

## Фирма «*DREAM LAND*»

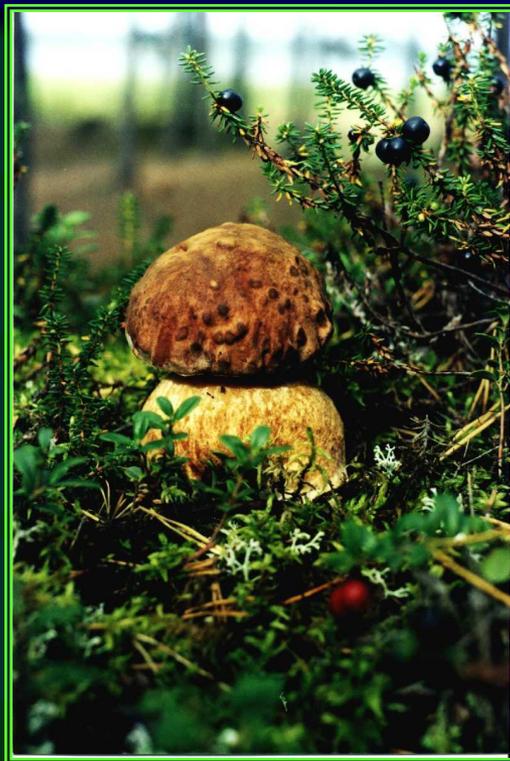
организует широкую международную сеть туристских маршрутов, предоставляя клиентам беспрецедентный по разнообразию перечень услуг и мест посещения, обеспечивая комфортные условия потребления турпродукта в зависимости от любых предпочтений клиентов



Добро пожаловать  
в удивительный мир...

Стань русским на неделю!!!

Россия встретит вас суровостью природы и теплом русской души,  
первозданными местами в национальных парках и широтой русского  
характера





Вы познакомитесь  
с самобытной  
культурой  
русского народа,  
посетите  
изумительные по  
своей красоте  
памятники  
русской старины

Вы станете почетными  
гостями национальных  
праздников.

Вы будете иметь  
возможность сделать  
фотографии в  
традиционных русских  
костюмах и стать  
обладателями истинно  
русских сувениров





## Проводником в русскую культуру для Вас станут русские партнеры

Каждый желающий  
может стать  
принимающей  
стороной

Каждый  
желающий  
может  
выбрать  
партнера по  
душе



# *Расширение сферы контактов между людьми разных стран, культур, интересов и предпочтений*

- взаимообогащение новыми ценностями, знаниями, ощущениями, переживаниями;
  - установление дружеских контактов, поиск партнеров, единомышленников с общими интересами и увлечениями;
  - возможность осуществления своих ожиданий, надежд, творческих планов, связанных с контактами и общением;
- 
-

# *Социальная защита и развитие малого семейного бизнеса*

- расширение инфраструктуры внутреннего туристического бизнеса
  - взаимодействие с государственными органами в сфере развития малого бизнеса
  - увеличение налоговых поступлений
  - увеличение числа рабочих мест
-

## Создание инфраструктуры

# Бизнес-модель

1. Тестирование
2. Отбор
3. Обучение

## ТИПЫ СЕМЕЙ

*Работа с  
принимаю-  
щими  
семьями*

**ТУРИЗМ  
ПРОДУКТ**

*Работа с  
клиентами*

4. Тренинг
5. Консультирование
6. Проекты семей

## ПРОГРАММЫ

1. Виды семей и программы
2. Анкета интересов и приоритетов
3. Заказ-розыгрыш
4. Конкурс (продукт Клиента)
5. ТВ-передача
6. Клиент —

# *Создание инфраструктуры*

- Поиск и привлечение большого количества потенциальных партнеров;
- Организация конкурса для выявления наиболее интересных партнеров;
- Обучение партнеров для работы с клиентами

# Бизнес-модель

1. Поиск
2. Отбор
3. Обучение

4. Тренинг
5. Консультирование
6. Проекты семей

ТИПЫ СЕМЕЙ

ТУРПРОДУКТ

ПРОГРАММЫ

*Работа с*

Развитие  
инфраструктуры

*Работа с  
клиентами*

1. Виды семей и программы
2. Анкета интересов и приоритетов
3. Заказ-розыгрыш
4. Конкурс (продукт Клиента)
5. ТВ-передача
6. Клиент —

---

# *Тренинг, консультирование*

- Тренинг – создание индивидуальности каждого партнера
  - Консультирование в процессе работы партнеров с клиентами, информационная поддержка
  - Конкурсный отбор индивидуальных программ приема гостей
-

# Бизнес-модель

Предпочтения клиентов

1. Поиск
2. Отбор
3. Обучение

2. Анкета интересов и приоритетов
3. Заказ-розыгрыш

*Работа с принимающими семьями*

*Работа с клиентами*

4. Тренинг
5. Консультирование
6. Проекты семей

4. Конкурс (продукт Клиента)
5. ТВ-передача
6. Клиент —

ТИПЫ СЕМЕЙ

ТУРПРОДУКТ

ПРОГРАММЫ

# *Предпочтения клиентов*

- Виды семей и программы;
- Анкета интересов и приоритетов;
- Заказ-розыгрыш

# Бизнес-модель

1. Поиск
2. Отбор
3. Обучение

1. Виды семей и программы
2. Анкета интересов и приоритетов

*Работа с принимающими семьями*

ТИПЫ СЕМЕЙ

ТУРПРОДУКТ

Р  
кл

Клиент-маркетолог

4. Тренинг
5. Консультирование
6. Проекты семей

ПРОГРАММЫ

4. Конкурс (продукт Клиента)
5. ТВ-передача
6. Клиент —

---

# *Клиент-маркетолог*

- Конкурс – турпродукт клиента;
  - Телевизионная передача;
  - Клиент-маркетолог
- 
-

*Земля мечты  
превращается в  
фабрику звезд  
туристического  
бизнеса*

# *Сферы организации малого туристического бизнеса*



---

**Проводником к  
познавательному и  
интересному отдыху для Вас  
станет программа:**

***«Стань русским  
на неделю!»***

---

- 
1. Завтрак
  2. Ремесла русской земли. Экскурсия в центр народного творчества. Участие в анимационных программах.
  3. Обед
  4. Конкурс на лучшую поделку
  5. Прогулка на речном катере с ужином на борту
-

---

Программа «Стань русским на неделю!» поможет вам узнать, кем были русские, кем они стали и попробовать самим предугадать, каким будет их будущее. Программа познавательна по своей направленности и задумана как вариант активного отдыха.

Во время осмотра достопримечательностей, выступления фольклорных коллективов и других мероприятий, которые мы приготовили для Вас, Вы постепенно меняете роль зрителя на роль главного действующего лица, участвуя в конкурсах. Каждый день Вы сможете приобщаться к русской культуре. Участник, победивший в наибольшем количестве конкурсов, будет объявлен «Почетным Гражданином Мира».

---

---

**Проект «Гражданин мира»  
можно применить к другим  
культурам, например:**

*«Be Englishman for a week!»*

---

# Бизнес-модель

1. Поиск
2. Отбор
3. Обучение

*Работа с  
принимаю-  
щими  
семьями*

4. Тренинг
5. Консультирование
6. Проекты семей

ТИПЫ СЕМЕЙ

ТУРПРОДУКТ

ПРОГРАММЫ

*Работа с  
клиентами*

1. Виды семей и программы
2. Анкета интересов и приоритетов
3. Заказ-розыгрыш
4. Конкурс (продукт Клиента)
5. ТВ-передача
6. Клиент —

# ОСНОВНАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ И ЕЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

- Индивидуальный подход, гарантирующий широкий спектр услуг, учет предпочтений и пожеланий клиентов;
- Полный комплекс услуг, определяемый программой семьи. При этом клиенты становятся проводниками идеи «семейного турбизнеса»;
- Клиент – полноценный партнер фирмы, способствует расширению инфраструктуры «Dream land» как в России, так и за рубежом;
- Клиент – полноценный партнер фирмы, способствует расширению инфраструктуры «Dream land» как в России, так и за рубежом;
- Поддержка со стороны государственных органов, социальных и государственных программ по развитию малого семейного бизнеса. А также иностранных инвесторов;
- Турпродукт фирмы «Dream land» дает клиенту возможность удовлетворения потребности в любви и сопричастности

## ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА

- Люди, которых интересует русская культура;
- Люди, стремящиеся найти единомышленников по интересам (профессия, досуг, хобби, романтические знакомства);
- Семьи, желающие завязать отношения с семьями принимающей стороны;
- Изучающие русский язык

# КАК ПРЕТВОРИТЬ ИДЕЮ В ПРАКТИКУ

Последовательность работы фирмы  
разбивается на два направления,  
которые реализуются параллельно.

Одно направление – работа с  
принимающими семьями, второе –  
работа с клиентами

# *Работа с принимающими семьями:*

1. Разработка критериев отбора семей:
2. Поиск и привлечение семей-партнеров через СМИ, Интернет, личных контактов, посредством сетевого маркетинга.
3. Отбор семей в соответствии с разработанными критериями.
4. Обучение выбранных семей:
5. Тренинг семей

## *Работа с клиентами:*

1. Разработка и поддержка сайта,
2. Создание каталога семей и их программ и размещение их на сайте,
3. Сбор информации посредством анкетирования в режиме on'line о клиентах и их потребностях,
4. Организация кампании распределения заказов и розыгрышей путевок.

# КАК ОСУЩЕСТВИТЬ ФИНАНСИРОВАНИЕ

1. Использование предоплаты клиентов (через реализацию путевок),
  2. Использование собственных капиталов, денег друзей финансовых возможностей принимающих семей.
  3. Финансовая поддержка службы занятости:
  4. Заявки на грант (развитие малого предпринимательства, социальная защита населения, развитие туристской отрасли в инфраструктуре региона),
  5. Государственные и общественные организации (фонды поддержки малого бизнеса).
  6. «Ангел-хранитель»
-

# КАК ОСУЩЕСТВИТЬ МАРКЕТИНГ

1. Сотрудничество с фондами дружбы между народами, с использованием уже существующих международных контактов и между учебными заведениями с привлечением к участию обществ Российско-Австрийской и других культур, обращение к любителям русского языка.
2. Через объявления в СМИ и интернете.
3. Личные контакты,
4. Использование системы бонусов для всех, кто привлек к участию в проекте новых клиентов и новые семьи, система накопительных купонов,

# КАК ОСУЩЕСТВИТЬ МАРКЕТИНГ

5. Клиент участвует в формировании турпродукта, для чего на сайте размещена анкета для выявления потребностей клиентов,
6. Организация конкурса на лучший отзыв о приобретенном опыте и полученных впечатлениях. Клиент становится клиентом-маркетологом.
7. Телевизионная передача (телемост, программа) с организацией встреч принимающих семей и клиентов. Длительный проект, который предусматривает отслеживание развития отношения между семьей и клиентом

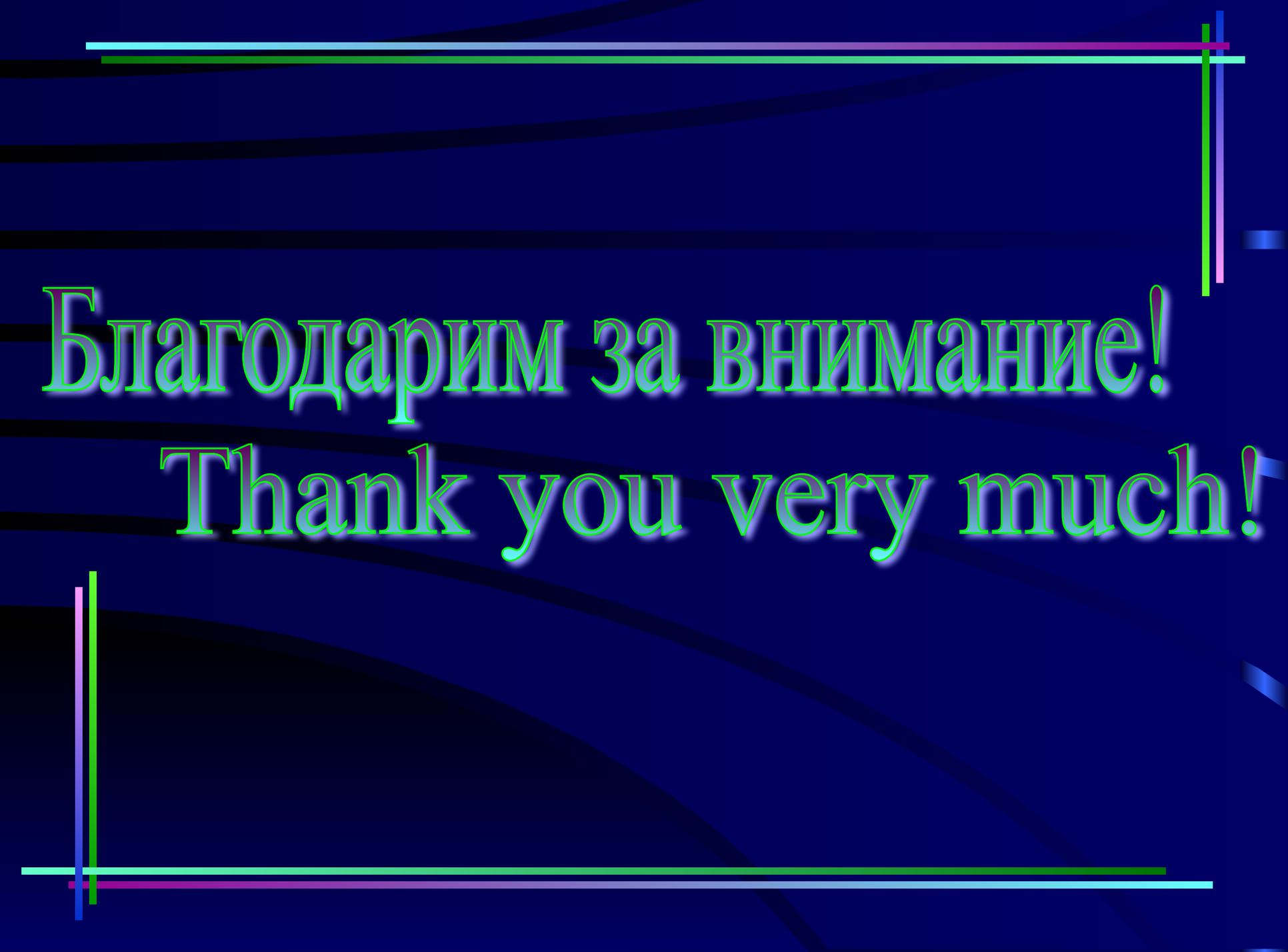
# РИСКИ

1. Непредвиденные жизненные ситуации в принимающих семьях,
2. Возможно возникновение проблем в отношениях между принимающей семьей и клиентом.
3. Несовпадение ожиданий клиента и реальной ситуации.
4. Форс-мажорные обстоятельства.
5. Языковой барьер

---

# КАК ВЫ СПРАВЛЯЕТЕСЬ С РИСКАМИ

1. Подготовка запасного варианта.
  2. Помощь со стороны компетентных специалистов фирмы (психологи, юристы и т.д.)
  3. Реальное информирование, предварительная работа с клиентом
  4. Предложение других вариантов.
  5. Организация и проведение языковых экспресс курсов для семей, подбор семей с членами, владеющими языком
-



Благодарим за внимание!

Thank you very much!