



SPRAWOZDANIE Z I EDYCJI CYKLU SZKOLENIOWO- EDUKACYJNEGO

Pn. "Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynków: chińskiego, japońskiego i indyjskiego?"

projekt realizowany przez



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

we współpracy z



SPIS TREŚCI

1.	PROJEKT „LUBIĘ POLSKĘ”	3
2.	PODSTAWOWE INFORMACJE DOTYCZĄCE SZKOLEŃ	3
3.	ZAKRES SZKOLEŃ	4
5.	SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE	6
6.	TERMINARZ SZKOLEŃ	12
7.	CERTYFIKAT	43
8.	MEDIA O PROJEKCIE	44
9.	ZAPOWIEDŹ II EDYCJI	44
10.	INFORMACJE O SZKOLENIOWCACH	45
11.	INFORMACJE O ORGANIZATORZE	45
12.	ZAŁĄCZNIKI	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

1. PROJEKT „LUBIĘ POLSKĘ”

Chiny, Indie i Japonia to rynki, których wspólną cechą jest potencjał, jaki stanowią dla turystyki przyjazdowej do Polski. W przeciwieństwie do rynków europejskich, które tworzyły się na tym samym gruncie kulturowym, każdy z tych krajów to odrębna kultura, historia, tradycja, estetyka i dlatego działania – w tym przekaz i jego forma wizualna – muszą być projektowane indywidualnie dla każdego z nich.

Równocześnie warto zauważyć, że podróże do Europy to wyraz statusu i prestiżu, a nawet mody (moda kreowana przez Bollywood w Indiach), dlatego produkty turystyczne oferowane na poszczególnych rynkach azjatyckich będą podobne i będą zawierały się w obszarze turystyki miejskiej i kulturowej. Polska to kraj różnorodny, inny od pozostałych, z niezniszczonym charakterem, osobowością, naturą i żywą historią. Polska jest pełna kontrastów, indywidualizmu, pasji i energii. Wszystko to sprawia, że wizyta w Polsce nigdy nie jest czymś banalnym, standardowym, zapada na długo w pamięć i może stać się czymś modnym.

W dniu 28 grudnia 2012 r. Polska Organizacja Turystyczna podpisała z Ministerstwem Gospodarki umowę na dofinansowanie projektu „Lubię Polskę!”, którego głównym celem jest przedstawienie oferty turystycznej Polski na terenie państw azjatyckich – Chin, Indii oraz Japonii. Dofinansowanie w ramach 6. Osi priorytetowej „Polska gospodarka na rynku międzynarodowym”, Działanie 6.3 „Promocja turystycznych walorów Polski”, w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007–2013 wyniosło 50 000 000 PLN.

Celem projektu „Lubię Polskę!” jest poprawa pozycji konkurencyjnej Polski na rynkach azjatyckich. Realizacja projektu pozytywnie wpłynie na poziom przyjazdów i wydatki turystów zagranicznych, a tym samym zwiększy eksport polskich usług i pozytywnie wpłynie na bilans handlowy kraju. Stworzy także nowe możliwości rozwoju dla podmiotów branży turystycznej w Polsce.

Polska Organizacja Turystyczna zakłada również, że realizacja projektu przyczyni się do zapewnienia spójnego przekazu wiedzy z zakresu działań marketingowych w turystyce dla podmiotów działających w kraju i za granicą na rzecz rozwoju turystyki w Polsce. Zaplanowane w ramach projektu „Lubię Polskę!” działania wpłyną na poprawę jakości komunikacji (przekazu informacji) i obsługi turystów oraz podniesienie poziomu jakości i skuteczności działań promocyjnych z wykorzystaniem nowoczesnych technik przekazu.

2. PODSTAWOWE INFORMACJE DOTYCZĄCE SZKOLEŃ

Projekt „Lubię Polskę!” jest skierowany do następujących grup docelowych:

- ✓ **Konsumenci**, to mieszkańcy Chin, Japonii i Indii, często podróżujący i wydający środki na podróże zagraniczne. W ramach projektu przewidziane jest docieranie do konsumentów bezpośrednio – poprzez przekazy reklamowe w mediach masowych oraz pośrednio (w przypadku rynku japońskiego oraz indyjskiego) – poprzez zawodowych pośredników z branży turystycznej i dziennikarzy.
- ✓ **Przedstawiciele branży turystycznej**, którzy mają pokazać, że Polska może być tą destynacją, gdzie zaczyna się bądź kończy podróż do Europy. Badania przeprowadzone dotychczas na rynkach objętych kampanią pokazują, że ci, którzy odwiedzili już nasz kraj są z tego pobytu bardzo zadowoleni i deklarują chęć rekomendacji takiej podróży swojej rodzinie, przyjaciołom i znajomym. Rola pośrednika, jakim jest biuro podróży, agent turystyczny czy touroperator, jest wciąż znacząca z powodów proceduralnych i dlatego należy uznać, że ten kanał dystrybucji informacji będzie miał istotny wpływ na zainteresowanie Polską jako celem podróży.



- ✓ **Organizatorzy konferencji i kongresów**, to grupa docelowa działań prowadzonych w zakresie przemysłu spotkań (MICE). Polska już dzisiaj jest krajem cieszącym się zainteresowaniem chińskich delegacji biznesowych odwiedzających Europę. Wraz z rozwojem wymiany gospodarczej liczba przyjazdów biznesowych do Polski będzie się zwiększała.
- ✓ **Przedstawiciele mediów**, to grupa osób, do których należą dziennikarze i osoby opiniotwórcze. Jest to grupa pośredników, przez których komunikat o polskich produktach turystycznych trafia do konsumenta. To także grupa kształtująca wizerunek danej destynacji.
- ✓ **Wyodrębnione grupy odbiorców – producenci filmów bollywoodzkich** – stanowią bardzo wpływową grupę opiniotwórczą, która może nie tylko być źródłem przychodów dla polskich partnerów (hotele, restauracje, transport, branża filmowa i studia produkcyjne), ale także korzystnie wpływać na wizerunek Polski w oczach turystów z Indii.

3. ZAKRES SZKOLEŃ

Rynek chiński

Lp.	Temat	Zakres/cel szkolenia	Szczegółowe zagadnienia dotyczące szkolenia
1.	<i>Prezentacja projektu „Lubię Polskę!”</i>	Prezentacja projektu dotyczącego promocji Polski za granicą, w tym szczególnie kampanii POT na rynkach azjatyckich.	• Założenia i cele projektu. • Działania realizowane i planowane w ramach projektu. • Wartość wynikająca z projektu.
	<i>Procedury wizowe dla turystów z rynku chińskiego</i>	Zaprezentowanie procedury wizowej pomiędzy Polską a Chinami.	• Podstawowe informacje dotyczące procedury wizowej.
3.	<i>Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.</i>	Specyfika zachowań turystów z rynku chińskiego.	• Cechy wyróżniające społeczeństwo chińskie. Ogólne zachowania i normy społeczne w Chinach, różnice kulturowe (m.in. co wypada, a czego nie wypada robić – "do's and don't's"). Tradycje religijne. Specyficzne zachowania turystów z Chin w podróży: upodobania kulinarne, sposób spędzania wolnego czasu itp. Podstawowe zwroty grzecznościowe.
4.	<i>Obsługa organizacyjna grup z Chin – dobre praktyki podczas współpracy z touroperatorem</i>	Współpraca turystyczna z chińskimi kontrahentami. Komunikacja B2B. Narzędzia niezbędne do współpracy i przyjmowania grup turystycznych z Chin.	• Współpraca z kontrahentem z Chin: specyfika prowadzenia kontaktów handlowych, negocjacje. • Przygotowanie oferty turystycznej: zainteresowania turystów, upodobania kulinarne i rozrywkowe, szczególne wymagania bazy noclegowej i gastronomicznej. Narzędzia stosowane w komunikacji.

Czego uczestnik dowiedział się na szkoleniu:

- ✓ W jaki sposób nawiązać współpracę z przedstawicielami rynku chińskiego?



- ✓ Jak utrzymać relację z przedstawicielami rynku chińskiego?
- ✓ Na jakie elementy należy położyć nacisk, tworząc ofertę na rynek chiński?
- ✓ Jak wyglądają procedury wizowe w przypadku przyjazdu do Polski turystów z Chin?

Rynek japoński

Lp.	Temat	Zakres/cel szkolenia	Szczegółowe zagadnienia dotyczące szkolenia
1.	<i>Prezentacja projektu „Lubię Polskę!”</i>	Prezentacja projektu dotyczącego promocji Polski za granicą, w tym szczególnie kampanii POT na rynkach azjatyckich.	• Założenia i cele projektu. • Działania realizowane i planowane w ramach projektu. • Wartość wynikająca z projektu.
2.	<i>Specyfika rynku japońskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.</i>	Specyfika zachowań turystów z rynku japońskiego.	• Cechy wyróżniające społeczeństwo japońskie. Ogólne zachowania i normy społeczne w Japonii, różnice kulturowe (m.in. co wypada, a czego nie wypada robić – „do’s and don’t’s”). Tradycje religijne. Specyficzne zachowania turystów z Japonii w podróży: upodobania kulinarne, sposób spędzania wolnego czasu itp. Podstawowe zwroty grzecznościowe.
3.	<i>Obsługa organizacyjna grup z Japonii – dobre praktyki podczas współpracy z touroperatorem</i>	Współpraca turystyczna z japońskimi kontrahentami. Komunikacja B2B. Narzędzia niezbędne do współpracy i przyjmowania grup turystycznych z Japonii.	• Współpraca z kontrahentem z Japonii: specyfika prowadzenia kontaktów handlowych, negocjacje. • Przygotowanie oferty turystycznej, zainteresowania turystów, upodobania kulinarne i rozrywkowe, szczególne wymogi bazy noclegowej i gastronomicznej. Narzędzia stosowane w komunikacji. Przygotowanie materiałów promocyjnych.

Czego uczestnik dowiedział się na szkoleniu:

- ✓ W jaki sposób nawiązać współpracę z przedstawicielami rynku japońskiego?
- ✓ Jak utrzymać relację z przedstawicielami rynku japońskiego?
- ✓ Na jakie elementy należy położyć nacisk, tworząc ofertę na rynek japoński?
- ✓ Czego wystrzegać się podczas kontaktów z przedstawicielami rynku japońskiego?

4. ZAŁOŻENIA PROJEKTU

Głównym założeniem projektu było przekazanie uczestnikom szkoleń informacji dotyczących nawiązania skutecznej i trwałej współpracy z przedstawicielami z Chin, Indii i Japonii w ramach współpracy turystycznej, przygotowanie do przyjmowania turystów z w/w krajów, zachęcenie do tworzenia narzędzi w komunikacji B2B w wersjach z w/w rynków, wydanie wydawnictwa poszkoleniowego, strony internetowej oraz zorganizowanie szkoleń centralnych i opracowanie wniosków z przeprowadzonych szkoleń.

5. SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE

Pierwszy etap cyklu edukacyjno-szkoleniowego „Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynków: chińskiego, japońskiego i indyjskiego?” rozpoczął się konferencją (szkoleniem centralnym), która odbyła się 9 kwietnia 2013 roku w hotelu Radisson Blu Sobieski w Warszawie.

Głównym celem konferencji było zapoznanie uczestników z projektem „Lubię Polskę”, przedstawienie trenerów, tematyki szkoleń oraz przede wszystkim zachęcenie do uczestnictwa w planowanych szkoleniach.

Agenda konferencji inaugurującej:

Punkt programu	Godzina
<i>Przywitanie uczestników, przedstawienie planu spotkania</i>	12:10 – 12:15 (5 min)
<i>Prezentowanie projektu „Lubię Polskę”</i>	12:20 – 12:40 (20 min)
<i>Prezentowanie zespołu szkoleniowców oraz prezentacja tematów szkoleń merytorycznych (Chiny, Indie, Japonia)</i>	12.45 – 13:35 (50 min)
<i>Prezentowanie technicznych aspektów projektu (terminy, miejsca, sposób zgłaszania się na szkolenia)</i>	13:40 – 13:55 (15 min)
<i>Gość specjalny – wystąpienie</i>	14:00 – 14:30 (30 min)
<i>Zakończenie, podziękowanie za udział</i>	14:35 – 14:45 (10 min)
<i>Poczęstunek (Catering dla uczestników)</i>	

Zdjęcia:











- Formularz zgłoszeniowy on-line – rejestracja poprzez specjalnie do tego celu stworzoną stronę internetową <http://szkolenia-azja.pl>

BEZPŁATNE SZKOLENIA
„JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO PRZYJĘCIA TURYSTÓW Z RYNKÓW: CHIŃSKIEGO, JAPŃSKIEGO I INDYJSKIEGO?”

O szkoleniach:
Celem szkoleń jest przekazanie praktycznych informacji o współpracy z przedstawicielami z Chin, Indii i Japonii w ramach współpracy turystycznej oraz przygotowanie do przyjmowania turystów z tych krajów.

RYNEK JAPANEJSKI
NA SZKOLENIACH DOWIEZIE SIĘ M. IN.:

- Jakie są ujęciowe i kulturowe turystów z Japonii?
- Jak przygotować atrakcyjną ofertę turystyczną dla japońskiego turysty?
- Jak przygotować się do odbioru, obsługi i wyjazdu turystów z Japonii?

Zapisz się na szkolenie!

RYNEK CHIŃSKI
NA SZKOLENIACH DOWIEZIE SIĘ M. IN.:

- Jaki sposób mamy podjąć w tym celu?
- Na jakie elementy należy zwrócić uwagę?
- W jakich formach turystyka chińska?
- Informacje dotyczące procedur wizowych.

Zapisz się na szkolenie!

RYNEK INDYJSKI
NA SZKOLENIACH DOWIEZIE SIĘ M. IN.:

- Jak przygotować atrakcyjną ofertę turystyczną dla indyjskiego turysty?
- W jakich formach turystyka indyjska?
- Informacje dotyczące procedur wizowych.
- W jakich formach turystyka indyjska?

Zapisz się na szkolenie!

Dla kogo?
Adresatami szkoleń są osoby i organizacje:

- instytucje i organizacje samorządowe i regionalne
- organizacje i przedsiębiorstwa gospodarki
- organizacje i przedsiębiorstwa turystyki
- organizacje i przedsiębiorstwa kultury
- organizacje i przedsiębiorstwa sportu
- organizacje i przedsiębiorstwa rekreacji
- organizacje i przedsiębiorstwa usług
- organizacje i przedsiębiorstwa transportu
- organizacje i przedsiębiorstwa handlu
- organizacje i przedsiębiorstwa usług
- organizacje i przedsiębiorstwa usług

Gdzie?
Warszawa, Kraków, Gdańsk, Wrocław, Poznań, Katowice.

Kiedy?
Będzie I - koniec lipca 2013
Będzie II - koniec października 2013
Liczba miejsc ograniczona.

Proces:
Uczestnicy przysyłają formularz zgłoszeniowy
Organizacja informuje o przyjęciu
Organizacja informuje o przyjęciu

Kontakt:
szkolenia-azja@kultura.gov.pl

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013

Szkolenie 1: „Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku chińskiego?”

Miasto: Warszawa

Data: 16.04.2013

Miejsce: Hotel Radisson Blu Sobieski

Plac Artura Zawisza 1

00-025 Warszawa

Trenerzy: Radosław Pyffel, Michał Lubina

Agenda szkolenia:

Punkt programu	Godzina
Prezentacja projektu „Lubię Polskę”	10:00 – 10:30 (30 min)
Procedury wizowe dla turystów z rynku chińskiego	10:30 – 11:00 (30 min)
Przerwa kawowa	11:00 – 11:15 (15 min)
Część I: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	11:15 – 13:00 (105 min)
Przerwa kawowa	13:00 – 13:15 (15 min)

Punkt programu	Godzina
Część II: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	13:15 – 15:00 (105 min)
Przerwa na lunch (bufet szwedzki)	15:00 – 15:30 (30 min)
Obsługa organizacyjna grup z Chin – dobre praktyki przy współpracy z touroperatorem.	15:30 – 17:00 (90 min)

Uczestnikami szkolenia byli przede wszystkim touroperatorzy, hotelarze oraz przedstawiciele zrzeszeni w regionalnych oraz lokalnych organizacjach turystycznych oraz przedstawiciele samorządu.

Zdjęcia:



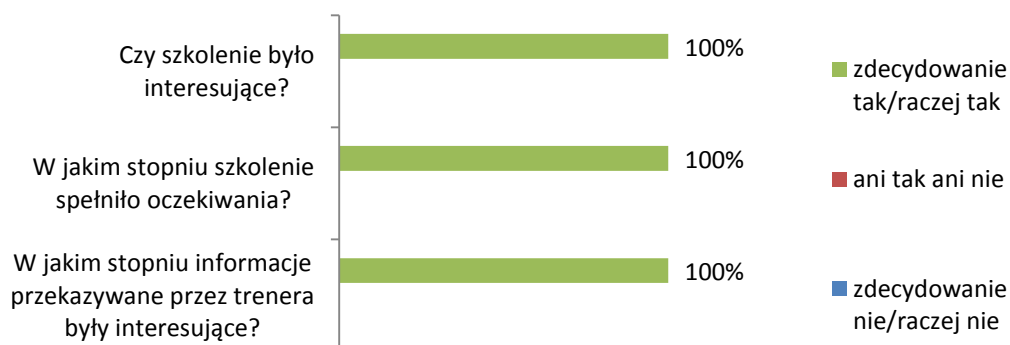






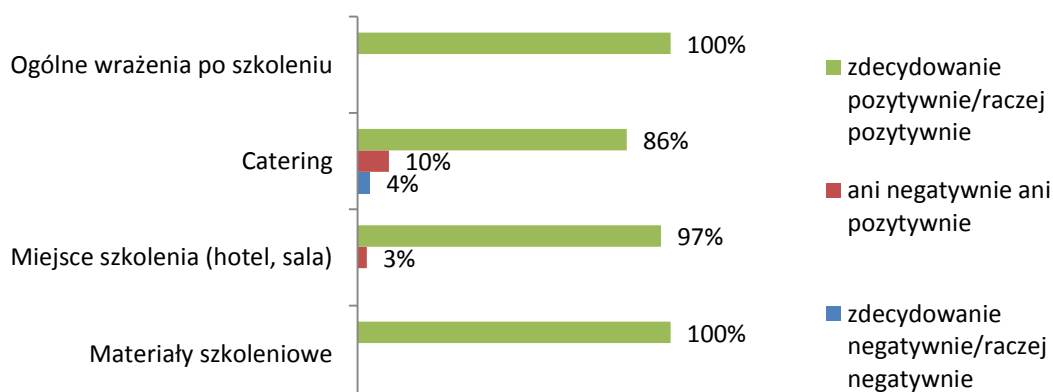
Ocena szkolenia:

Poniższe wykresy powstały w oparciu o ankiety ewaluacyjne wypełniane przez uczestników po szkoleniu:



Według wszystkich uczestników:

- Szkolenie było zdecydowanie lub raczej interesujące
- Szkolenie zdecydowanie lub raczej spełniło oczekiwania uczestników
- Informacje przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące



- Ogólne wrażenia wszystkich uczestników po szkoleniu są zdecydowanie pozytywne lub raczej pozytywne.
- 86% uczestników oceniło Catering zdecydowanie lub raczej pozytywnie.
- 97% uczestników oceniło miejsce szkolenia jako zdecydowanie lub raczej pozytywnie
- Materiały szkoleniowe wszyscy uczestnicy ocenili zdecydowanie lub raczej pozytywnie.



- Według wszystkich uczestników przykłady przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące.



- Wszyscy uczestnicy na pytanie czy poleciliby szkolenie innym osobom odpowiedzieli, że zdecydowanie lub raczej tak.

Wypowiedzi uczestników szkolenia:

„Najbardziej zainteresowały mnie tematy obejmujące specyfikę gości z Chin, ich zachowanie. Co i jak należy robić, a jakich sytuacji unikać – krótko mówiąc jak należy się zachowywać, *savoir vivre*.”

„Szkolenie było przygotowane bardzo profesjonalnie, a obsługa szkolenia i hotelowa na bardzo wysokim poziomie. Dziękuję. Mam wrażenie, że poznałam (co najmniej w 30%) specyfikę chińskiej kultury i potrzeb.”

„Za cenne uważam podpowiedzi odnośnie skonstruowania odpowiedniego produktu turystycznego dla gości z Chin. Teraz już wiem co mogłoby ich zainteresować.”

„Na szkoleniu podobało mi się wszystko! Zarówno różnice kulturowe, chińska filozofia, do and don't, cechy wspólne dla Polski i Chin.”

„Szkolenie ciekawe! Możliwość rozszerzenia wiedzy o cywilizacji chińskiej i uzyskania praktycznych wskazówek.”

Szkolenie 2: „Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku chińskiego?”

Miasto: Gdańsk

Data: 18.04.2013

Miejsce: Hotel Radisson Blu Gdańsk

ul. Długi Targ 19/Powroźnicza

80-828 Gdańsk

Trenerzy: Radosław Pyffel, Michał Lubina

Agenda szkolenia:

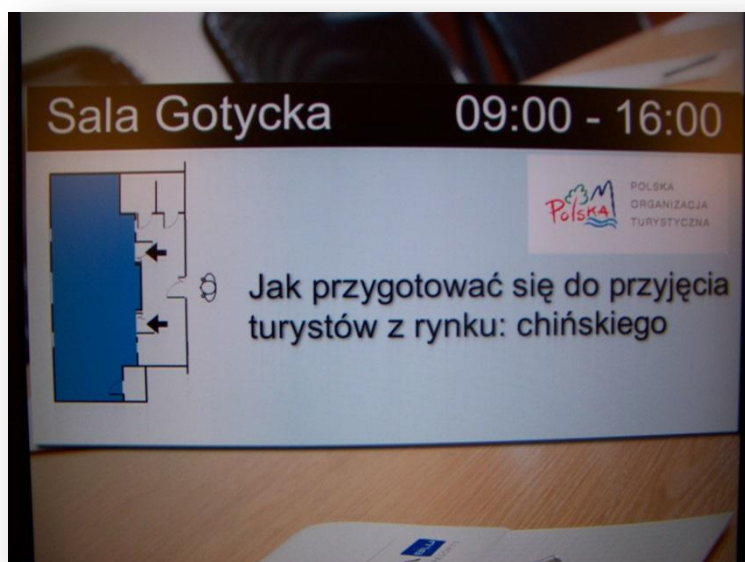
Punkt programu	Godzina
Prezentowanie trenerów i informacji organizacyjnych dotyczących szkolenia Prezentacja projektu „Lubię Polskę”	09:00 – 09:30 (30 min)
Procedury wizowe dla turystów z rynku chińskiego	09:30 – 10:00 (30 min)
Przerwa kawowa	10:00 – 10:15 (15 min)
Część I: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	10:15 – 12:00 (105 min)
Przerwa kawowa	12:00 – 12:15 (15 min)
Część II: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	12:15 – 14:00 (105 min)
Przerwa na lunch (bufet szwedzki)	14:00 – 14:30 (30 min)
Obsługa organizacyjna grup z Chin – dobre praktyki przy współpracy z touroperatorem.	14:30 – 16:00 (90 min)

Uczestnikami szkolenia byli: przedstawiciele samorządu oraz organizacji turystycznych, hotelarze i touroperatorzy.



Zdjęcia:



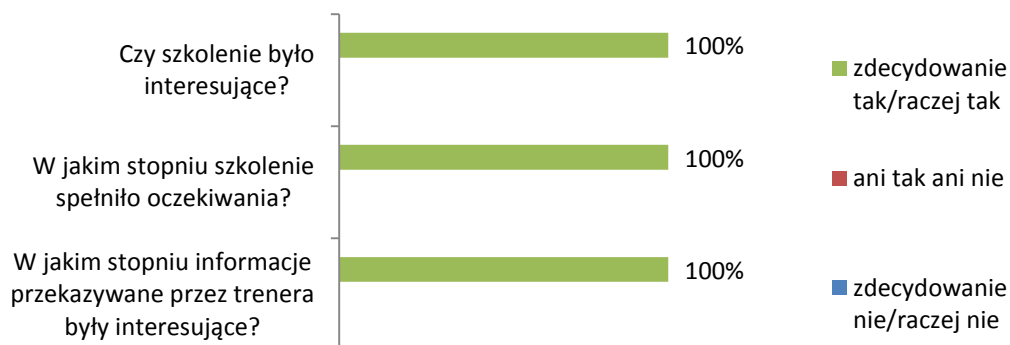






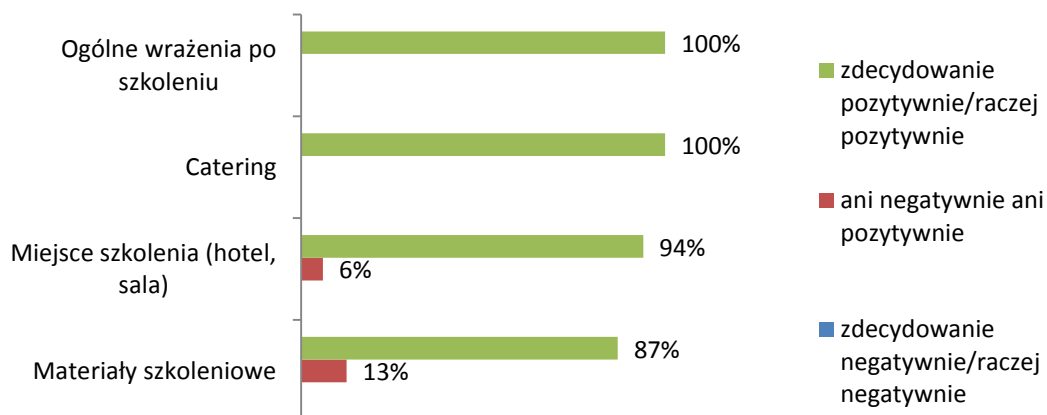
Ocena szkolenia:

Poniższe wykresy powstały w oparciu o ankiety ewaluacyjne wypełniane przez uczestników po szkoleniu:



Według wszystkich uczestników:

- Szkolenie było zdecydowanie lub raczej interesujące
- Szkolenie zdecydowanie lub raczej spełniło oczekiwania uczestników
- Informacje przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące.



- Ogólne wrażenia wszystkich uczestników szkolenia były zdecydowanie lub raczej pozytywne.
- Wszyscy uczestnicy szkolenia ocenili catering zdecydowanie lub raczej pozytywnie
- 94% uczestników oceniło miejsce szkolenia zdecydowanie lub raczej pozytywnie
- 87% uczestników oceniło materiały szkoleniowe zdecydowanie lub raczej pozytywnie



- Według wszystkich uczestników przykłady przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące.



- Wszyscy uczestnicy na pytanie czy poleciliby szkolenie innym osobom odpowiedzieli, że zdecydowanie lub raczej tak.

Wypowiedzi uczestników szkolenia:

„Zainteresowała mnie tematyka różnic kulturowych związanych z negocjacjami biznesowymi. Dowiedziałem się jak rozmawiać z potencjalnym chińskim klientem”

„Kultura chińska, zwyczaje oraz różnice kulturowe były ciekawie przekazane. Przydatne w mojej pracy będą uzyskane informacje na temat zachowań i oczekiwań chińskich turystów”

„Zrozumienie mentalności narodu chińskiego było dla mnie trudne. Na pewno przydatne będą poznane zasady zachowań w kontaktach z Chińczykami”

Szkolenie 3: „Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku japońskiego?”

Miasto: Warszawa

Data: 16.05.2013

Miejsce: Hotel Radisson Blu Sobieski

Plac Artura Zawisza 1

00-025 Warszawa

Trenerzy: Mariusz Dąbrowski, Arkadiusz Tarnowski

Agenda szkolenia:

Punkt programu	Godzina
Prezentowanie trenerów i informacji organizacyjnych dotyczących szkolenia Prezentacja projektu „Lubię Polskę”	10:00 – 11:00 (60 min)
Przerwa kawowa	11:00 – 11:15 (15 min)
Część I: Specyfika rynku japońskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	11:15 – 13:00 (105 min)
Przerwa kawowa	13:00 – 13:15 (15 min)
Część II: Specyfika rynku japońskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	13:15 – 15:00 (105 min)
Przerwa na lunch (bufet szwedzki)	15:00 – 15:30 (30 min)
Obsługa organizacyjna grup z Japonii – dobre praktyki przy współpracy z touroperatorem.	15:30 – 17:00 (90 min)

Uczestnikami szkolenia byli przedstawiciele samorządu oraz organizacji turystycznych, touroperatorzy i przewodnicy.



Zdjęcia:

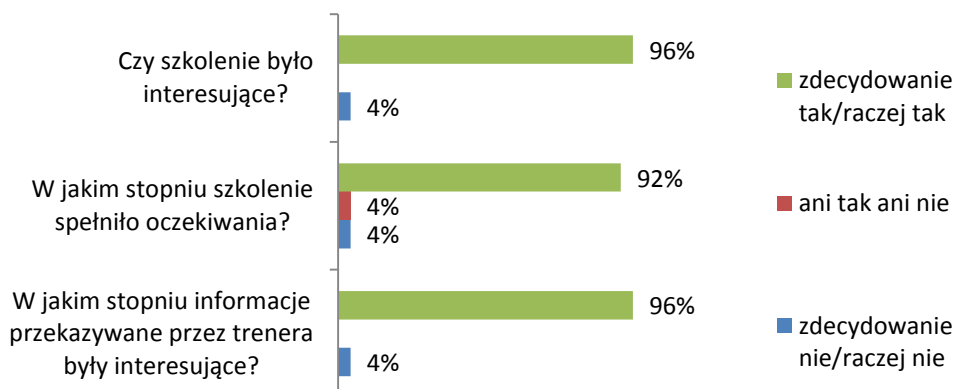




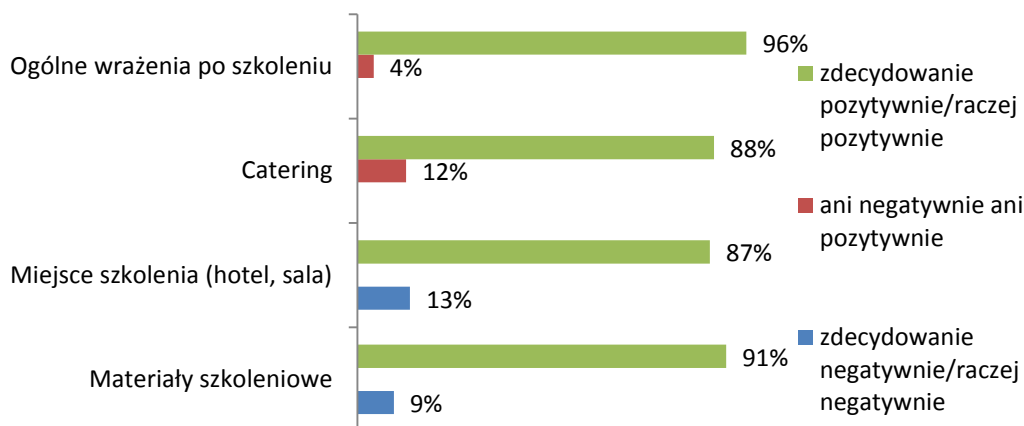


Ocena szkolenia:

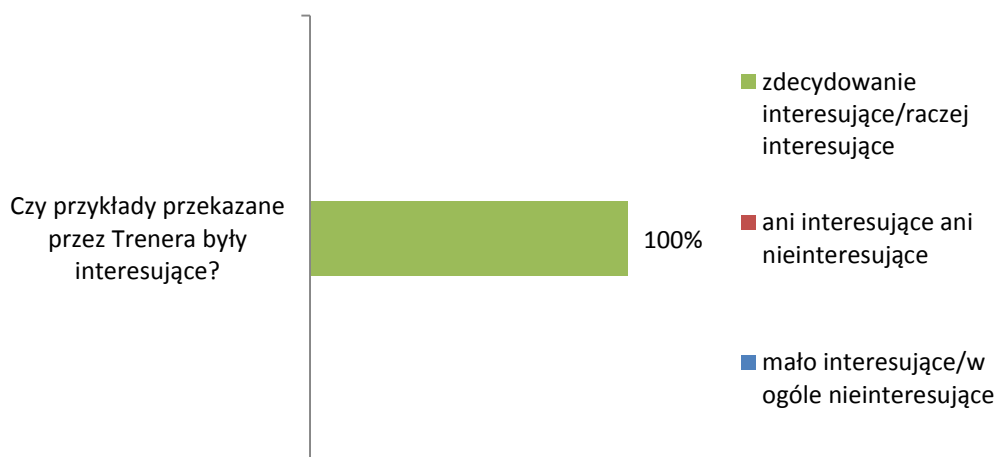
Poniższe wykresy powstały w oparciu o ankiety ewaluacyjne wypełniane przez uczestników po szkoleniu:



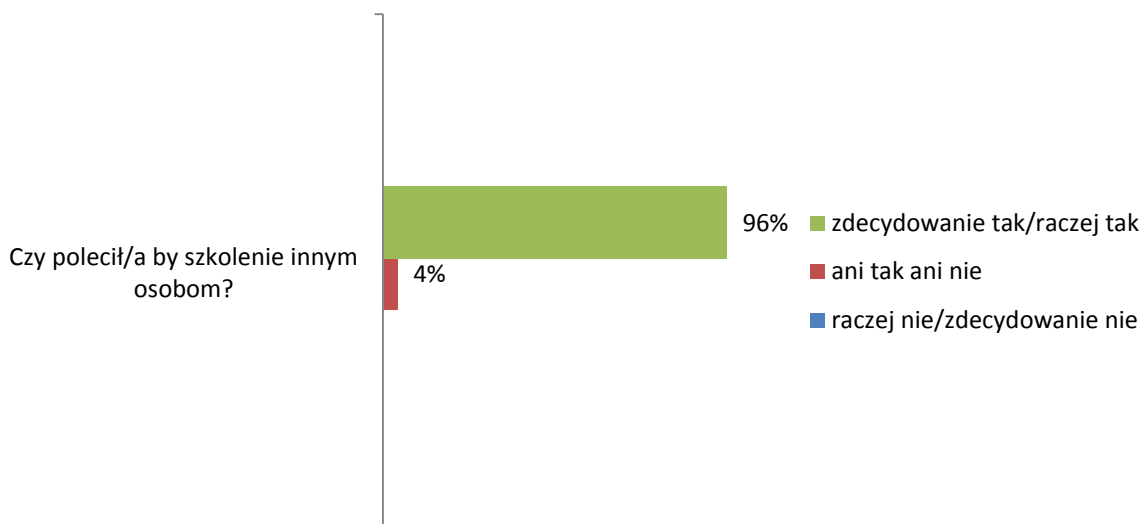
- 96% uczestników uznało szkolenie za zdecydowanie lub raczej interesujące
- 92% uczestników uznało, że szkolenie zdecydowanie lub raczej spełnia oczekiwania
- Według 96% uczestników informacje przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące.



- 96% uczestników szkolenia miało zdecydowanie lub raczej pozytywne ogólne wrażenia po szkoleniu
- 88% uczestników zdecydowanie lub raczej pozytywnie oceniło catering
- Według 87% uczestników miejsce szkolenia było zdecydowanie lub raczej pozytywne
- 91% uczestników oceniło materiały szkoleniowe zdecydowanie lub raczej pozytywnie.



- Wszyscy uczestnicy ocenili przykłady przekazane przez Trenera za zdecydowanie lub raczej interesujące.



- 96% uczestników zdecydowanie lub raczej poleciłaby szkolenie innym osobom.

Wypowiedzi uczestników szkolenia:

„Interesujące były szczegóły, na które trzeba zwrócić uwagę przyjmując turystę z Japonii. Dowiedziałam się jakie oczekiwania mają Japończycy, poznałam trendy w turystyce Japonii”

„Ciekawe różnice kultur, oczekiwania turystów japońskich, dane statystyczne dotyczące specyfiki rynku turystów”

„Tematy, które mnie zainteresowały to przede wszystkim życie codzienne, charakterystyka obywatela Japonii, Zwrócenie uwagi na produkty turystyczne w Polsce interesujące Japończyków”



Szkolenie 4: „Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku chińskiego?”

Miasto: Kraków

Data: 21.05.2013

Miejsce: Hotel Park Inn by Radisson

ul. Monte Cassino 2

30-337 Kraków

Trenerzy: Radosław Pyffel, Michał Lubina

Agenda szkolenia:

Punkt programu	Godzina
Przedstawienie trenerów i informacji organizacyjnych dotyczących szkolenia Prezentacja projektu „Lubię Polskę”	10:00 – 10:30 (30 min)
Procedury wizowe dla turystów z rynku chińskiego	10:30 – 11:00 (30 min)
Przerwa kawowa	11:00 – 11:15 (15 min)
Część I: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	11:15 – 13:00 (105 min)
Przerwa kawowa	13:00 – 13:15 (15 min)
Część II: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	13:15 – 15:00 (105 min)
Przerwa na lunch (bufet szwedzki)	15:00 – 15:30 (30 min)
Obsługa organizacyjna grup z Chin – dobre praktyki przy współpracy z touroperatorem.	15:30 – 17:00 (90 min)

Uczestnikami szkolenia byli głównie hotelarze, przewodnicy, touroperatorzy, przedstawiciele samorządu i organizacji turystycznych.



Zdjęcia:

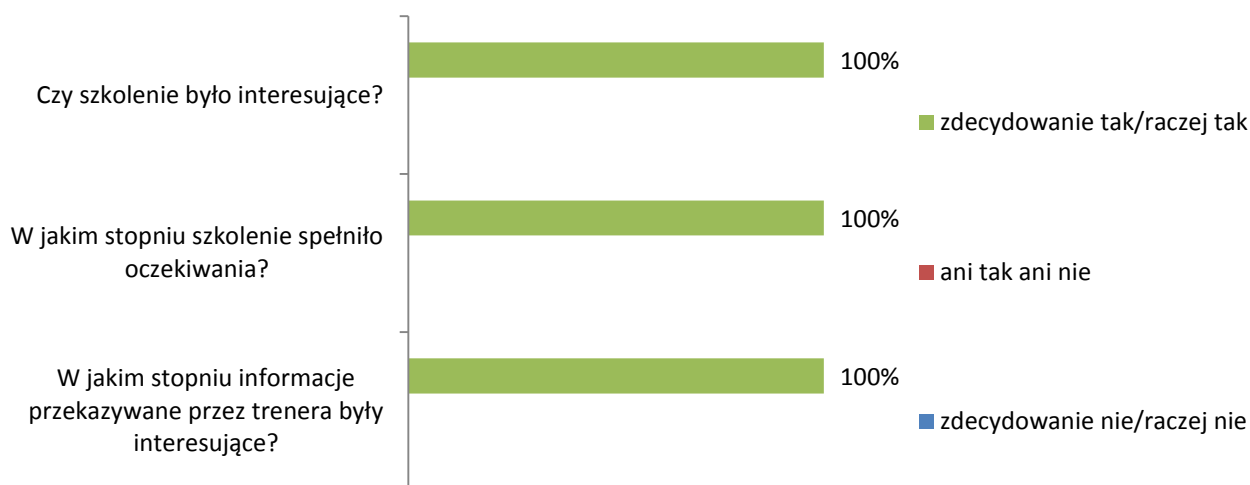






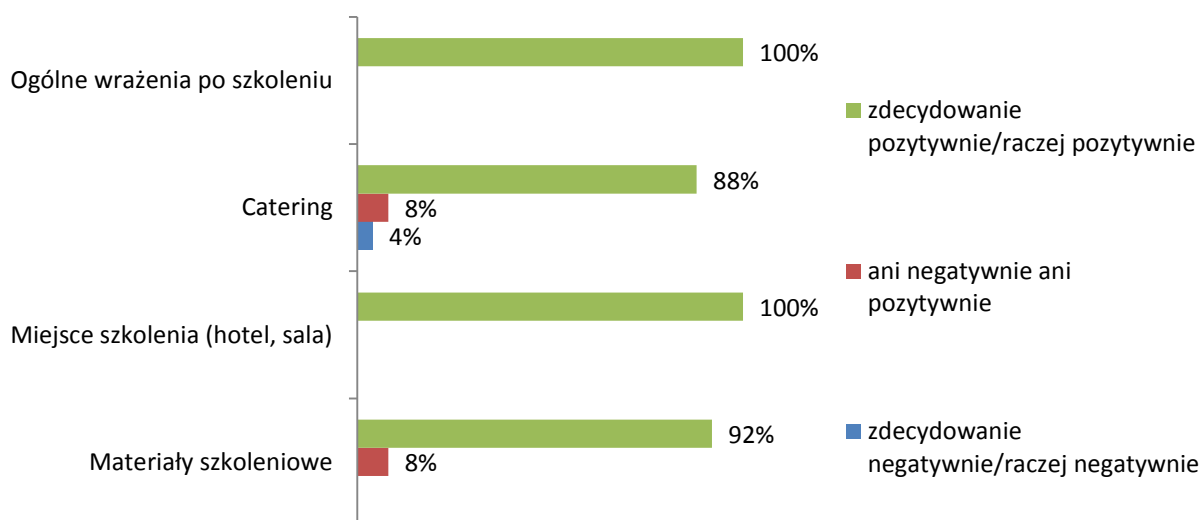
Ocena szkolenia:

Poniższe wykresy powstały w oparciu o ankiety ewaluacyjne wypełniane przez uczestników po szkoleniu:

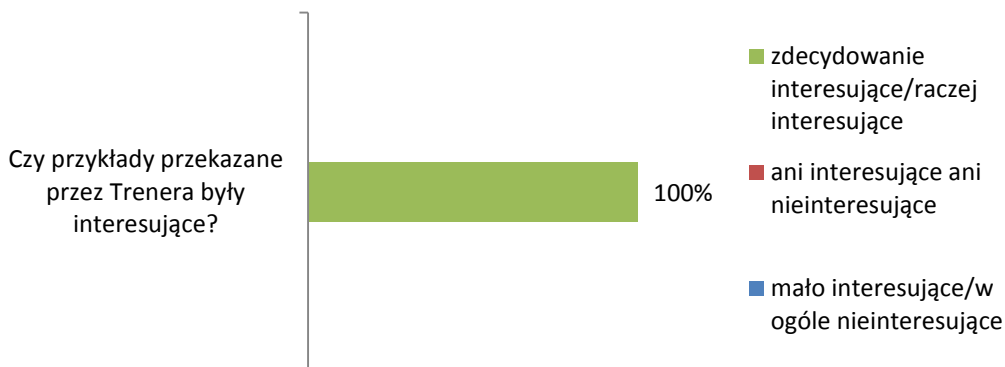


Według wszystkich uczestników:

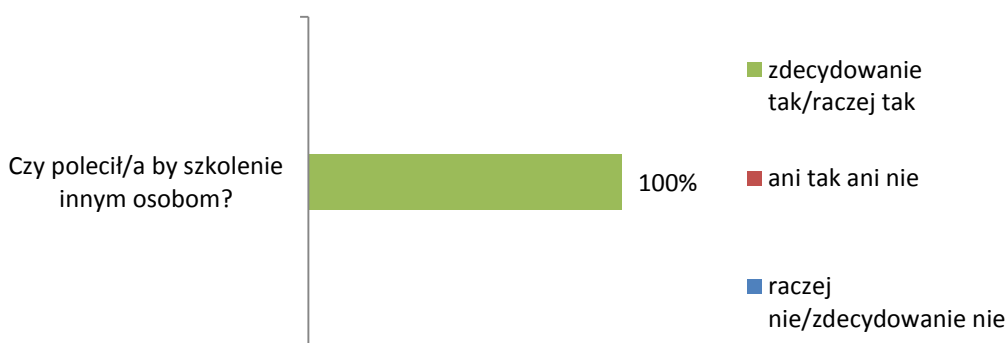
- Szkolenie było zdecydowanie lub raczej interesujące
- Szkolenie zdecydowanie lub raczej spełniło oczekiwania uczestników
- Informacje przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące



- Ogólne wrażenia po szkoleniu wszystkich uczestników były zdecydowanie lub raczej pozytywne
- 88% uczestników oceniło catering zdecydowanie lub raczej pozytywny
- Wszyscy uczestnicy ocenili miejsce szkolenia zdecydowanie lub raczej pozytywnie
- 92% uczestników szkolenia oceniło materiały szkoleniowe zdecydowanie lub raczej pozytywnie.



- Wszyscy uczestnicy uznali przykłady przekazane przez Trenera za zdecydowanie lub raczej pozytywne.



- Wszyscy uczestnicy szkolenia zdecydowanie lub raczej poleciliby szkolenie innym osobom.

Wypowiedzi uczestników szkolenia:

"W mojej opinii interesujące tematy poruszone na szkoleniu dotyczyły różnic kulturowych, zasad komunikacji i zakwaterowania"

„Najbardziej interesujące były dla mnie tematy dotyczące różnorodność kulturowa, upodobania Chińczyków oraz zasady współpracy z partnerami Chin.”

„Jako właściciel hotelu biznesowego, po szkoleniu po wszelkich zmianach i wdrożeniu pewnych punktów kultury chińskiej, będziemy oferować nasze usługi gościom z Chin.”

„Zamierzam przekazać informacje ze szkolenia do RLOT. Przyczynić się do zebrania turystów, bazy, infrastruktury turystycznej umożliwiającej przyjęcie turysty chińskiego.”



Szkolenie 5: „Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku chińskiego?”

Miasto: Wrocław

Data: 28.05.2013

Miejsce: Hotel Orbis Wrocław

ul. Powstańców Śląskich 7

53-332 Wrocław

Trenerzy: Radosław Pyffel, Michał Lubina

Agenda szkolenia:

Punkt programu	Godzina
Prezentowanie trenerów i informacji organizacyjnych dotyczących szkolenia Prezentacja projektu „Lubię Polskę”	09:00 – 09:30 (30 min)
Procedury wizowe dla turystów z rynku chińskiego	09:30 – 10:00 (30 min)
Przerwa kawowa	10:00 – 10:15 (15 min)
Część I: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	10:15 – 12:00 (105 min)
Przerwa kawowa	12:00 – 12:15 (15 min)
Część II: Specyfika rynku chińskiego, różnice kulturowe – zasady komunikacji, zachowania itp.	12:15 – 14:00 (105 min)
Przerwa na lunch (bufet szwedzki)	14:00 – 14:30 (30 min)
Obsługa organizacyjna grup z Chin – dobre praktyki przy współpracy z touroperatorem.	14:30 – 16:00 (90 min)

Uczestnikami szkolenia byli głównie hotelarze, przewodnicy, przedstawiciele organizacji turystycznych i samorządu.



Zdjęcia:

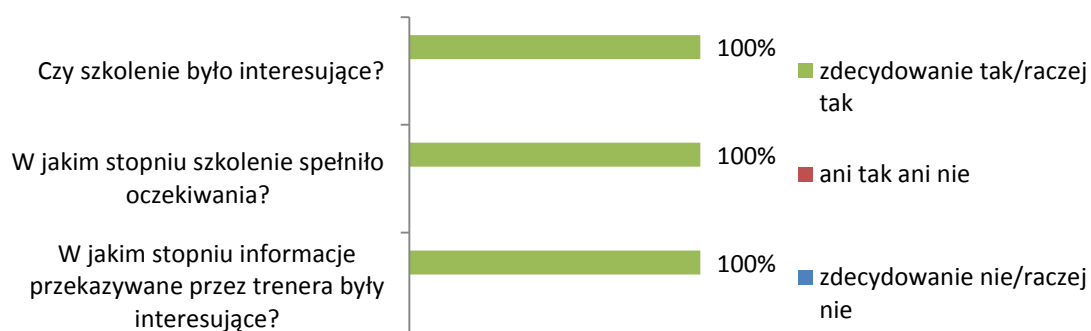






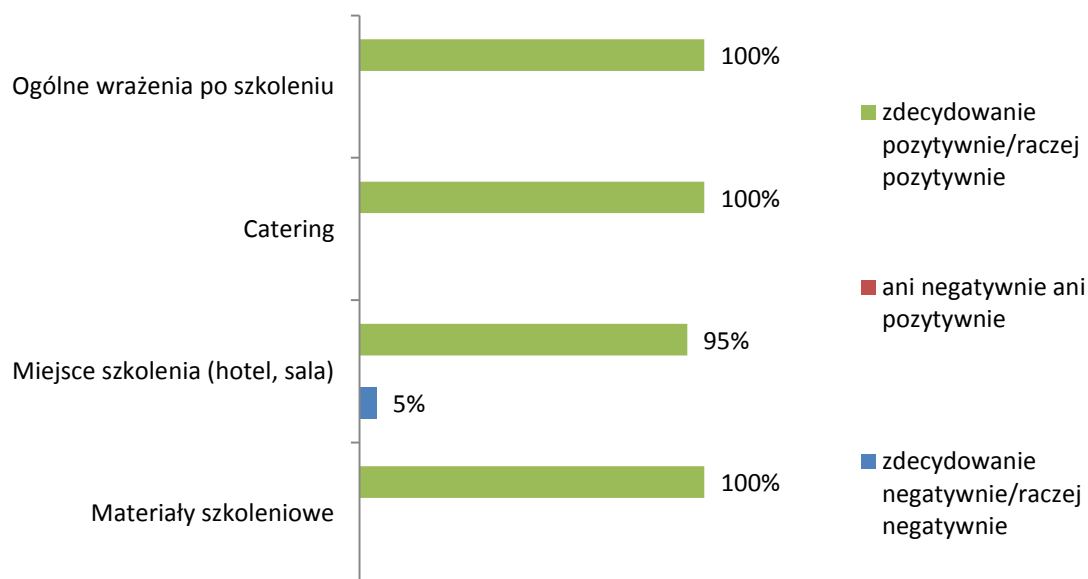
Ocena szkolenia:

Poniższe wykresy powstały w oparciu o ankiety ewaluacyjne wypełniane przez uczestników po szkoleniu:



Według wszystkich uczestników:

- Szkolenie było zdecydowanie lub raczej interesujące
- Szkolenie zdecydowanie lub raczej spełniło oczekiwania uczestników
- Informacje przekazywane przez trenera były zdecydowanie lub raczej interesujące



- Ogólne wrażenia wszystkich uczestników szkolenia były zdecydowanie lub raczej pozytywne
- Wszyscy uczestnicy szkolenia ocenili catering zdecydowanie lub raczej pozytywnie
- Według 95% uczestników miejsce szkolenia było zdecydowanie lub raczej pozytywne
- Wszyscy uczestnicy ocenili materiały szkoleniowe zdecydowanie lub raczej pozytywnie

Wypowiedzi uczestników szkolenia:

„Poszczególne działy tematyczne szkolenia stanowią jednolitą całość. Szkolenie naświetliło obraz turysty chińskiego i każda z przedstawionych informacji będzie pomocna”

„Z racji wykonywanego zawodu najbardziej przydatne były dla mnie wiadomości o grupach turystycznych z Chin, ich zachowaniach i szczególnej roli jaką pełni przewodnik”

„Najbardziej przydatne wydają mi się przekazane wskazówki odnośnie sposobu prowadzenia współpracy z potencjalnymi kontrahentami”

„Najbardziej podobał mi się opis zachowania, mentalności i kultury chińskiej”



7. CERTYFIKAT

Wszyscy uczestnicy otrzymali certyfikaty poświadczające odbycie szkolenia z danego rynku.



8. MEDIA O PROJEKCIE:

„Przyjadą Chińczycy, warto wiedzieć jak ich przyjąć” – relacja z konferencji inaugurującej projekt
<http://www.rp.pl/artykul/706827,999131-Przyjada-Chinczycy--warto-wiedziec-jak-ich-przyjac.html>

„Chińczykowi pokaż Lajkonika” – relacja ze szkolenia z zakresu rynku chińskiego
<http://www.rp.pl/artykul/1000894.html>

Pozostałe:

<http://www.kargowa.pl/pl/content/jak-przygotowa%C4%87-si%C4%99-do-przyj%C4%99cia-turyst%C3%B3w-z-rynku%C3%B3w-chi%C5%84skiego-japo%C5%84skiego-i-indyjskiego>

http://www.pomorskie.eu/pl/dtumwp/aktualnosci/15042013_2

http://www.wlot.eu/pot_szkolenia.htm

<http://poloniatimes.com/index.php/2013-01-07-18-33-37/2-swiat/863-konferencja-jak-przygotowac-sie-do-przyjecia-turystow-z-rynkow-chinskiego-japonskiego-i-indyjskiego>

9. ZAPOWIEDŹ II EDYCJI:

Miejsce szkolenia	Typ szkolenia	Rynek, którego dotyczy	Termin
Kraków	lokalne	Japoński	09/10.2013
Warszawa	lokalne	Chiński	09/10.2013
Katowice	lokalne	chiński	09/10.2013
Poznań	lokalne	indyjski	09/10.2013
Kraków	lokalne	indyjski	09/10.2013
Warszawa	centralne –konferencja	Wszystkie rynki	09/12.2013

10. INFORMACJE O SZKOLENIOWCACH

Szkolenia prowadzone były przez grupę doświadczonych ekspertów, którzy posiadają wieloletnie doświadczenie w tworzeniu i utrzymywaniu trwałych relacji z klientami biznesowymi z dedykowanych rynków. Szkoleniowcy prowadzący szkolenia w ramach danego rynku (Chiny, Indie, Japonia) mieszkali w krajach, których dotyczyły szkolenia i dzięki swojemu bogatemu doświadczeniu i ogromnej wiedzy mogli przedstawić nie tylko teoretyczne, ale przede wszystkim praktyczne aspekty komunikacji i współpracy z turystami ze wskazanych rynków. Kierownikiem zespołu szkoleniowców jest Pan Radosław Pyffel.



Radosław Pyffel, Prezes Centrum Studiów Polska–Azja, socjolog, doktorant Polskiej Akademii Nauk, stypendysta Uniwersytetu Pekińskiego, konsultant ds. rynku chińskiego, a także przedstawiciel handlowy firm polskich w Chinach i autor szkoleń z zakresu chińskiego biznesu. Autor dwóch książek („Chiny w roku Olimpiady” i „Chińska ruletka, Olimpiada i co dalej?”) i ponad stu artykułów, poświęconych Chinom i Azji, publikowanych m.in. w „Newsweeku”, „Polska The Times”, „Wprost”, oraz kilku publikacji naukowych. Jest częstym komentatorem w polskich mediach wydarzeń chińskich. Mieszka w Warszawie. Znajomość języków: angielski, chiński, rosyjski. Stały gość m.in. Polsat News, TVN i innych opiniotwórczych mediów.

11. INFORMACJE O ORGANIZATORZE

QUALITY WATCH

Przedstawienie Wykonawcy – Quality Watch



































www.qualitywatch.pl

- Organizacja seminariów szkoleniowych i warsztatów
- Projekty badawcze, szkoleniowe i doradcze z zakresu turystyki
- ewaluacje projektów i programów,
- badania jakości życia mieszkańców, badania związane z przedsiębiorczością i rynkiem pracy w Polsce
- badania efektywności kampanii marketingowych,
- opracowywanie strategii rozwoju i komunikacji,
- analizy rentowności inwestycji
- badania wiedzy i świadomości Polaków
- diagnozy rozwoju regionów
- projekty z zakresu ochrony środowiska
- usługi w zakresie opracowywania, wdrażania i monitoringu w zakresie jakości obsługi klientów i efektywności procesów