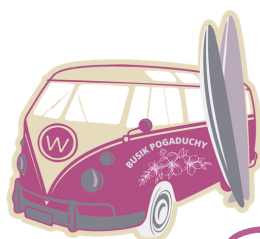


CHATA POGADUCHY

RAPORT PROJEKTOWY

BUSIK POGADUCHY



STYCZEŃ 2021

SPIS TREŚCI

Wstęp str. 3

Skład zespołu str.4-5

Klient str. 6-10

Opis klienta str. 6-7

Oczekiwania str. 8

Analiza trendów str. 9

Interesariusz str. 10

Badania str. 11-21

Wywiady str. 11

Desk research str. 13-13

Mapa Empatii str. 14

Persony str. 15-17

Wartości użytkowników str. 18-19

Metoda Walta Disneya str. 20-22

Wyzwanie projektowe str. 23

Busik Pogaduchy str. 24-40

Czym jest Busik pogaduchy? str. 25

Funkcje busika str. 26-28

Wartości busika str. 29

Prototypowanie str. 30-31

Testowanie prototypu str. 32-34

Service Blueprint str. 35-38

Dodatkowe rekomendacje str. 39





Po kilkumiesięcznej pracy w ręce właścicieli Chaty Pogaduchy oddajemy raport projektowy wykonany przez studentki Analizy i Kreowania Trendów. Projekt został stworzony na podstawie wywiadu oraz desk researchu. Głównym celem analiz było ulepszenie lub stworzenie nowej usługi w Chacie Pogaduchy. Przeprowadzenie pełnej analizy potrzeb klienta oraz użytkowników, a także obecnie panujących trendów pozwoliło nam na stworzenie propozycji pełnowartościowej usługi.

Owoce naszej pracy jest Busik Pogaduchy. Zapraszamy do dalszej lektury raportu projektowego!



ZESPÓŁ



Dominika Szafnik - moderatorka zespołu. Studentka Analizy i Kreowania Trendów. Uwielbia brać udział w projektach związanych z nowymi trendami i projektowaniem zorientowanym na użytkownika. Wierzy, że świat zaprojektowany będzie lepszy dla całego środowiska. Żyje w duchu slow life i wdraża w życie ideę less waste.

✉ dominika.szafnik@gmail.com



Patrycja Kowalkowska - twórcza oprawy wizualnej raportu. Studentka Analizy i Kreowania Trendów. Działaczka społeczna i pasjonatka digital marketingu. W projektowaniu społecznym i analizie trendów widzi ogromny potencjał na przyszłość.

✉ patrycja.kowalkowska9@gmail.com



Sandra Iwańczuk - studentka Analizy i Kreowania Trendów. Wegetarianka i miłośniczka wegańskiego jedzenia. W wolnym czasie uwielbia gotować i czytać thrillery. Sądzi, że dzięki trendom i projektowaniu można poprawić los ludzi, zwierząt i Planety.

✉ sandrai4@wp.pl



Adriana Hołowienko - studentka Analizy i Kreowania Trendów, zwolenniczka minimalizmu oraz ikigai/hygge, inspiruje się Azją. Hobbystycznie – fotografia, Instagram i YouTube. Uważa, że trendy są znakomitym dopełnieniem stylu życia.

✉ holowienkoadriana@gmail.com

ZESPÓŁ



Aleksandra Kucińska - absolwentka studiów licencjackich na kierunku Medioznawstwo, a obecnie studentka Analizy i Kreowania Trendów. Jej pasją jest muzyka- z zawodu wokalistka. Lubi nowe wyzwania oraz zadania, które wymagają kreatywności.

✉ aleksandra.kucinska1996@gmail.com



Ingrida Liszkowska - studentka Analizy i Kreowania Trendów. Litwinka mieszkająca w Polsce. Otwarta na świat i żądna nowych przygód oraz wyzwań. W wolnym czasie uwielbia uczestniczyć w świecie artystycznym, podróżować, oglądać filmy. Jej pasją jest gotowanie i dlatego podąża za nowymi trendami w świecie kulinarnym.

✉ ingli180697@gmail.com



Marta Juchniewicz - studentka Analizy i Kreowania Trendów. Miłośniczka zwierząt w szczególności pand i alpak. W czasie wolnym wielbicielka gier komputerowych. Pasjonuje się tworzeniem stron internetowych oraz grafiką komputerową. Lubi stawiać sobie coraz to większe wyzwania z tym związane i dążyć od ich spełnienia.

✉ juchniewicz.m2@gmail.com



Anna Widzicka – studentka Analizy i Kreowania Trendów. Entuzjastka oraz kolekcjonerka fizycznych nośników z muzyką. Najsilniej odznaczającym się trendem w jej życiu jest idea self-care. Wysoko rozwinięta empatia wspiera jej zaangażowanie w problemy innych, a także pomaga lepiej zrozumieć projektowanie dla ludzi.

✉ annawidzicka@gmail.com

KLIENT



Chata Pogaduchy to agroturystyka, która znajduje się w niewielkiej, malowniczej miejscowości Ronin Nowiny. Miejsce oddalone o 2,5 km od Fromborka - miasta słynącego z postaci Mikołaja Kopernika. Do dyspozycji gości oddanych jest 5 klimatycznych pokoi, mogących pomieścić maksymalnie 18 osób, dzięki czemu miejsce jest idealne na pobyt z rodziną czy przyjaciółmi. W Chacie Pogaduchy świetnie będą się czuły osoby potrzebujące wytchnienia od zgiełku miasta. Cisza, spokój i natura - to one panują w otoczeniu Chaty. Obiekt położony jest przy rowerowym szlaku Green Velo, co może przyciągnąć fanów kolarstwa. Fani dobrej kuchni będą usatysfakcjonowani pysznymi śniadaniem przygotowanymi przez właścicielkę z lokalnych, świeżych produktów.



KLIENT

Chata Pogaduchy to miejsce idealne dla rodzin z małymi dziećmi, które mogą od rana do wieczora przebywać na świeżym powietrzu, w otoczeniu kur, gęśi i koni. Rodzice natomiast mogą zrelaksować się w basenie, saunie lub balii wodnej. Po dniu pełnym wrażeń goście mogą zasiąść przy ognisku, upiec jabłka, ziemniaki i inne przysmaki. W oranżerii organizowane są rustykalne wesela i inne przyjęcia. Chata Pogaduchy to idealne miejsce do celebracji wspólnie spędzanego czasu. Przyjeżdżając tam należy zapewnić opiekę swoim pupilom, ponieważ ze względu na inne zwierzęta mieszkające na terenie Chaty nie można ich zabrać ze sobą.



OCZEKIWANIA CHATY POGADUCHY



Po przeprowadzonym wywiadzie, okazało się, że głównym oczekiwaniem klienta było stworzenie lub ulepszenie przez zespół usługi oferowanej przez Chatę Pogaduchy. Wywiad uwzględnił kwestie, których nie znalazłyśmy o kliencie w danych z internetu

CELE:

Przedłużenie pobytu klienta na dłużej niż 3 dni.

Przyciąganie turystów świadomych lokalizacji i klimatu miejsca.

Rozbudowa marketingu szeptanego np. promocja w grupach „slow life”.



ANALIZA TRENDÓW

TRENDY, W KTÓRE OBECNIE WPISUJE SIĘ KLIENT

Turystyka doświadczeń		Turystyka pokoleń		Turystyka dziedzictwa	Turystyka zdrowia	Turystyka zrównoważona
Turystyka samodoskonalenia	TOURIST TALE	AGEFRIENDLY	CROWDSOURCING	ODKRYWANIE LOKALNOŚCI	Turystyka uzdrowskowa - w zgodzie z naturą	ŚWIADOMY I PRZYGOTOWANY-turysta dokładnie wie gdzie się udaje
Łączenie wypoczynku z nabywaniem nowych kompetencji i zdobywaniem nowych wrażeń, które przełożą się na nowe umiejętności np.: turystyka kulinarna, która stanowi podstę poszukiwaniu nowych smaków i nowych zdolności kulinarnych	Storytelling-narzędzie do budowania emocjonalnego zaangażowani klienta z firmą.	Poszukiwanie i tworzeniu usług, które odpowiadają zarówno charakterystycznym oczekiwaniom i potrzebom poszczęólnych pokoleń.	Wykorzystanie crowdsourcingu do turystycznej eksploracji dóbr dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego (lokalni przewodnicy, twórcy, znawcy miejsc i historii).	wykorzystywanie zasobów, które podkreślają naturalne walory miejsc, odwołują się do lokalnej tożsamości, symboliki czy wartości jakiejś części świata.	aromaterapia, hipoterapia	dostosowuje garderobę do lokalnego klimatu, zdobywając podstawowe informacje np. na temat zwyczajów czy religii lokalnej ludności
Turystyka samorozwoju	Nakłonienie turysty, aby śledził opowieść, a w konsekwencji przyjechał i jej doświadczył.	OPEN TOURISM-turystyka partycypacji i zaangażowania	Możliwość zdobywania wiedzy o doświadczeniach turystów oraz współpracy z nimi w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań, np. w zakresie promocji miejsc atrakcji i udziałem tych, którzy mieli okazję je poznać i ocenić. Posiolenowosć posiada więc możliwość otwartej wymiany doświadczeń	Kupowanie miejscowej żywności, na wspieraniu tradycyjnych rzemieślników, na wybieraniu domów gościnnych prowadzonych przez ludność autochtoniczną		unika sztucznie wykreowanych trakcji, nie kupuje "chińskich" pamiątek
Jej źródłem jest zmczenie cywilizacją, jej tempem i zdobyczami materialnymi	Turystyka autentyczności Odejsie od masowości turystyki	Łączy się z integracją międzypokoleniową.	Alternatywa dla „uprzemysłowieni a” oraz skrajnej ekonomizacji turystyki	nawiązanie dialogu z lokalną społecznością, jednak bez narzucania swoich poglądów czy stylu życia		wybiera transport publiczny, rower bądź piesze wyprawy
Wypocznik łączy się często z duchową odnową, aktywnością nakierowaną na szerze postrzeganie świata czy kulturowaniem wartości. Turystyka samorozwoju to połączenie wypoczynku z aktywnością umożliwiającą wewnętrzną transformację	PERSONALIZACJA	Interpokoleniowość-doświadczenia osób, w których uczestniczą kolejne pokolenia np. turystyka rodzinna	Transpokoleniowość łączy pokolenia odległe np. wnikli i dziadków lub jeszcze dalej. Taka sytuacja stwarza możliwość budowania całkowicie nowych relacji i wymiany doświadczeń.			sprawdza czy pracownicy hoteli i restauracji mają zaspewnione godziwe warunki pracy, czy atrakcje takie, jak przejeżdżka na słoniu lub fotografowanie się z papugą, nie naruszają praw ani dobrostanu zwierząt.
niepowtarzalność przeżyć turystów, autentyczność, dostosowanie do jednostkowych potrzeb, wysoka jakość usług, budowanie indywidualnej i trwałej relacji z klientem	współczesny turysta cení sobie niezależność i coraz częściej nie chce uczestniczyć w rynku masowych atrakcji turystycznych.					
	Personalizacja jest trendem, któremu sprzyja lokalność, kameralność miejscowości związanych z ruchem turystycznym, popularność agroturystyki czy idea cittaslow					

INTERESARIUSZE



BADANIA

Wywiady



Po przeprowadzonym wywiadzie z klientem, zostały podjęte działania w celu znalezienia i przeprowadzania wywiadów z byłymi użytkownikami Chaty Pogaduchy. Z powodu pandemii COVID-19 wszystkie działania odbyły się w przestrzeni internetowej.

Poszukiwanie chętnych osób do rozmowy zostało przeprowadzone przede wszystkim na portalach społecznościowych poprzez oznaczenia lokalizacji Chaty Pogaduchy.

Na potrzeby wywiadu został utworzony kwestionariusz ankiety, który zawierał ogólne pytania na temat pobytu tzn. czy pobyt miał charakter indywidualny czy grupowy; skąd użytkownicy dowiedzieli się o tym miejscu, jakie są atuty i wady, a także wszelkie trudności, które dany użytkownik zauważył podczas pobytu.

Pierwszy wywiad odbył się za pomocą Instagrama, z młodą użytkowniczką portalu, która wraz ze swoją rodziną i znajomymi była w Chacie Pogaduchy.

Drugi wywiad został przeprowadzony na platformie Facebook, z młodą kobietą z miejscowości Miastko, która organizowała w Chacie Pogaduchy swoje wesele.

Trzeci wywiad odbył się na platformie Facebook, respondentką była młoda kobieta z Fromborka, uczestniczka wydarzenia praktyki jogi w Chacie Pogaduchy.

Ostatni wywiad został przeprowadzony mailowo, z młodą kobietą, która była organizatorką wydarzenia praktyki jogi w Chacie Pogaduchy.

BADANIA

Desk research

W ramach badań został przeprowadzony desk research, który polegał na zbieraniu szczegółowych informacji ze stron internetowych, publikacji w sieci i innych materiałów informacyjnych na temat:

- opinii użytkowników, którzy skorzystali z oferty pobytu w Chacie Pogaduchy,
- mapy atrakcji, które są dostępne wokół miejsca Chaty Pogaduchy,
- konkurencji.



OPINIE:

Na Booking.com były bardzo wysokie i dotyczyły takich aspektów jak: czystość, komfort, lokalizacja, udogodnienia, personel.

Na Slowhop.pl były w większości pozytywnymi opiniami o miejscu CP.

Na Google.pl, której łączna liczba wyniosła 30 były pozytywne i dotyczyły takich aspektów jak: lokalizacja, obsługa i udogodnienia oraz pokoje.

Na Facebook.pl były pozytywne, brane pod uwagę były takie aspekty jak organizowane wydarzenia, opinie i komentarze klientów, zakres cen, ilość użytkowników lubiących stronę "Chata Pogaduchy".



BADANIA



Desk
research

KONKURENCJA:

Podczas badania konkurencji były brane następujące aspekty:

- ilość pokoi
- serwowane jedzenie
- charakterystyka wnętrz
- oferowane atrakcje
- dodatkowe usługi

Poniżej porównanie:



ATRAKCJE:

- Szlak Green Velo
- Zamek w Malborku
- Wieża Kopernika we Fromborku
- Skrzynki opencaching we Fromborku "Śladami Pana Samochodzika"
- Plaża miejska niestrzeżona
- Muzeum historii medycyny we Fromborku
- Park Astronomiczny
- Planetarium
- Rodzinny park rozrywki (Elbląg)

CHATA POGADUCHY

Pokoje luksusowe
Kilka pokoi (max 18 osób)
Produkty własnej "produkcji" i lokalne
Możliwe przyjęcia weselne w oranżerii
Wieczory panieńskie
Promowanie się lasami, naturą
Możliwe ognisko, kiełbaski
Czas dla rodziny, przyjaciół
Trzy języki komunikacji
Basen, sauna i balia ogrodowa
Dużo zwierząt na miejscu, zakaz przywożenia własnych, promowanie okolicznych atrakcji,
Kawiarenka ze sztuką

KONKURENCYJNA OWCZARNIA

Pokoje jak na wsi
Jeden domek tematyczny
Produkty: ekologiczne gospodarstwo i inne lokalne, Mają sad i ule,
Mają psy, koty i owce
Ekologiczny ogród 1000m,
Przygotowują do sprzedaży skrzynki ze swoimi zbiorami,
Produkują sery,
Brak zajęć dodatkowych

STUDIO DO WYNAJĘCIA

Kilka pokoi kilku i wieloosobowych
Otwarta kuchnia
Surowe wnętrza
Budynek z salą taneczna/konferencyjną
Centrum szkoleniowe
Warsztaty ruchowe i rozwojowe
Siedlisko
Dookoła liczne trasy rowerowe i turystyczne
W okolicy baza nurkowa i windsurfing
Dwa budynki mieszkalne
Można wynająć cały ośrodek
Oferują wyżywienie
Lokalne produkty
Autorskie warsztaty

MAPA EMPATII -

narzędzie do profilowania użytkownika.
Pomaga lepiej zrozumieć potencjalnych klientów.



PERSONY -

modelowi klienci, którzy posiadają charakterystyczne cechy, umiejętności, zainteresowania, wymagania i potrzeby.



IMIĘ: Ania

WIEK: 32 lata

ZAWÓD: trenerka jogi

Osobowość:

Ania jest empatyczna, wrażliwa, pewna siebie, zmotywowana, aktywna, ambitna, odważna, pewnie dąży do celu, posiada liczne certyfikaty związane ze sportem.

Powody, by przyjechać do CP:

Ania docenia możliwość wyboru opcji wegetariańskiej. Miejsce uważa za idealne do zorganizowania wyjazdu grupowego. Docenia fakt, że obiekt jest otoczony naturą i zwierzętami. Mimo grupowego wyjazdu wie, że znajdzie miejsce na spokojne spędzenie czasu sama ze sobą. Wierzy, że w Chacie Pogaduchy można odpocząć i nabrać energii na kolejne dni.

Zainteresowania:

Ania interesuje się przede wszystkim sportem. Zdrowo się odżywia, jest weganą i kocha zwierzęta. Uwielbia pić kawę i czytać książki. W wolnych chwilach zgłębia tajniki blogowania i mediów społecznościowych

Umiejętności:

Jako trenerka jogi jest wysportowana i rozciągnięta. Ma bardzo dobrą kondycję. Jest dobrą kucharką, gra na gitarze i potrafi wysłuchać każdego człowieka.

Frustracje:

Denerwuje się, gdy brakuje jej czasu na trening w ciągu dnia. Nie lubi, gdy inni nie szanują zwierząt. Irytuje ją nabywane kontuzje, a także zamknięte siłownie, obiekty sportu i rekreacji.

"Nie próbuj być idealna, bądź autentyczna"

PERSONY -

modelowi klienci, którzy posiadają charakterystyczne cechy, umiejętności, zainteresowania, wymagania i potrzeby.



IMIĘ: Marzena

WIEK: 38 lat

ZAWÓD: kierownik sklepu

Osobowość:

Marzena jest rodzinna, opiekuńcza, zorganizowana i kreatywna. Na co dzień godzi karierę zawodową z życiem rodzinnym. Jest wyluzowana i żądna przygód.

Powody, by przyjechać do CP:

Marzena doceni każdą możliwość zapewnienia swoim dzieciom atrakcji z dala od miasta. ma potrzebę obcowania z naturą i zwierzętami, głównie dlatego, że nie ma tego na co dzień. Potrzebuje odpocząć od zgiełku miasta i nabrać energii na powrót do niego. Marzy sobie rodzinny wypad z dala od nudy, smogu i własnej pracy. Mimo że ją lubi, potrzebuje czasem odetchnąć.

Zainteresowania:

Marzena interesuje się przede wszystkim podróżami, które zwykle spędza z rodziną. Ceni sobie bliskość z naturą i aktywne spędzanie czasu. Poza tym w wolnych chwilach lubi gotować i uprawiać sport.

Umiejętności:

Potrafi zorganizować wycieczki i bieg dnia. Dobrze zarządza pracownikami, a w domu traktują ją jako kobietę, która wie wszystko. Dobrze gotuje i stara się jak najczęściej pielęgnować to hobby.

Frustracje:

Podczas wyjazdów czy dni wolnych denerwuje się, gdy jej rodzina narzeka na nudę. Nie lubi, gdy nie ma w okolicy żadnych atrakcji na "złą" pogodę.

"Ten, kto żyje widzi dużo, ten, kto podróżuje widzi więcej"

PERSONY -

modelowi klienci, którzy posiadają charakterystyczne cechy, umiejętności, zainteresowania, wymagania i potrzeby.



IMIĘ: Krystian

WIEK: 31 lat

ZAWÓD: pracownik korporacji

Osobowość:

Krystian jest osobą twardo stąpającą po ziemi. Chce zbudować i utrzymać stabilność życiową.

Pragnie awansu w pracy, jednak chciałby zachować Work Life Balance. Lubi zwierzęta, szczególnie koty.

Powody, by przyjechać do CP:

Krystian chętnie ucieka od miasta w celu pracy zdalnej w bardziej sprzyjających okolicznościach. Jednak widziałby się również na wyjazdach integracyjnych w Chacie Pogaduchy, weselu czy innym tego typu wydarzeniu. Na pewno objedzie okolicę na swoim rowerze, korzystając z trasy Green Velo, ale i odkrywając własne trasy.

Zainteresowania:

Krystian jest osobą, która lubi spędzać czas na aktywnościach fizycznych. Lubi bieganie, kolarstwo i wykonywanie różnego rodzaju ćwiczeń fizycznych poza siłownią. Ceni sobie możliwość spędzenia czasu na łonie natury.

Umiejętności:

Jest dobry w obsłudze programów komputerowych i zarządzaniu ludźmi. Potrafi doskonale analizować sytuację, co skutkuje odpowiednim podejmowaniem decyzji. Bez problemu deleguje zadania i wykonuje polecenia.

Frustracje:

Denerwują go brak możliwości pracy zdalnej w związku ze słabym połączeniem Internetowym. Nie przepada za latającymi dookoła komarami, ale i typowymi zapachami wsi - jak np. zwierząt.

„Sukces to suma niewielkiego wysiłku powtarzanego z dnia na dzień.”

WARTOŚCI UŻYTKOWNIKÓW



PROBLEMY:

Problemami użytkowników są:

- uciążliwe owady (najczęściej wskazują na kąsanie komarów), muchy i osy, przeszkadzają w jedzeniu i piciu,
- błoto i chlapa,
- wynajęcie pokoi tylko na dłuższy czas (więcej niż dwie doby),
- brak transportu zbiorowego,
- brak atrakcji w przypadku złej pogody.

OCZEKIWANIA:

Potencjalni klienci oczekują:

- smacznych, świeżych posiłków z lokalnych produktów,
- zapoznania się z walorami regionu (potrawy, kontakt z lokalsami, tradycje),
- zaangażowanych i miłych właścicieli obiektu,
- spędzania czasu zarówno na zewnątrz, jak i pod dachem,
- możliwości wyboru oferty gastronomicznej.

WARTOŚCI:

Wartość dla użytkowników stanowią:

- zatrzymanie natłoku myśli,
- zapomnienie o problemach życia codziennego,
- poczucie wolności,
- możliwość bycia sobą,
- możliwość zrelaksowania się, regeneracji,
- odcięcie od miasta, harmonia, widoki z okna i piękna okolica,
- możliwość przeniesienia się myślami w przeszłość, zaduma,
- przypominanie sobie pozytywnych chwil, czasu dzieciństwa.

WARTOŚCI UŻYTKOWNIKÓW

POTRZEBY:

Potencjalny klient potrzebuje:

- rozmowy,
- poznania lokalnej kultury i ludzi,
- możliwości zakupu lokalnych produktów,
- poznać okolicy,
- skorzystania z okolicznych atrakcji,
- dodatkowych atrakcji dla dzieci,
- kontaktu z naturą,
- odcięcia się od życia codziennego,
- aktywnego wypoczynku,
- organizowania eventów w obiekcie,
- miejsce i sprzętu do naprawiania np. rowerów,
- transportu z okolicznych miejscowości do obiektu,
- poznania natury - odgłosów zwierząt i lasów.



KLUCZOWE CELE:

Naszymi kluczowymi celami przy tworzeniu rozwiązania są:

- zapewnienie użytkownikom wspólnych wspomnień, bliskości,
- zapewnienie atrakcji w razie złej pogody, szczególnie przy dłuższym pobycie.

Nasze rozwiązanie powinno podkreślać fakt, że Chata Pogaduchy to miejsce z duszą - przyjazne rodzinom i przyjaciołom, którzy chcą wspólnie i w ciekawy sposób spędzić czas nawet w niesprzyjających warunkach.

METODA WALTA DISNEYA MARZYCIEL

opiera się na spojrzeniu z trzech perspektywach: Marzyciela, Realisty i Krytyka.



1

MARZYCIEL

1. generując pomysły kieruj się wyłącznie wyobraźnią i chęcią wywołania niezwykłych wrażeń ich odbiorców, odwołuj się do najróżniejszych skojarzeń
2. twórz rozwiązania i nie oglądaj się na jakiegokolwiek ograniczenia czy bariery,
3. określaj możliwe korzyści wynikające z tworzonych rozwiązań
4. myśl na wyrost, staraj się w idealny sposób zaspokoić potrzeby użytkowników związane z wyzwaniem projektowym

Aromaterapia	Kolej wycieczkowa coś jak Bieszczadzka Kolej Leśna	Terapie z udziałem zwierząt	Spa i zabiegi wellness	Jedzenie, które działa jak narkotyki i przez to ludzie zostają na dłużej	konkursy z nagrodami np. grzybobranie, do wygrania darmowe pobyty	każdy z gości może wybrać co chce zjeść na śniadanie, obiad itp.
Organizacja pakietów turystycznych z atrakcjami w bliższej i dalszej okolicy	Maratony filmowe pod gołym niebem	Wieczory z planszówkami	Ogniska z grillem	Podchody w lesie w nocy	dyskoteki	Wspólne gotowanie
Leśna kuchnia	Warsztaty makarma, gancarstwo	organizowanie wieczorów tematycznych	za polecenie znajomym voucher na kolejny wyjazd	Zabawy w błocie	Masaże w cenie	Przeewodnicy tyrystyczni w pakiecie, do dyspozycji dla gości
szkolenia kulinarne	w lato dmuchany plac zabaw dla dzieci	złoty dla singli (poznanie nowych ludzi)	aqua park dla klientów za darmo full pocket	xbox	szybkie randki	pakiet zimowy
specjalne atrakcje dla młodej pary	Organizowane wyprawy na grzyby	usługi kosmetyczki	Gra "miejsko-wiejska" nawiązująca do historii i tradycji okolic	pakiety turystyczne odpowiadające porom roku	kulig	sztuczny śnieg (może nie być prawdziwego)
splawy kajakowe	CBD	noc horrorów	kalosze dla dzieci w różnych rozmiarach	organizowanie zabawy sylwestrowej	moskitiery w okna, by ludzie nie martwili się o owady, insekty itp.	zabawy tematyczne (nawiązanie do jakiś świąt np halloween)
wycieczki konno	Splawy kajakowe Narusą					

METODA WALTA DISNEYA REALISTA



2

REALISTA

1. odwołuj się do pomysłów marzyciela i myśl realistycznie - z wielu fantazji i odjechanych pomysłów wybierz to, co wydaje ci się możliwe do zrealizowania
2. wskazuj, jak można to zrobić i co jest do tego potrzebne?
3. myśl racjonalnie, kalkuluj, oceniaj, co się opłaca wdrożyć i co się na tym zyskuje?

Zabawy w błocie	Ogniska z grillem	Kulig	Podchody w lesie w nocy	w lato dmuchany plac zabaw dla dzieci	Organizowane wyprawy na grzyby	konkursy z nagrodami np. grzybobranie, do wygrania darmowe pobyty
zabawy tematyczne (nawiązanie do jakiś świąt np halloween)	splywy kajakowe	szybkie randki	dyskoteki	Warsztaty makarma, gancarstwo	Gra "miejsko-wiejska" wykorzystująca do historii i tradycji i welory okolic	organizowanie zabawy sylwestrowej

Wspólne gotowanie	szybkie randki	Wieczory z planszówkami	organizowanie wieczorów tematycznych, odgrywanie ról	Maratony filmowe pod gołym niebem	dyskoteki	szkolenia kulinarne
Spa i zabiegi wellness	Aromaterapia	CBD	Leśna kuchnia	moskitiery w okna, by ludzie nie martwili się o owady, insekty itp.	Terapie z udziałem zwierząt (współpraca z terapeutą)	kalosze dla dzieci w różnych rozmiarach
Pakiety turystyczne odpowiadające porom roku	Organizacja pakietów turystycznych z atrakcjami w bliższej i dalszej okolicy	Pakiet dla aktywnych/rowerowy	Pakiet zdrowotny	Pakiet odkrywanie lokalności (dziedzictwa)	za polecenie znajomym voucher na kolejny wyjazd	Organizacja wioski tematycznej
Spersonalizowany pakiet dla grup zorganizowanych w zależności od potrzeb i specyfiki grupy	Przewodnicy turystyczni w pakiecie, do dyspozycji dla gości	Wyjazdy firmowe	Nawiązanie współpracy z innymi agroturystykami			

METODA WALTA DISNEYA KRYTYK



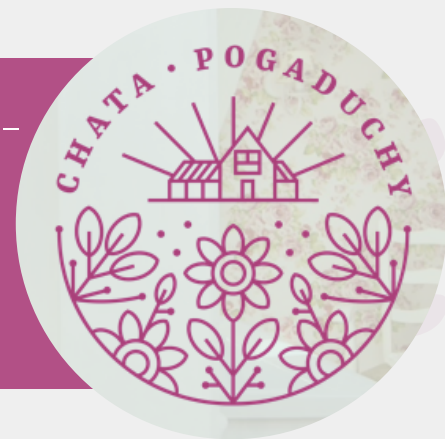
3

KRYTYK

1. myśl pesymistycznie, wskazuj konkretne bariery, ograniczenia i przeszkody w realizacji pomysłu
2. określ słabe strony i wady pomysłów
3. staraj się określić inne dostrzegane niebezpieczeństwa, czepiaj się detali, szukaj dziur w całym

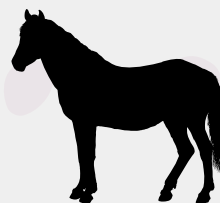
brak odpowiednich środków	brak funduszy	ograniczona i zarazem nie wielka liczba miejsc	lenistwo właścicieli	brak sponsorów /partnerów	za mało miejsca na tyle dodatkowych atrakcji	konkurencja, która spowoduje zamknięcie tego miejsca
Zbyt mało pracowników	brak chętnych osób do współpracy np. od dogoterapii	brak pomysłów na organizowanie takich wydarzeń, wieczorów tematycznych	zła pogoda	Brak wyspecjalizowany pracowników do np. terapii	Mało konkurencyjne pomysły	Zbyt mała liczba osób do organizacji "dyskoteki"
Ludzie mogą nie chcieć gotować bo są na "wolnym"	Brak grzybów w lesie	Brak zainteresowania atrakcjami	Rodzice nie pozwalają dzieciom bawić się w błocie, dzieci nie chcą się bawić			

WYZWANIE PROJEKTOWE - Zatrzymać klienta na dłużej niż dwie doby



PROPOZYCJE

Zooterapie z udziałem certyfikowanego terapeuty i zwierząt z ośrodka.



Pakiety odkrywanie lokalności dopasowywane bezpośrednio do klienta. .

Kamienne ścieżki chroniące przed błotem, chlapą czy kałużami.



Pakiety dla aktywnych dopasowane bezpośrednio do potrzeb i możliwości klienta.

Busik Pogaduchy - od wycieczek po imprezy w busie.



BUSIK POGADUCHY

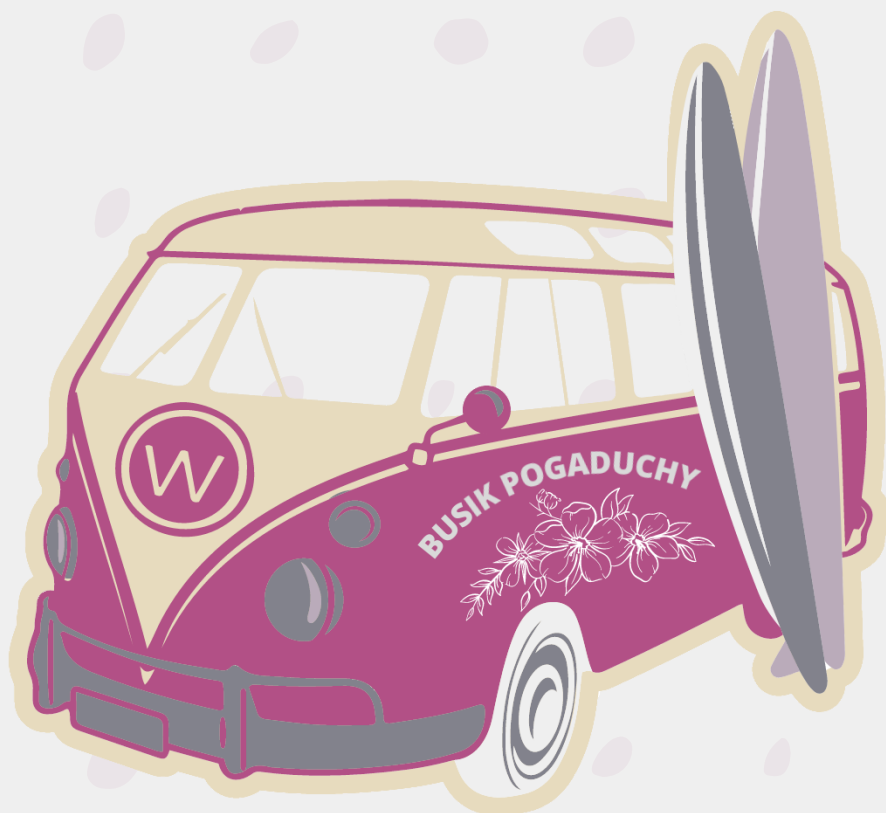


STYCZEŃ 2021

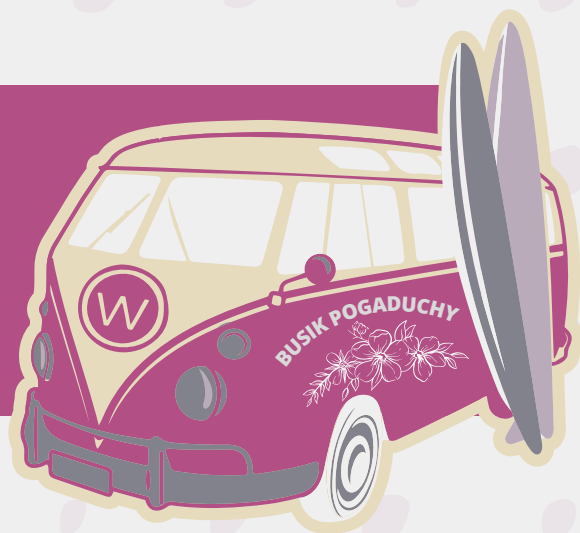
BUSIK POGADUCHY



Koncepcja stworzenia usługi transportowej wywodzi się głównie z pomysłu łączenia atrakcji z okolic Ronina, Fromborka oraz całego Zalewu Wiślanego. Wiodącą funkcją pojazdu jest zastosowanie go w wycieczkach gości Chaty Pogaduchy, którzy oczekują niebanalnego sposobu spędzenia czasu wolnego poza agroturystyką. Wytworzona przez nas usługa zakłada działanie całoroczne. Wykroczenie poza sezon możliwie jest m.in. dzięki zaimplementowaniu dodatkowej funkcji - imprezy. Naturalnym kierunkiem rozwoju usługi może być również np. przewóz gości wraz z bagażami na linii Frombork - Ronin. Na kolejnej stronie zostały przedstawione przykładowe funkcje Busika Pogaduchy.

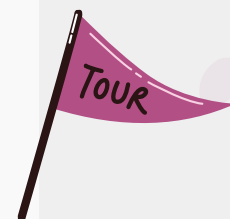


BUSIK POGADUCHY - JAK GO WYKORZYSTAĆ?



WYCIECZKA:

Funkcja ta pozwoli na poszerzenie oferty o atrakcje z dala od terenu Chaty Pogaduchy. Goście jeszcze przed przybyciem będą mieli możliwość zdalnej rezerwacji busa w dostępnym terminie. Poza ustaleniem daty pozostaje rozważyć kwestię kierowcy. Może nim być osoba z Chaty Pogaduchy posiadająca odpowiednie uprawnienia bądź pracownik z firmy przewozowej, z którą została podpisana umowa. Wycieczki mają na celu integrację, dlatego zachęcamy do organizowanie ich nie tylko dla rodzin i przyjaciół, ale całego ośrodka.



Wycieczki spersonalizowane pod oczekiwania klienta.

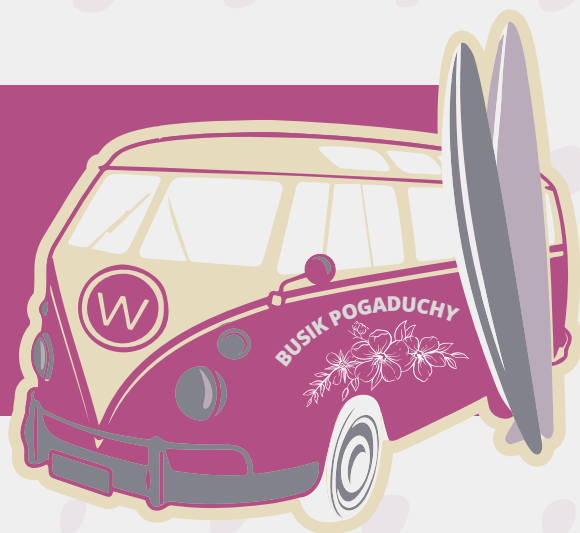
Pakiety wycieczek z oferty:
np. sportowa, krajoznawcza, historyczna.

Wycieczki całodniowe z zapewnionym prowiantem z lokalnych produktów.

Krótkie wycieczki do konkretnych atrakcji
np. Rodzinny Park Rozrywki w Elblągu.

Pakiety wycieczek dla różnych grup wiekowych.

BUSIK POGADUCHY - JAK GO WYKORZYSTAĆ?



IMPREZA:

W związku rosnącym zainteresowaniem dodatkowymi rolami samochodu m.in. jako miejsca spotkań, możliwe będzie zorganizowanie imprezy w busie. W trosce o bezpieczeństwo i dobrą zabawę dla wszystkich, w tym przypadku rekomendujemy wynajęcie kierowcy. Wyjazd może umilić zawartość mini lodówki znajdującej się wewnątrz pojazdu.

Impreza może odbywać się na tej samej zasadzie co wycieczka, tyle że w towarzystwie kierowcy z wewnątrz.

Możliwe jest równoczesne zwiedzanie, aczkolwiek są zwolennicy pozostania w środku i podziwianiu widoków z zewnątrz.



Organizacja imprez okolicznościowych
(np. urodziny czy wieczory panieńskie)

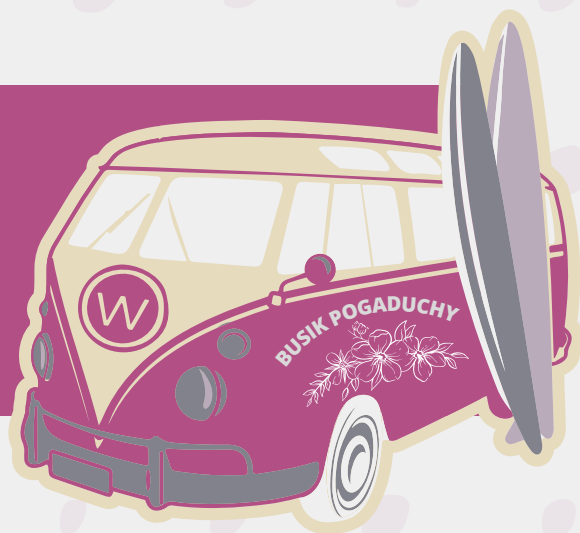
Możliwość organizacji imprez tematycznych
i dopasowania dekoracji busa.

Wyposażenie lodówki dopasowywane
do potrzeb grupy.

Możliwość wyboru własnej muzyki
i konsultacji z DJ-em.

Możliwość organizacji imprezy na terenie
całego województwa i okolic Ronina.

BUSIK POGADUCHY - JAK GO WYKORZYSTAĆ?



PRZEWÓZ:

Ta rola busa dedykowana jest osobom, które nie mają możliwości samodzielnego dotarcia do agroturystyki w Roninie. Położenie wsi oraz brak połączeń autobusowych może przysporzyć problemów wielu gościom. Dlatego uwzględniliśmy trzecią funkcję busa czyli przewóz osób i rzeczy. Przewozić można m.in. gości, bagaże oraz rowery umiejscowione na specjalnych stojakach do tego przeznaczonych. W tej sytuacji należy poinformować w momencie rezerwacji właścicielkę o wysłaniu busa do okolicznej lokalizacji.

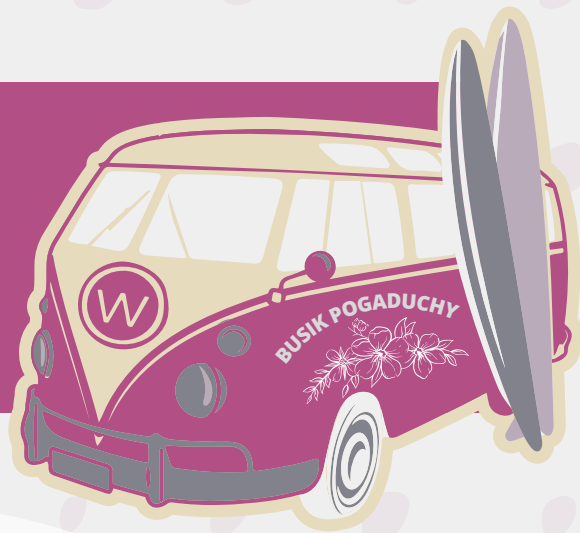


Możliwość przewozu sprzętu sportowego (rowery, deski do windsurfingu) w wybrane przez klienta miejsce.

Przewóz klientów, którzy nie posiadają własnego transportu, do miejsca agroturystycznego.

Przewóz rzeczy codziennego użytku typu wózki dziecięce, wózki inwalidzkie, bagaże, w zależności od potrzeb klienta.

GŁÓWNE WARTOŚCI BUSIKA



Dostosowanie busa do okazji

Możliwość wynajęcia kierowcy

Atrakcja na pochmurne dni

Dojazd do pobliskich atrakcji i dalszych atrakcji

Elastyczna oferta

Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych

Nowe doświadczenia

Wygoda

Wypożyczenie pod Klienta

Przystosowany dla dzieci

Maksymalne wykorzystanie czasu

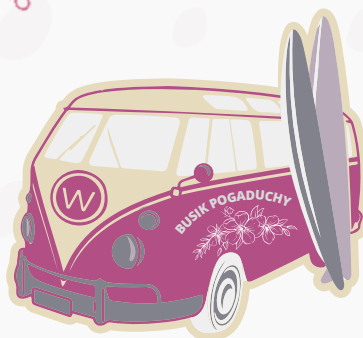
Spersonalizowane wycieczki

Wycieczki z przewodnikiem

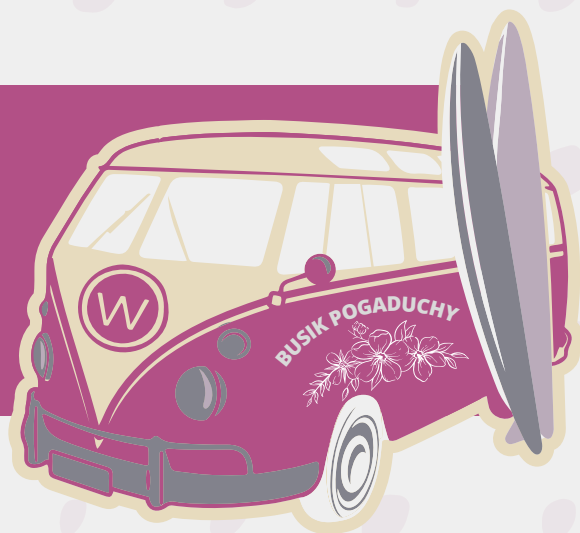
Przewóz gości z bagażami do obiektu

Wypożyczenie w napoje i przekąski

Zachęcający wygląd busa



PROTOTYPOWANIE



Jaka usługa byłaby odpowiednia dla przyjeżdżających grup?



Może przewóz osób i bagaży?

Może zorganizowana wycieczka dla całej grupy?



Albo impreza w środku pojazdu?

PROTOTYPOWANIE



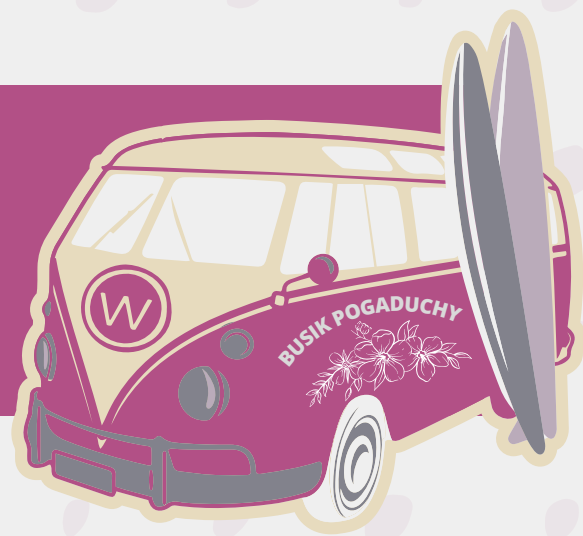
Zwiedzanie okolicznych atrakcji?

A może impreza w busie?



Albo wynajem transportu?

TESTOWANIE PROTOTYPU



Prototyp został przetestowany za pomocą 8 wywiadów. Respondenci to osoby z różnych grup wiekowych oraz społecznych.

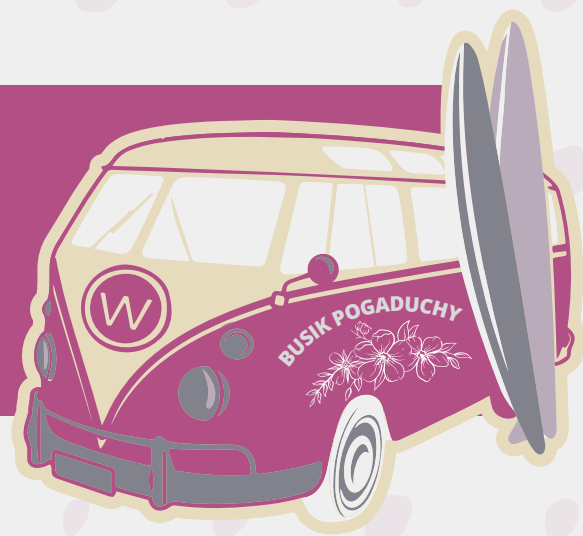
POZYTYWNE OPINIE:

- możliwość transportu z Fromborka do miejsca docelowego,
- możliwość wynajęcia kierowcy,
- możliwość podróżowania pomiędzy miastami,
- przewóz rowerów,
- brak odpowiedzialności związanej z prowadzeniem pojazdu,
- możliwość podróżowania z grupą znajomych,
- brak problemu z parkowaniem,
- możliwość spędzania wspólnego czasu w dobie pandemii,
- maksymalne wykorzystanie czasu (przemieszczanie się, zwiedzanie, zabawa),
- zwiedzanie okolicznych miejsc z za szyb pojazdu, podziwianie krajobrazu,
- brak ryzyka o to, że zwiedzający może się zgubić.

PYTANIA OD RESPONDENTÓW:

- Ile będą kosztowały usługi?
- Czy usługa przyniesie zyski?
- Ile osób pomieści busik?
- Ile busików byłoby do wynajęcia?
- Czy kierowca byłby przewodnikiem czy byłoby to dwie inne osoby?
- Skąd busik zabierałby pasażerów?
- Czy będzie możliwość zamówienia busa poprzez aplikację, aby odbierał klientów ze wskazanego adresu?

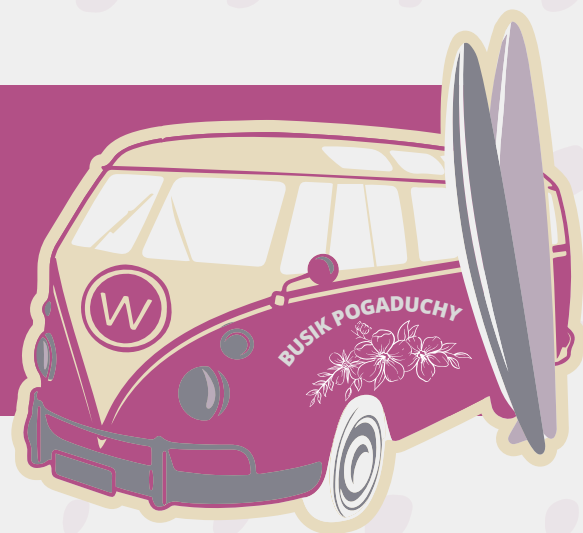
TESTOWANIE PROTOTYPU



PROPOZYCJE, SUGESTIE:

- wygospodarowanie miejsca dla matek karmiących oraz do przewijania dzieci,
- miejsce przeznaczone na bagaż oraz wózek,
- przydatna byłaby również toaleta na dłuższe wycieczki,
- zamontowanie uchwytów na rower oraz bagażnika na dachu,
- umieszczenie gniazdek oraz wejść USB umożliwiających podłączenie się do prądu,
- wyposażenie busika w telewizor, kanapę, dobrze ulokowane (może obracane) fotele, mini lodówkę, automat z przekąskami, barek z napojami, konsolę oraz dobry sprzęt grający,
- dostęp do darmowego wi-fi,
- strefa imprezowa powinna być dobrze zabezpieczona od strefy kierowcy ze względów bezpieczeństwa,
- opłacalność wynajęcia kierowcy (dla większej grupy (7-8 osób) koszty wynajmu rozłożyłyby się, ale dla np. 3 osób byłaby to opcja bardzo kosztowna),
- proponowana cena za przejazd 7-10 zł za każdy kilometr,
- wynajęcie busa na weekend mógłby wynosić 300-400 zł (w zależności od wycieczek)
- podano również propozycję 100 zł za dzień + koszty paliwa, bez przewodnika (prowadzi osoba wynajmująca),
- im większa lista atrakcji, tym chętniej i więcej chce się zapłacić za usługę,
- zapewnienie odpowiedniego bezpieczeństwa uczestnikom oraz kierowcy,

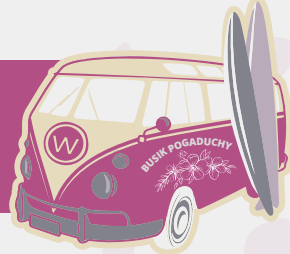
TESTOWANIE PROTOTYPU



PROPOZYCJE, SUGESTIE:

- wyznaczenie miejsc VIP-owskich,
- oferta powinna być elastyczna, dostosowana do potrzeb gości, personalizowane przewodniki dla konkretnych grup,
- respondenci wykazują chęć zwiedzania zabytków oraz zobaczenia pięknych krajobrazów,
- współpraca z przewoźnikiem, który dysponuje flotą kilku pojazdów, dobre zorganizowanie logistyczne,
- zdania są podzielone w kwestii miejsc dla niepełnosprawnych: dla jednych jest to element, w który busik powinien być zaopatrzony,
- ale również jest opinia o negatywnym wpływie na wygląd busa,
- podobna sytuacja zaistniała w kwestii przewodnika: dla jednych jest to dodatkowy koszt, dla drugich dobry pomysł,
- klient sam jest w stanie zaczerpnąć informację z internetu na temat atrakcji,
- wycieczki z przewodnikiem powinny być organizowane dla większej ilości osób (w większym busie do 30 osób),
- popierający pomysł przewodnika uważają, że powinien znać miejscach, w których można dobrze zjeść, atrakcyjnie spędzić czas (oprócz miejsc do zwiedzania),
- powinien mówić o ciekawostkach i historiach z życia wziętych, nie tylko sama historia, dodatkowo mógłby wtrącać anegdoty dotyczące miejsc jak i mieszkańców,
- przewodnik powinien znać język niemiecki oraz angielski.

SERVICE BLUEPRINT



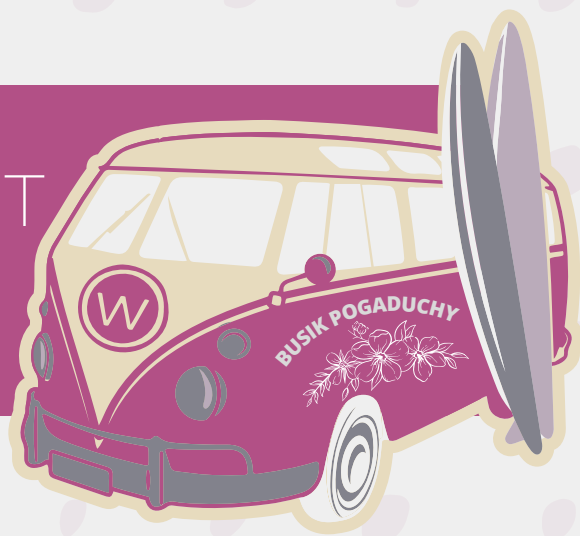
KOLEJNOŚĆ PRACY



Service Blueprint to plan usługi, który dzieli przebieg usługi na kilka części - przed, w trakcie i po skorzystaniu z usługi.

SERVICE BLUEPRINT

1/3



KOLEJNOŚĆ PRACY

2

Fizyczne składniki rozwiązania (np. strona internetowa, serwis, punkt dostępu, rzeczy, obiekty)

Strona internetowa oraz opis ofert w mediach społecznościowych

Strony internetowe, media społecznościowe, kontakt telefoniczny

Kontakt telefoniczny

Terminy zajętości busa dostępne są na stronie internetowej, link odsyłający znajduje się na portalach rezerwacyjnych

1

Wszelkie działania użytkownika przed rozwiązaniem, w trakcie korzystania i po jego zakończeniu

Zapoznanie się z ofertą na stronie internetowej lub portalu rezerwacyjnym
Zaznajomienie się z okolicznymi atrakcjami (gdzie można pojechać i atrakcyjnie spędzić czas)

Wybór konkretnej oferty-przewóz rzeczy, wynajęcie na wycieczki, imprezowy busik

Decyzja o wyznaczeniu kierowcy wśród gości
Podjęcie decyzji o wynajęciu kierowcy

Rezerwacja

3

FRONTSTAGE
bezpośrednie widoczne i dostępne dla użytkownika akcje obsługi

Przejrzysta oferta
Wycieczkobusa

Dyspozycja dla klienta

Ustalenie terminu i wyznaczenie kierowcy

Zaklepanie terminu

4

BACKSTAGE:
wszelkie działania zapewniające funkcjonalność i trwałość rozwiązania

Przygotowanie pełnego opisu oferty z zdjęciami i cennikiem

Określenie kanałów komunikacji z klientem

Dostosowanie oferty do predyspozycji klienta oraz wycena

Przygotowanie busa do wyjazdu

5

Wsparcie procesów (np. urządzenia, sprzęt, usługi zewnętrzne, kooperanci, usługi zlecane)

Opłaty związane z wyświetlaniem oferty na stronach

Stały kontakt z firmą transportową, z którą jest nawiązana współpraca

Ustalenie terminu wypożyczenia semgo busa
Ustalenie konkretnego terminu kierowcy

Zamontowanie urządzenia monitorującego trasę busa
Zlecenie konkretnego terminu kierowcy

SERVICE BLUEPRINT

2/3



2

Gotowa umowa wraz z regulaminem użytkowania

Gotowy wycieczkobus

Gotowe oferty wycieczek (np. z tripadvisor) oraz mapy z google

Dostępność busa

1

Zapoznanie się z regulaminem użytkowania i podpisanie umowy

Odbiór przygotowanego busa z terenu CP

Dogadanie między gośćmi CP dot. postojów

Zwiedzanie atrakcji/ impreza / przewóz rzeczy np. kajaków, rowerów z wykorzystaniem busa

Zbiórka na odjazd z kierowcą

Komunikacja z kierowcą dotycząca postojów, miejsca spotkania, (ten punkt pomijamy kiedy użytkownik nie wynajmuje kierowcy)

Użytkowanie busa

3

Zawarcie umowy z klientem oraz ubezpieczalnią

Wręczenie kluczyków i potrzebnych dokumentów od pojazdu

Rekomendacje co do atrakcji dla klientów CP = "polecacz atrakcji" od właścicieli Chaty

Bycie dyspozycyjnym dla klientów

Zawarcie umowy z przewoźnikiem

Odjazd wraz z kierowcą

4

Sporządzenie umowy

Stały kontakt z wypożyczalnią i dogadanie szczegółów z umowy (np. montaż dziecięcego fotelika)

Korzystanie z map internetowych oraz ofert wycieczkowych

W razie usterki kontakt z przewoźnikiem z którym zawarta jest umowa

Bycie dyspozycyjnym dla przewoźnika

5

Wykup odpowiedniego ubezpieczenia (samochod, kierowca, możliwość ubezpieczenia klienta jako kierowcy w trakcie jego podróży)

Dostarczenie samochodu do CP

Skorzystanie z GPS, ustalenie trasy za pomocą nawigacji

W razie usterki wysłanie samochodu zastępczego oraz naprawa

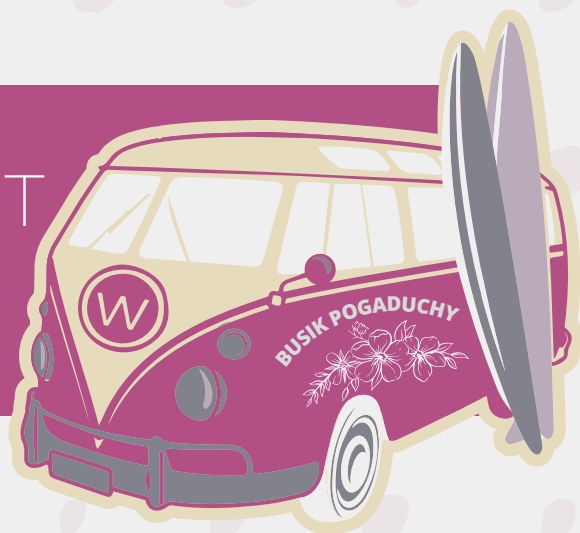
Przyjazd kierowcy do CP po klientów

Skorzystanie z GPS, ustalenie trasy za pomocą nawigacji

Kierowanie busem przez kierowcę oraz opieka nad nim

SERVICE BLUEPRINT

3/3



2

Informacja o najbliższych stacjach

Miejsce powrotu

Facebook, Google, Slowhop

Tripadvisor, Facebook

1

Zatankowanie busa przed odstawieniem w przypadku wynajęcia bez kierowcy (kierowcą jest gość)

Odstawienie busa na terenie CP i rozliczenie z kaucji

Możliwość wystawienia opinii w serwisach społecznościowych Facebook, Google, Slowhop

Możliwość udostępnienia zdjęć, tras z mapek internetowych oraz opisu przeżyć

Powrót do Chaty

3

Poinformowanie o najbliższych stacjach paliwowych

Odebranie samochodu (kluczyków/dokumentów) od gości

Zachęcenie do wystawienia opinii na temat usługi

Zachęcenie do podzielenia się interesującymi trasami oraz zdjęciami

Przyjęcie gości po powrocie z wycieczki

4

Udostępnienie punktów na mapie

Powiadomienie firmy o zakończonej wycieczce (przyjazd po bus)

Śledzenie opinii w mediach społecznościowych oraz zwracanie uwagi na proponowane zmiany

Obserwacja tego co wstawiają osoby, które były na wycieczkach oraz komentowanie, rekomendowanie ofert pasujących do klientów

5

Rozliczenie przewoźnika z właścicielami CP oraz odbiór busa

Przygotowanie busa wewnątrz już pod wycieczkę (sprzątanie itp.)

REKOMENDACJE DODATKOWE



PROPOZYCJE

Zakupienie busa nie jest jedynym rozwiązaniem, istnieje możliwość porozumienia się z firmą transportową, która świadczyłaby usługi w imieniu Chaty Pogaduchy.



Busik Pogaduchy mógłby zostać zaaranżowany w barwach i stylu Chaty Pogaduchy. Kolor busa odzwierciedlałby kolor wnętrz pomieszczeń Chaty, co zagwarantowałoby spójność komunikacji. Na zewnątrz busa polecamy pokazać logo Chaty jako dodatkową promocję ośrodka.

Wewnątrz busa mógłby znajdować się mini lodówka z przekąskami oraz napojami, szczególnie istotny w razie dłuższego wyjazdu grupowego. Na wyposażeniu mogłyby się znaleźć również dodatki typu telewizor i porty usb do ładowania telefonów komórkowych. Wygodna kanapa oraz toaleta mogłyby być dodatkowym atutem.





ANALIZA I KREOWANIE
TENDÓW

W RAZIE PYTAŃ
ZAPRASZAMY
DO KONTAKTU

BUSIK POGADUCHY



STYCZEŃ 2021