

Współdziałanie w ramach Fundacji i w oparciu o jej strategię pozwala wszystkim uczestniczącym podmiotom uzyskać dodatkowe korzyści, jakie daje współpraca i koordynacja działań. Wartością dodaną jest tzw. efekt synergii, czyli niewymierne i wymierne korzyści, jakich podmiot samodzielnie nie jest w stanie osiągnąć lub też osiągnąłby je w dużo dłuższej perspektywie czasowej i w związku ze sporymi nakładami finansowymi.

Wspólna wizja budowy i rozwoju destynacji turystycznej, jaką chcemy z Państwem tworzyć, ma po pierwsze zaspokoić potrzeby współczesnych turystów i klientów, poszukujących nowych smaków, chcących odkrywać nowe miejsca, doświadczać niecodziennych emocji, poznawać różnorodne tradycje, obcować z kulturą i historią danego regionu. Drugim celem strategicznym Fundacji Slow Beskid są działania marketingowe, nakierowane na skuteczną sprzedaż wypracowanych w ramach strategii produktów turystycznych Beskidu Niskiego i Pogórza. Tereny te mają ogromny potencjał turystyczny, który nie jest wykorzystywany. Wszystkie działania mają na celu wzrost aktywności turystycznej w naszym regionie i wypracowanie marki rozpoznawalnej w Polsce i Europie.

Oferta marketingowa i korzyści ze współpracy

W ramach swojej działalności, Fundacja Slow Beskid może Państwu zaoferować 2 pakiety marketingowe:

1. Podstawowy pakiet marketingowy zawiera:

- Aktualizację strony internetowej Fundacji o wydarzenia organizowane przez firmę/institucję;
- Tworzenie/udostępnianie treści w mediach społecznościowych obsługiwanych przez Fundację;
- Miejsce w katalogu / reklamowych/ informacyjnych materiałach drukowanych;
- Bezpłatny udział w eventach organizowanych przez Fundację;
- Prawo do użytkowania loga Fundacji;
- Dostęp do „Księgi wzorców regionalnych” – zestaw opracowanych wizualnych motywów wyróżniających destynację;
- Tematyczne szkolenia dla pracowników branży turystycznej;
- Koordynację kalendarza imprez w regionie;
- Certyfikację;

2. Rozszerzony pakiet marketingowy zawiera:

- Wszystkie punkty podstawowego pakietu marketingowego;
- Prawo do kształtowania i użytkowania strategii;
- Dostęp do wyników badań i raportów okresowych systematycznie tworzonych przez Fundację;

Korzyści, dla przedsiębiorstwa / instytucji publicznej / organizacji płynące ze współpracy z Fundacją:

1. Zintegrowany marketing i reklama marki / przedsiębiorstwa / organizacji / instytucji w nowych i tradycyjnych mediach, w skali regionalnej i ogólnopolskiej;
2. Nawiązanie rzeczywistych kontaktów biznesowych z innymi firmami / instytucjami / organizacjami zrzeszonymi w ramach Fundacji;
3. Osiągnięcie efektu synergii poprzez wspólne działania (marketingowe, reklamowe, szkolenia, itd.);
4. Zwiększenie możliwości świadczenia usług na rzecz firm stowarzyszonych w ramach Fundacji;
5. Wyróżnienie firmy na tle konkurencji;
6. Zaznaczenie i ugruntowanie swojej pozycji na rynku;
7. Zmniejszenie nakładów na reklamę i działania marketingowe;
8. Możliwość pozyskania nowych klientów;
9. Podniesienie poziomu wiedzy i kompetencji właścicieli i pracowników firm / organizacji / instytucji w zakresie rozwoju turystyki regionalnej, realnych potrzeb i oczekiwań współczesnych klientów poprzez tematyczne szkolenia, warsztaty i konferencje;
10. Kreowanie wizerunku firmy / instytucji / organizacji zaangażowanej społecznie poprzez wsparcie lokalnych inicjatyw;
11. Zwiększenie zaufania społecznego.