Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

TAD 6 Modulis

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultanto vaidmuo: verslininko įgūdžiai – veiklos galimybės

TAD
The Ability Advisor

Turinys

Modulio tikslai ir turinys **3**

Įvadas **5**

Turizmo verslo konsultanto vaidmens samprata **6**

Verslumas 6

Konsultavimas 8

Visiems prieinamų turizmo paslaugų lyderis 10

Konsultanto vaidmuo, atsakomybė, iššūkiai ir galimybės 11

Visiems prieinamo ir įtraukiančio turizmą žinomumo didinimas **13**

Kaip paruošti ir pristatyti visiems prieinamo verslo koncepciją 13

Pagrindinės idėjos, kurias galite naudoti savo pasiūlyme 17

Diagnostinių instrumentų taikymas **17**

Lietuvoje taikomi teisiniai reikalavimai 17

Diagnostikos metodika 19

Diagnostinių priemonių pavyzdžiai 23

Veiksmų planų kūrimas ir verslo savininkų/vadovų konsultavimas **28**

1 – Planavimo procesas 28

2 – Planavimo įrankiai 29

3 – Veiksmų planas 31

Modulio tikslai ir turinys

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas turėtų padėti turizmo sektoriaus įmonėms plėsti jų verslą pritaikant paslaugas klientams, turintiems specialiųjų poreikių

Šiame modulyje aiškinama, kaip visiems prieinamų turizmo paslaugų konsultantai galėtų pritaikyti savo įgūdžius įvairiose turizmo paslaugų grandinės dalyse. Aiškinama, kaip konsultantas gali prisidėti prie verslo ar turizmo paslaugų kokybės gerinimo veikdamas kaip darbuotojas, turizmo verslo konsultantas, turizmo organizacijos ar vietos institucijos paskirtas ekspertas. Didžiausias dėmesys skiriamas kiekvienos šiame projekto eksperimentiniame etape dalyvaujančios šalies nacionaliniams įstatymams ir teisinėms procedūroms.
Modulyje taip pat aiškinama, kaip filtruoti įvairių prieigos poreikių turinčių turistų, įskaitant ir neįgaliuosius, pageidavimus, kaip pristatyti strateginius planus verslo savininkams, projektų rengėjams ar sprendimų priėmėjams, bei kaip teikti patarimus konkrečiais prieigos klausimais.

Įgūdžiai - MOKYMOSI REZULTATAI

Programos dalyviai galės:

1. Suprasti visiems prieinamų turizmo paslaugų konsultanto vaidmenį verslo/turizmo sektoriuje;
2. Informuoti turizmo sektoriaus suinteresuotąsias šalis (verslo savininkus, vadovus, darbuotojus, klientus ir kt.) apie visiems prieinamą ir įtraukiantį turizmą, taip

skatinant ryšį tarp pasiūlos (verslo savininkų) ir paklausos (specialiųjų poreikių turinčių turistų);
3. Taikyti diagnostikos priemones, kurti veiksmų planus ir patarti verslo savininkams/vadovams;
4. Pritaikyti savo įgūdžius konkrečios smulkios ar vidutinės įmonės aplinkoje, veikiant kaip darbuotojui arba kaip nepriklausomam konsultantui;

Lavinami šie programos dalyvių teoriniai-techniniai įgūdžiai:

1. Gebėjimas integruoti visiems prieinamo turizmo koncepcijos principus į darbo aplinką;
2. Gebėjimas suprasti skirtingus vaidmenis, kuriuos atliekant gali būti pritaikomi turimi įgūdžiai;
3. Gebėjimas suprasti, kaip atstovauti visiems prieinamų turizmo paslaugų sritį (bendravimas su išorės ir vidaus suinteresuotosiomis šalimis);
4. Gebėjimas susisiekti ir dirbti su neįgaliųjų organizacijomis.

Turinys

- Vietiniai įstatymai;
- Visiems prieinamų turizmo paslaugų konsultanto vaidmuo turizmo vertės grandinėje;
- Verslumo ir konsultavimo įgūdžių ugdymas;
- Visiems prieinamų turizmo paslaugų konsultanto veikla įvairiame kontekste (HORECA, muziejų, transporto, kelionių agentūrų, turizmo veiklos ir kitose srityse);
- Projekto/paslaugos kūrimas:
  - Diagnostika: stebėjimo diagramos/„Pantou“ ir kt.;
  - Įmonės/organizacijos veiksmų planas: stiprybių-silpnybių-galimybių-grėsmių (SSGG) analizė + „planuok-daryk-tikrink-veik“ (PDTV) sistema;
  - Veiksmų plano įgyvendinimas.

Įvadas

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultanto misija, įgytos žinios ir įgūdžiai skirti padėti smulkioms ir vidutinėms įmonėms, veikiančioms turizmo srityje, plėsti savo verslą bei tobulinti paslaugas, teikiamas visiems prieinamo ir įtraukiančio turizmo rinkoje.

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas privalo turėti žinių bagažą apie specialių prieigos poreikių turinčių turistų pageidaujamų paslaugų pasiekiamumą ir jų teikimo sąlygas, esant reikalui pritaikyti pagrindinius galimus pagalbos būdus ir technologijas bei išmanyti *Universalaus dizaino* principus.

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas gali savarankiškai dirbti kaip išorinis konsultantas ar ekspertas, teikiantis paslaugas turizmo subjektui, arba kaip vidaus paslaugų teikėjas, t.y. kaip turizmo subjekto samdomas darbuotojas bet kurioje turizmo vertės grandinės dalyje.

Teikdamas konsultacines paslaugas konsultantas turi gebėti naudotis priemonėmis, kurių reikia vykdant paslaugų prieinamumo vertinimą, vietos apžiūrą, teikiant konsultacijas ir atliekant auditą, jis taip pat turi gebėti analizuoti informaciją ir informuoti smulkių bei vidutinių įmonių vadovus ir savininkus, kaip visiems prieinamas turizmo paslaugas sėkmingai pritaikyti konkrečioje verslo veikloje.

Turizmo verslo konsultanto vaidmens samprata

Verslumas

Verslumas – tai gebėjimas ir noras kurti, organizuoti ir valdyti verslo vienetą prisiimant riziką bei siekiant uždirbti pelno.

Akivaizdus verslumo pavyzdys yra naujo verslo kūrimas, tačiau tai taip pat gali būti ir jau įsteigtų įmonių inovatyvios veiklos plėtra bei panašaus pobūdžio nauja verslo veikla.

Verslumo dvasią charakterizuoja inovatyvumas ir rizikos prisiėmimas. Verslumas yra esminė tautos gebėjimo sulaukti sėkmės nuolat kintančioje ir vis konkurencingesnėje globalioje rinkoje dalis.

Verslumas yra procesas, kurio metu asmuo ar komanda identifikuoja verslo galimybes bei įgyja ir panaudoja išteklius, kurių reikia šioms galimybėms išnaudoti.

Daugelis autorių laiko lyderystę, valdymo gebėjimus ir komandinį darbą svarbiausiais verslininko bruožais.

Sėkmingiausiems verslininkams būdingi tam tikri gebėjimai:

1. Savidisciplina

Pirmasis gebėjimas, kurį privalo turėti visi sėkmingi verslininkai, yra savidisciplina. Savidisciplina yra svarbiausia savybė, norint pasiekti sėkmės tiek gyvenime, tiek versle. Jeigu jūs galite priversti save daryti tai, ką privalote daryti, nesvarbu, ar jums tai patinka, ar ne, galite žengti didelį žingsnį savo kelyje į sėkmę. Savidisciplinai reikia savo laiko valdymo, savikontrolės, asmeninės atsakomybės ir tikslingos veiklos įgūdžių.

2. Sąžiningumas

Antrasis gebėjimas, kurį privalo turėti visi sėkmingi verslininkai, yra sąžiningumas. Galbūt vertingiausias ir labiausiai gerbiamas bruožas, kurį jūs galite išsiugdyti, yra absoliutaus sąžiningumo reputacija. Būkite visiškai sąžiningi, kad ir ką bedarytumėte, kiekviename sandoryje ir kiekvienoje veikloje. Niekada nesileiskite į kompromisus dėl savo sąžiningumo. Prisiminkite, kad jūsų žodis yra jūsų garantas, o jūsų sąžiningumas yra jūsų verslo pagrindas. Bet kuris sėkmingas verslas yra pagrįstas pasitikėjimu jūsų vykdoma veikla.

3. Atkaklumas

Trečiasis gebėjimas, kurį privalo turėti visi sėkmingi verslininkai, yra atkaklumas. Atkaklumas yra tvirto charakterio bruožas. Kaip kartą pasakė Napoleonas, „atkaklumas žmogaus charakteriui yra kaip anglis plienui". Tai neatskiriama savybė, kuri lydi visas didžiąsias gyvenimo sėkmes.

Štai viena didžiausių atkaklumo ir sėkmės paslapčių: užprogramuoti savo pasąmonės mintis atkaklumui dar prieš atsirandant nesėkmėms ir nusivylimams, kuriuos vis tiek patirsite judėdami link savo sėkmės.

Iš anksto nuspręskite, kad niekada nepasiduosite, nesvarbu, kas nutiks. Drąsa išlikti susidūrus su priešiškumu ir nusivylimu yra savybė, kuri užtikrins sėkmingą jūsų kelią į sėkmę.

4. Aiškus krypties suvokimas

Ketvirtasis gebėjimas, kurį privalo turėti visi sėkmingi verslininkai, yra aiškus veiklos krypties suvokimas.

Dėl neramumų, kuriuos sukelia spartūs pokyčiai šiandieninėje rinkoje, daug verslo savininkų siaurina veiklą kaip ugniagesiai spręsdami tik kasdienines problemas.

Jie visiškai pasineria į trumpalaikes problemas, trumpojo laikotarpio pardavimus bei siekį uždirbti trumpojo laikotarpio pelną. Jie ketina praleisti daugiau laiko galvodami apie ateitį ir ją planuodami, tačiau, dėl laiko stokos, kurį praleidžia spręsdami kasdienines problemas, net nepriartėja prie šių žingsnių.

Tai nėra sėkmingi verslo savininkai. Jums reikia apibrėžti aiškius tikslus sau ir kiekvienai jūsų verslo daliai. Iš tiesų, galbūt jūsų, kaip verslo savininko, pagrindinė atsakomybė yra aiškiai apibrėžti jūsų darbuotojų darbo kryptis.

5. Ryžtas ir orientacija į veiksmus

Paskutinysis gebėjimas, kurį privalo turėti visi sėkmingi verslininkai, yra buvimas ryžtingu ir orientuotu į veiksmus. Verslininkai privalo apgalvoti ir sparčiai priimti sprendimus. Sėkmingi verslininkai verčia save imtis veiksmų ir vykdyti sprendimus, kuriuos priėmė. Jie juda greit, ir greit gauna savo veiksmų grįžtamąjį ryšį. Jeigu jie suklysta, greit pasitaiso ir bando kažką kita.

Pagrindiniai šaltiniai (anglų k.):
http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneurship.html#ixzz3xv9ci0nt

https://www.entrepreneur.com/article/282962

Daugiau informacijos šia tema čia (anglų k.): (https://www.businessnewsdaily.com/7275-entrepreneurship-defined.html), apie tai, ką 20 kompanijų įkūrėjai ir verslo lyderiai pasakė verslo dienraščiui „Business News Daily, kas, jų nuomone, yra sėkmingas verslininkas.

Konsultavimas

Konsultantas yra specialistas, kuris teikia tam tikros srities (šiuo atveju, visiems prieinamo ir įtraukiančio turizmo) eksperto patarimus.

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantui reikalingi puikus komunikaciniai ir bendradarbiavimo įgūdžiai

Konsultantas (patarėjas) paprastai yra ekspertas (kadangi jis/ji yra labai giliai išstudijavęs šią sritį) ar patyręs specifinės srities profesionalas, kuris turi plačių šios srities žinių. Konsultanto vaidmuo gali būti priskiriamas vienai iš šių dviejų kategorijų:

- Vidaus konsultantas: tai asmuo, dirbantis organizacijos viduje, tačiau savo specializacijos srityje galintis konsultuoti kitus padalinius ar asmenis (kurie veikia kaip klientai);

- Išorinis konsultantas: tai asmuo, kuris yra samdomas kliento (konsultavimo

firmos, turizmo organizacijos ar vietos institucijos) ir teikia laikinas paslaugas, dažniausiai už tam tikrą mokestį. Konsultavimo firmos gali skirtis pagal dydį – nuo individualių įmonių, kuriose dirba vienas konsultantas (laisvai samdomas asmuo), ir smulkių įmonių, kuriose dirba nedaug konsultantų, iki stambių konsultavimo įmonių.

Vienas iš svarbiausių įgūdžių, kurio reikia konsultantui, yra **gebėjimas bendradarbiauti su kitais žmonėmis**. Kad galėtumėte teikti konsultacijas, jūs turite gebėti gerai sutarti su kitais žmonėmis, jų klausytis, su jais kalbėti ir atsižvelgti į jų poreikius. Jeigu jums nepatinka ilgos bendravimo valandos – ši darbo sritis ne jums. Jei norite sulaukti sėkmės, jūsų **komunikavimo įgūdžiai** privalo būti puikūs.

Be gebėjimo gerai sutarti su žmonėmis, dar viena svarbi konsultanto savybė yra būti į **paslaugą orientuotu** asmeniu. Jūs turite būti motyvuotas tenkinti visų savo klientų poreikius. Jūs turite teikti kokybiškas įvairaus pobūdžio konsultacijas, tačiau jeigu negalite įgyvendinti to, ko nori klientas, tuomet jūs švaistote tiek klientų, tiek savo laiką.
Net jeigu pastoviai dirbate su kitais žmonėmis teikdami konsultacijas, **lyderystės įgūdžiai** bei **gebėjimas generuoti savo idėjas** ir **logiškai jas pagrįsti** yra privalomi bruožai. Jūs esate atsakingas už tam tikros įmonės ar verslo srities gerinimą ir tobulinimą.

Verslo savininkai ir vadovai žvelgia į jus, laukdami kad jūs pasakytumėte jiems, kaip patobulinti jų verslą. Jūs turite imtis kiekvieno darbo su daugybe pagrįstų ir naudingų idėjų bei turite būti pasiruošęs imtis atsakomybės ir pradėti dirbti. Konsultuojant negalima sėdėti ir leisti veikti kam nors kitam. Jūs esate vienintelis asmuo, galintis pasiekti sėkmės savo gyvenime ir darbe.

Ar galite **spręsti problemas**? Tikimės, kad galite, kadangi rasti išeitį iš keblios padėties konsultantui gali būti lengva, tačiau sprendimo įgyvendinimas ne visada yra toks paprastas. Dirbant skirtingose verslo srityse, kur egzistuoja skirtingos taisyklės ir skirtinga vidaus politika, būti priklausomu nuo vienintelio galimo problemos sprendimo būdo yra ne tik neprotinga, bet ir visiškai nepatikima. Kad sėkmingai atliktumėte savo darbą, jums reikia gebėti pateikti daug galimų sprendimo būdų tai pačiai problemai spręsti.

Pagrindiniai šaltiniai (anglų k.):
https://www.dictionary.com/browse/consultant
https://www.experience.com/advice/careers/ideas/consulting-the-skills-you-need-to-succeed/

Pritaikykite šią patarlę: **„Duokite žmogui žuvį, ir pamaitinsite jį vieną dieną, išmokykite žmogų žvejoti, ir pamaitinsite jį visam gyvenimui”**.

Visiems prieinamų turizmo paslaugų lyderis

Visiems prieinamų turizmo paslaugų lyderis – tai svarbiausias konsultanto atliekamas vaidmuo dirbant su bet kuriuo turizmo subjektu. Taip sukuriamas pagrindas paslaugos prieinamumui, atskleidžiama visiems prieinamų paslaugų reikšmė ir nauda (nustatant rizikos ir naudos šaltinius), būtinybė neatidėlioti šių pokyčių.

Visiems prieinamų turizmo paslaugų lyderis aistringai domisi šia tema, entuziastingai mokosi, yra bendradarbiaujantis, sudarantis sąlygas pokyčiams, inicijuojantis pokyčius, aktyvus ir pragmatiškas. Jis nebūtinai yra komandos narys, daugiausia žinantis apie pasiekiamumą, tačiau gali įkvėpti kitus įsitraukti į probleminių klausimų, susijusių su paslaugų prieinamumu visiems, sprendimą.

Visiems prieinamų turizmo paslaugų lyderis yra atsakingas už paslaugų prieinamumą visose verslo dalyse, vertinant paslaugų prieigą bei skatinant lygybę ir įvairovę.

Vykdydamas veiklą šis lyderis savo veikla įkvepia aplinkinius, įtraukia paslaugų prieinamumo užtikrinimą į verslo planus, siekia taikyti geriausią šios srities praktiką bei skatina įsitraukti kitus komandos narius.

Prieinamumo čempionai yra veiksmų, skirtų prieigos užtikrinimo visiems, iniciatoriai. Jie taip pat turi užtikrinti, kad visi darbuotojai dirbtų konstruktyviai tam, kad klientai įgytų įtraukiančios patirties.

Pagrindiniai pasiekiamumo šalininko bruožai yra šie:

- tvirtai tikėti visiems prieinamo turizmo paslaugų sukuriamomis vertybėmis ir potencialu, kurį įtraukiantis turizmas gali suteikti verslui;
- entuziastingai norėti patobulinti esamas paslaugas ir infrastruktūrą, siekiant suteikti įtraukiančios patirties visiems klientams;
- norėti inicijuoti pokyčius ir įkvėpti kolegas;
- siekti, kad klientai, turintys tam tikrus apribojimus, tikrai pajustų paslaugos skirtumą;
- veikti kaip sektinam pavyzdžiui bendraujant, dalijantis, vadovaujant ir įkvepiant tiek vadovus, tiek aptarnaujantį personalą;
- taikyti geriausią praktiką, plečiant supratimą apie specialių prieigos poreikių turinčių klientų norus ir poreikius bei juos įgyvendinant;
- pripažinti, ginti ir remti lygybės darbo vietoje principus;
- neatsilikti nuo visiems prieinamo turizmo paslaugų pažangos bei taikyti naujausius metodus.

Pagrindiniai šaltiniai:
https://members.businessdisabilityforum.org.uk/resource-category/resource/the-role-of-the-accessibility-champion/
https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/accessibility_champion_2_508v2.pdf

Konsultanto vaidmuo, atsakomybė, iššūkiai ir galimybės

Pagrindinės visiems prieinamų turizmo paslaugų **atsakomybės sritys** gali būti skirstomos į **3 grupes**:

1. Turizmo srityje veikiančių suinteresuotųjų asmenų (verslo savininkų, vadovų, darbuotojų, klientų ir kt.) suvokimo apie visiems prieinamą ir įtraukiantį turizmą didinimas, taip lengvinant komunikaciją tarp pasiūlos (turizmo verslo) ir paklausos (specialių prieigos poreikių turinčių turistų) šalių;

2. Diagnostinių instrumentų taikymas, siekiant surinkti patikimos informacijos apie paslaugų pasiekiamumo ir klientų pritraukimo sąlygas turizmo įmonėje;

3. Veiksmų planų kūrimas, siekiant pagerinti esamas paslaugų prieinamumo ir įsitraukimo sąlygas bei teikti pasiūlymus ir rekomendacijas verslo savininkams/vadovams.

Turizmo objektas, kuriuo negali naudotis asmuo sėdintis vežimėlyje: visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas susidurs su iššūkiais - inerciniu turizmo grandinės dalyvių požiūriu į visiems prieinamą turizmą.

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas turi būti pasiruošęs dirbti įvairiose srityse (pvz., HORECA – viešojo maitinimo, kultūros/muziejų, transporto, turizmo agentūrų, turizmo veiklos ir kt. srityse), kad prisidėtų prie paslaugų pasiekiamumo ir įtraukimo sąlygų gerinimo skirtingose turizmo vertybių grandinės dalyse.
Pagrindiniai iššūkiai, su kuriais susiduria visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas turėtų, yra inercija ir nepakankamas turizmo profesionalų domėjimosi visiems pasiekiamu ir įtraukiančiu turizmu.
Bendrąja prasme, domėjimosi trūkumą sąlygoja tiek asmeninės, tiek kultūrinės išankstinės nuostatos - barjerai, kurie užkerta kelią visiems prieinamo ir įtraukiančio turizmo praktikos diegimui.

Pirmasis barjeras yra nuostata, jog visiems pasiekiamas ir įtraukiantis turizmas nėra įdomi verslo sritis. Toks turizmas dažnai traktuojamas kaip turizmas žmonėms sėdintiems neįgaliojo vežimėliuose. Pagrindinės problemos čia suprantamos kaip „pritaikytų kambarių“ siūlymas bei didelės investicijos į architektūrinių kliūčių šalinimą, todėl vyrauja nuomonė, jog tai yra maža, labai daug reikalaujanti, bet menkai atsiperkanti rinkos niša.

Antrasis barjeras yra nuostata, jog visiems pasiekiamas ir įtraukiantis turizmas yra turizmas „neįgaliesiems“ („neįgalieji“ yra klaidingai suprantami kaip kitokie, keisti, daugiau ar mažiau nemaloniai besielgiantys asmenys, kurie net gali kelti nepatogumų kitiems, įprastiems klientams/turistams).

Akivaizdu, kad tai yra klaidinga nuomonė, tačiau nesąmoningai ji yra įsišaknijusi dar nuo senovės kultūros laikų, kai mūsų protėviams buvo sunku suprasti ir susitaikyti tiek su savo, tiek su kitų žmonių negalia, jos sukeltais apribojimais, silpnumu ir „defektais“, o tai, savo ruožtu, net tiksliai nežinant kodėl, tam tikrose situacijose skatino susvetimėjimo, abejingumo ir atmetimo požiūrį.

Trečiasis barjeras yra susijęs su nuostata, kad visiems prieinamas ir įtraukiantis turizmas yra nauja sritis, esanti už verslo subjekto komforto zonos, kurioje naudojamasi turimomis žiniomis leidžiančiomis pasitikėti savo gebėjimais teikti paslaugas klientams, ribų. Žmonės taip pat gali jaustis nepatogiai, jeigu jiems sunku dalintis, kartu dirbti, bendradarbiauti su kitais žmonėmis, kompanijomis ar kitais subjektais.

Didžiausia galimybė, kuria turėtų pasinaudoti šio verslo konsultantas, yra ta, jog turizmo sektoriuje jau pradedama suprasti augančio rinkos segmento – įvairaus pobūdžio specifinių prieigos poreikių turinčių turistų – svarba.

Tai nėra vien tik proga pasinaudoti trumpojo ir vidutinio laikotarpio verslo galimybe, tačiau tai taip pat yra natūralios bei normalios turizmo evoliucijos dalis, žinant, kad turizmo sektoriuje visada sekamos vartotojų (paklausos) poreikių tendencijos, o turizmo paslaugos (pasiūla) yra pritaikomos pagal vartotojų poreikius.

Pagrindiniai šaltiniai:

Turizmo galimybių konsultantas - apžvalga:
http://abilityadvisor.eu/wp-content/uploads/2018/11/A-Tour-Around_TAD.pdf

BRENDAIT instrukcijos (Regioninio tinklo visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo plėtrai kūrimo projektas BRENDAIT):
http://www.perfil.com.pt/Brendait/documents/D2BRENDAITManual-ENG.pdf

Visiems prieinamo ir įtraukiančio turizmą žinomumo didinimas

Kaip paruošti ir pristatyti visiems prieinamo verslo koncepciją

Savarankiškai dirbantis konsultantas turi parengti puikią savo paslaugų koncepciją pristatančią prezentaciją.

Koncepcijos pristatymas (angl. a pitch) yra veiksmų visuma (įskaitant kalbėjimą bei kalbėjimo būdą), skirtų įtikinti klientą pirkti produktą ar imtis specifinės veiklos (pvz., priimti naują idėją). Tai gali būti traktuojama kaip planuota tam tikro produkto ar paslaugos pardavimų strategija, skirta produkto ar paslaugos pardavimų inicijavimui. Koncepcijos pristatymas paprastai skiriamas auditorijos supažindinimui su produktu ar paslauga, kai auditorija nieko apie jį nežino, arba tai yra vaizduojamoji produkto ar paslaugos plėtra, kai auditorija šiuo produktu ar paslauga jau domisi.

Geras verslininkas privalo turėti daugiau nei vieną paruoštą pristatyti verslo koncepciją. Svarbiausia koncepcija, kurią reikėtų pristatyti pirmojo susitikimo su potencialiu klientu metu, yra trumpas **idėjos apibūdinimas** (angl. the elevator pitch).

Tai labai glaustas idėjos apibūdinimas, apimantis visus svarbiausius jos aspektus bei pateikiamas per keletą sekundžių (maždaug per tiek laiko, kiek užtrunka važiavimas liftu). Jeigu šis idėjos apibūdinimas yra pateiktas gerai, jis sužadina klientų smalsumą bei paskatina juos užduoti daugiau klausimų (bei paskatinti klientą suplanuoti vėlesnius

susitikimus).

Kitas koncepcijos pristatymo būdas yra vadinamasis **„gyvojo plano“ pristatymas**, kuris yra paremtas vizualiomis priemonėmis bei kalbėjimu.

Pagrindinė šio būdo idėja yra parengti tvarkingai sudėliotą vieno puslapio pristatymą (ar prezentaciją), kuriame būtų visa reikiama informacija apie produktą/paslaugą.

Norėdami padėti jums parengti koncepcijos pristatymą, mes sukūrėme **septynis paprastus žingsnius**, kuriais jūs galite remtis **kurdami savo geriausius pardavimų pasiūlymus**, galinčius garantuoti pardavimus:

1. Raskite puikią dingstį

Jeigu planuojate siųsti savo pasiūlymą elektroniniu paštu, pradėkite nuo patrauklios temos (pavadinimo). Temos eilutė ar pradžios sakinys bus ta dingstis, kuri patrauks jūsų pirkėjų dėmesį. Tai didžiąja dalimi gali lemti ar jūsų klientas perskaitys, ar paprasčiausiai ištrins jūsų pasiūlymą.

Tinkamas pavyzdys yra tas, kai jūsų pasiūlyme suformuluotas skatinimas pirkti yra susijęs su jūsų pirkėjo poreikiais, taip pat kai yra pasakojama jūsų verslo istorija. Šiuos du aspektus atlikę gerai, jūs galėsite sėkmingai patraukti savo klientų dėmesį ir įtikinti juos skaityti toliau.

2. Spręskite problemą

Kai įtikinsite pirkėją toliau skaityti jūsų pasiūlymą, jums reikės parodyti, kaip galite padėti savo pirkėjui. Ar jūs žinote apie įprastas problemas, su kuriomis jūsų pirkėjas susiduria ir kurias išspręsti jam galėtų padėti jūsų produktas ar paslauga?

Savo rašytiniame pasiūlyme tiesiogiai įvardinkite problemas, su kuriomis susiduria jūsų pirkėjas. Tuomet susitelkite į tai, kaip jūsų produktas ar paslauga gali padėti šias problemas išspręsti. Skaitydami apie problemų esmę, jūsų pirkėjai matys, kad jūs atsižvelgiate į jų poreikius ir turite sprendimo būdų. Koks gali būti geresnis būdas įrodyti, jog jūsų pasiūlymas puikus?

3. Remkitės faktais

Jūsų pasiūlyme turi būti pakankamai faktų ir statistikos, patvirtinančios jūsų teiginius.

Kai rašote pasiūlymą, būtinai įtraukite patikimų atsiliepimų ir socialinių tyrimų, įrodančių jūsų produkto ar paslaugos sėkmę. Jeigu teigiate, jog galite išspręsti pagrindines savo

pirkėjo problemas, pasitelkite faktus, atskleidžiančius kaip jūs tai darote.

4. Paskatinkite pirkti

Dabar jūs turite pasiūlymą, kuriame kalbama apie jūsų pirkėjo problemas, parodoma, kaip jūsų produktas ar paslauga gali padėti šias problemas išspręsti, o jūsų teiginius pagrindžia faktai ir statistika. Kitas žingsnis yra suteikti pirkėjui aiškius nurodymus, ką jam reikėtų daryti toliau.

Taigi, kas tai galėtų būti? Žinoma, paskatinimas pirkti!

Keista, bet net 85% kontaktų tarp pardavėjų ir galimų pirkėjų baigiasi pardavėjui net nepaprašius pirkti.

Taip, jūs perskaitėte teisingai – net 85%!

Iki šiol, jūs jau įtikinote potencialų klientą, kad jūsų pasiūlymas yra puikus, ir sekantis žingsnis yra galimybė klientui pasinaudoti jūsų produktu ar paslauga. Ar jam reikia paspausti jūsų tinklapio nuorodą? Ar imti telefoną ir skambinti jums tiesiogiai?

Kad ir kokio veiksmo reikėtų, nurodykite jį aiškiai ir pakvieskite klientą šio veiksmo imtis.

5. Rašykite trumpai ir mandagiai

Jūsų pasiūlymo ilgis taip pat yra svarbus. Jeigu pasiūlymas pernelyg ilgas, yra didelė tikimybė, jog pirkėjas praras susidomėjimą ir toliau nebeskaitys. Tačiau jeigu jūsų pasiūlymas yra tinkamo ilgio, labai tikėtina, jog jūsų pirkėjas nepraras susidomėjimo iki pabaigos.

Pasiūlymo žodžių skaičius priklauso nuo to, kam jis skiriamas. Stenkitės riboti žodžių skaičių, vengti perteklinės informacijos, nes tai gali baigtis tuo, jog pirkėjas išmes jūsų pasiūlymą.

Ar neapmaudu, jei jūsų pasiūlymu nebus pasinaudota tik dėl to, kad pasiūlymas yra per ilgas?

6. Patikrinkite gramatiką ir rašybą

Kai parašysite savo pardavimo pasiūlymą, nepamirškite patikrinti rašybos ir gramatikos. Nėra nieko blogiau, jei jūsų pasiūlymas bus atmestas dėl kelių klaidų, kurios galėjo būti ištaisytos prieš paspaudžiant mygtuką „Siųsti“.

Jeigu jau kruopščiai patikrinote savo pasiūlymą, pats metas jį siųsti jūsų pirkėjui. Nepamirškite pasiūlymo individualizuoti bei padaryti pasiūlymą kiek įmanoma asmeniškesnį.

7. Nepameskite atkaklumo

Neseniai atliktas „Yesware“ tyrimas atskleidė, kad net 70% neatsakytų pasiūlymų, siunčiamų elektroniniu paštu, nutraukiami jau po pirmojo mėginimo.

Tačiau tas pats tyrimas atskleidė, kad egzistuoja net 21% tikimybė, kad jūs sulauksite atsako į savo antrąjį elektroninį laišką, jeigu pirmasis liko neatsakytas. Ši statistika įrodo, kaip svarbu yra nenuleisti rankų siunčiant elektroninius laiškus negavus atsakymo po pirminio pasiūlymo pateikimo.

Po pirmojo pasiūlymo išsiuntimo pokalbis nenutrūksta. Nesidrovėkite, mėginkite dar ir dar kartą. Egzistuoja net 30% tikimybė, kad gausite atsakymą iš potencialaus kliento po kelių mėginimų.

Nepamirškite, kad individualūs jūsų kliento poreikiai jums turi būti svarbiausi. Papasakokite savo prekės ženklo bei jūsų produkto ar paslaugos sėkmės istoriją, paremkite ją faktais ir statistika. Daug dirbkite tam, kad įtrauktumėte savo pirkėjus ir rastumėte visų savo ateities pasiūlymų sėkmės formulę.

Pagrindiniai šaltiniai:
http://www.investorwords.com/3706/pitch.html
http://www.businessdictionary.com/definition/elevator-pitch.html
https://study.com/academy/lesson/business-pitch-definition-types-importance.html
https://www.superoffice.com/blog/sales-pitch/

Pagrindinės idėjos, kurias galite naudoti savo pasiūlyme

Norint paruošti sėkmingą visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo koncepcijos pristatymą, jums reikės įsisavinti visų ankstesnių modulių turinį:

- kas yra visiems prieinamas ir įtraukiantis turizmas?
- kas yra specialių prieigos poreikių turintys turistai?
- kokie yra pagrindiniai specialių prieigos poreikių tipai?
- kokie reikalavimai keliami visiems prieinamoms ir įtraukiančioms turizmo paslaugoms?
- kokie yra specialių turistų poreikių, kurie skiriasi nuo įprastų klientų poreikių, pavyzdžiai?
- kokie yra visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo paslaugų privalumai?

Diagnostinių instrumentų taikymas

Taikydami diagnostinius instrumentus paslaugų pasiekiamumo vertinimui, vietos apžiūrai, konsultacijoms ir auditui, visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantai privalo turėti pakankamai žinių apie vietines su tuo susijusias teisės normas bei sukurti individualią metodiką, šių diagnostinių instrumentų taikymui.

Lietuvoje taikomi teisiniai reikalavimai

Dalis ankstesniuose moduliuose aptartų ES teisinių reikalavimų, reglamentuojančių visiems prieinamų turizmo paslaugų teikimą, yra perkelti į nacionalinius teisės aktus, detalizuojant konkretų jų įgyvendinimą.

Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymas skirtas užtikrinti, kad būtų įgyvendintos Lietuvos Respublikos Konstitucijos 29 straipsnio nuostatos, įtvirtinančios asmenų lygybę ir draudimą varžyti žmogaus teises ir teikti jam privilegijas lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu. Šis teisės aktas apibrėžia tiesioginės ir netiesioginės diskriminacijos dėl lyties, rasės, tautybės, pilietybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos sampratą bei valstybės institucijų, švietimo paslaugų teikėjų bei produktus bei paslaugas vartotojams parduodančių asmenų pareigas įgyvendinant lygių galimybių visiems užtikrinimo nuostatas.

Neįgaliųjų socialinės integracijos įstatymas skirtas užtikrinti neįgaliųjų lygias teises ir galimybes visuomenėje, nustatyti neįgaliųjų socialinės integracijos principus, apibrėžti socialinės integracijos sistemą ir jos prielaidas bei sąlygas, neįgaliųjų socialinę integraciją įgyvendinančias institucijas, neįgalumo lygio ir darbingumo lygio nustatymą, profesinės reabilitacijos paslaugų teikimą, specialiųjų poreikių nustatymo ir tenkinimo principus. Šis teisės aktas skirtas apibrėžti valstybės institucijų ir nevyriausybinio sektoriaus – neįgaliųjų asociacijų vaidmenį siekiant įgyvendinant šiame teisės akte numatytus socialinės integracijos principus planuojant, administruojant, organizuojant, paskirstant įgaliojimus ir atsakomybę. Privatūs turizmo paslaugų teikėjai, siekdami būti aktyvia visiems prieinamo turizmo paslaugų grandinės dalimi, turėtų apgalvoti galimus bendradarbiavimo metodus, įgyvendinant šiuos sistemos veiklos principus:

- lygių galimybių – neįgaliesiems, kaip ir kitiems visuomenės nariams, sudaromos tokios pat ugdymosi, darbo, laisvalaikio leidimo, dalyvavimo visuomenės, politiniame ir bendruomenės gyvenime galimybės. Tik tais atvejais, kai tokios pat sąlygos

ir priemonės yra neveiksmingos, numatomos specialiosios priemonės, gerinančios neįgaliųjų padėtį;

- visapusiško dalyvavimo – visais lygmenimis visi su neįgaliųjų gyvenimu ir veikla susiję klausimai sprendžiami derinant su jais ir (ar) jų atstovais pagal įstatymą bei atsižvelgiant į jų patirtį;
- savarankiškumo ir pasirinkimo laisvės užtikrinimo – neįgalieji nuolat skatinami būti savarankiški;
- prieinamumo – neįgaliesiems sudaromos sąlygos veiklai visose gyvenimo srityse ir galimybė naudotis ištekliais;
- decentralizacijos – pagalba neįgaliesiems priartinama prie jų gyvenamosios vietos, bendruomenė įtraukiama į socialinę neįgaliųjų reabilitaciją;
- destigmatizacijos – visuomenė šviečiama siekiant šalinti neigiamas nuostatas ir stereotipus, susijusius su neįgaliaisiais;
- perimamumo ir lankstumo – visos institucijos veikia darniai teikdamos socialines paslaugas ir ugdydamos neįgaliuosius.

Neįgaliųjų aptarnavimo viešajame ir privačiame paslaugų sektoriuje rekomendacijos skirtos padėti viešajame ir privačiame paslaugų sektoriuje dirbantiems specialistams pasirengti sutikti, bendrauti ir aptarnauti negalią turinčius asmenis. Šis dokumentas įtvirtina poreikį organizuoti paslaugų sektoriaus darbuotojams mokymus, siekiant, kad paslaugų sektoriuje dirbantys specialistai būtų geriau pasirengę bendrauti su neįgaliaisiais. Rekomendacijose pateikiami patarimai detaliai aptarti atskiruose šios mokymo programos moduliuose.

Lietuvos Respublikos statybos įstatymas įtvirtina Universalaus dizaino sąvoką (gaminių ir aplinkos forma, kai jais be specialaus pritaikymo gali naudotis vaikai, suaugę, vyrai, moterys, senyvo amžiaus, neįgalieji, įvairių tautybių ir kitų grupių žmonės) bei pareigą užtikrinti, kad statiniai atitiktų universalaus dizaino reikalavimus, nustatomus normatyviniuose statybos techniniuose dokumentuose, normatyviniuose statinio saugos ir paskirties dokumentuose.

Įsakymas „Dėl Str 2.03.01:2001 „Statiniai Ir Teritorijos. Reikalavimai Žmonių Su Negalia Reikmėms“ patvirtinimo“ detaliai apibrėžia reikalavimus rengiant neįgaliesiems svarbių statinių, (gyvenamųjų, negyvenamųjų, komunikacijos kelių) statybos, rekonstravimo, pastato atnaujinimo (modernizavimo), kapitalinio remonto, supaprastintos statybos, supaprastintų rekonstravimo projektų, kapitalinio remonto aprašus, paprastojo remonto projektą ar paprastojo remonto aprašą arba keičiant statinių paskirtį. Pvz. :

„Viešosios paskirties renginių (teatrų, kino teatrų, koncertų ir kitose) salėse, kuriose yra 50 ir daugiau vietų, turi būti šis skaičius vietų, pritaikytų vežimėliais važiuojantiems ŽN:

Salėse, kuriose yra iki 100 vietų, – 4 vietos žmonėms su negalia (ŽN);

- 101–200 vietų – 5 vietos ŽN;
- 201–300 vietų – 6 vietos ŽN;

- 301–400 vietų – 7 vietos ŽN;
- 401–500 vietų – 8 vietos ŽN;
- per 500 vietų – 2% vietų ŽN.“

Problemas, su kuriomis susiduria Lietuvoje paslaugas siekiantys gauti specialių poreikių turintys asmenys, nagrinėja Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba. Praktinį šių teisės normų taikymą galite rasti šios institucijos tinklapyje, skiltyje – Kontrolieriaus sprendimai.

Diagnostikos metodika

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas turėtų turi išanalizuoti kurii diagnostinė metodika yra tinkamiausia konkrečiai situacijai

Visiems prieinamų turizmo paslaugų konsultantas turi nuodugniai peržiūrėti įstaigos siūlomas turizmo paslaugas ir infrastruktūrą (pvz., HORECA – viešojo maitinimo, kultūros/muziejų, transporto, turizmo agentūrų, turizmo veiklos ir kt. srityse) siekiant išsiaiškinti, ar jos atitinka minimalius visiems prieinamų ir įtraukiančių paslaugų reikalavimus bei pageidaujamą kokybės lygį.

Siūlomi diagnostikos metodikos žingsniai yra šie:

1 – Stebėjimo diagramos

Stebėjimo diagramos yra instrumentai, kuriais gali būti paremta visiems prieinamų ir įtraukiančių paslaugų analizė bei grindžiamas jų registravimas ir vertinimas, būtinas siekiant užtikrinti turizmo paslaugų pasiekiamumą specialių prieigos poreikių turintiems žmonėms.

Šiuose dokumentuose turėtų būti pateikta informacija apie tai, kaip dviejose dimensijose turi būti suderinami „paklausos“ (specialių poreikių turinčių klientų) poreikiai bei „pasiūlos“ (visiems prieinamų ir įtraukiančių turizmo paslaugų) sąlygos:

- Makro dimensijoje vertinamas standartizavimas, lyginant paslaugų pasiekiamumo sąlygas vienoje konkrečioje turizmo įmonėje su atitinkamais iš anksto apibrėžtais bendrais paslaugos standartais (pagal turizmo paslaugų tipą ir pagal turizmo poreikių tipus);

- Mikro dimensijoje vertinamas individualizavimas, išsamiai nurodant visiems pasiekiamų ir įtraukiančių paslaugų teikimo sąlygas tam tikroje turizmo įmonėje, įskaitant ir tas sąlygas, kurios dar neatitinka standartų, kad kiekvienas klientas turėtų galimybę palyginti savo individualius poreikius ir specifines paslaugų bei jų pasiekiamumo sąlygas konkrečioje turizmo įmonėje.

Prisiminkite, kad kiekvienas klientas gali pats nuspręsti ar paslaugomis, teikiamomis šiomis sąlygomis nori naudotis, ar nesinaudoti, o klientų poreikiai priklauso nuo:

- kiekvieno asmens negalios ir jos sukeltų apribojimų laipsnio;
- naudojamo pagalbos tipo (pvz., lazdelės, vaikštynės, invalido vežimėlio);
- individualios asmenybės.

Konsultantas turėtų parengti stebėjimo diagramas, pagal kurias būtų galima įvertinti paslaugų pasiekiamumo ir įtraukimo sąlygas tam tikroje įmonėje ar organizacijoje pagal skirtingas tipologijas bei skirtingus prieigos poreikius (susijusius su judėjimo, regėjimo, klausos ar intelektiniais apribojimais), kad įmonė ar organizacija galėtų nustatyti savo padėtį visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo rinkoje, ir palaipsniui galėtų plėsti savo pasiūlymus, teikiamus skirtingiems paklausos segmentams.

Konsultantas turėtų parengti stebėjimo diagramas kiekvienam turizmo veiklos sektoriui ar kiekvienai sričiai, kartu parengiant dviejų rūšių papildomus dokumentus:

- pagrindinius paslaugų prieinamumo ir įtraukimo standartus, kuriuose būtų išsamiai aprašyti standartų reikalavimai (įskaitant teisinę informaciją, kokybės standartus, gerosios praktikos pavyzdžius, iliustruojančius piešinius ar nuotraukas, padėsiančius geriau suprasti situaciją).
- kontrolinius sąrašus, sudarytus pagal atitinkamus standartų reikalavimus.

Kiekviename turizmo paslaugų sektoriuje / kiekvienoje srityje reikalavimai yra nustatomi atsižvelgiant į darbo proceso seką, būdingą teikiant paslaugas įprastam vartotojui. Tai leidžia sistemiškai suvokti, kokius reikalavimus kelia specifinių poreikių turintys klientai, bei

kaip papildyti pagrindinę materialinę, techninę ir žmogiškąją bazę, kad paslaugos galėtų būti visiems klientams.

2 – Vietos analizė

Prieš apsilankydamas turizmo įmonėje diagnostikos atlikimui, visiems prieinamų paslaugų konsultantas turi parengti vietos diagnostikos planą, kuriame atsispindėtų analizės tikslai, planuojamos užduotys ir reikiami ištekliai.
Konsultantas turi pabandyti įtraukti verslo savininką/vadovą (ar bent jau kurį nors personalo narį) į diagnostikos procesą, kadangi tai leis pagerinti tiek diagnozės, tiek galutinės atskaitos kokybę (aiškumo ir pripažinimo atžvilgiu).
Smulkios įmonės/smulkaus subjekto audito atveju, bendrojo diagnostinio plano kūrimas neturėtų būti sudėtinga, daug laiko reikalaujanti užduotis, planas turėtų būti rengiamas atsižvelgiant į įmonės dydį ir sudėtingumą.

Užbaigus planavimo procesą, metas imtis jo vykdymo. Esminiai griežto plano vykdymo elementai yra šie:

- efektyvaus grafiko sudarymas – tai pasiekiamų išteklių (šiuo atveju laiko) naudojimo optimizavimas;
- dėmesys detalėms – tai būtinasis gebėjimas būti kruopščiam ir atidžiam atliekant kiekvieną užduotį (kiekvieną stebėjimą);
- komunikavimas – tai būtinybė perteikti visus su diagnoze susijusius lūkesčius ir diagnozės naudą. Būtina pabrėžti, kad siekiama dirbti kartu, nustatyti problemas bei rasti sprendimo būdus (o ne primesti atsakomybę);
- koreguojamieji veiksmai – reikia gebėti greit identifikuoti pagrindines problemines sritis/problemas bei nedelsiant imtis koreguojamųjų veiksmų (sparčių korekcijų ar vidutinio/ilgojo laikotarpių sprendimų).

Prisiminkite, kad tinkamas planavimas padeda nustatyti ir išspręsti problemas laiku, taigi diagnozė turi būti atliekama efektyviai ir kvalifikuotai.

3 - Ataskaita

Gera diagnozė yra baigta tik tuomet, kai parengiama ir pateikiama kokybiška galutinė ataskaita.

Ataskaitos išsamumo lygis priklauso nuo diagnozės aplinkybių, tačiau atskaitoje visuomet turi būti pateikta:

- santrauka;
- įvadas (dalis, kurioje aprašomas ataskaitos turinys ir apžvelgiama turinio struktūra);

- dėstymas (dalis, kurioje struktūriškai pateikiamas turinys);
- išvados (dalis, kurioje įvairūs ataskaitos elementai glaustai ir aiškiai sujungiami).

Prisiminkite, kad ataskaita turi derinti „paklausos“ (specialių prieigos poreikių turinčių vartotojų) ir „pasiūlos“ (visiems prieinamų ir įtraukiančių turizmo paslaugų) poreikių sąlygas.

Kiekvienoje turizmo įmonėje būtina parodyti, kokios dabartinės paslaugų pasiekiamumo ir įtraukimo sąlygos jau atitinka iš anksto apibrėžtus standartus (kiekvienam rodikliui), ir kurias sąlygas reikia tobulinti, norint sėkmingai teikti paslaugas specialių prieigos poreikių turintiems vartotojams.

Ypač rekomenduojama ataskaitoje naudoti nuotraukas ir diagramas, kurios vaizdžiai iliustruotų esamas sąlygas bei reikiamus patobulinimus.

Ataskaita turėtų būti pagrindinis dokumentas, kurio pagrindu parengiamas veiksmų planas, siekiant paslaugų pasiekiamumo ir įtraukimo sąlygų gerinimo konkrečiame turizmo verslo subjekte.

Pagrindiniai šaltiniai:
BRENDAIT instrukcijos (Regioninio tinklo visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo plėtrai kūrimo projektas BRENDAIT):
http://www.perfil.com.pt/Brendait/documents/D2BRENDAITManual-ENG.pdf
https://www.visitenglandassessmentservices.com/about/advisory-visits/
https://www.brightwork.com/blog/7-steps-effective-report-writing

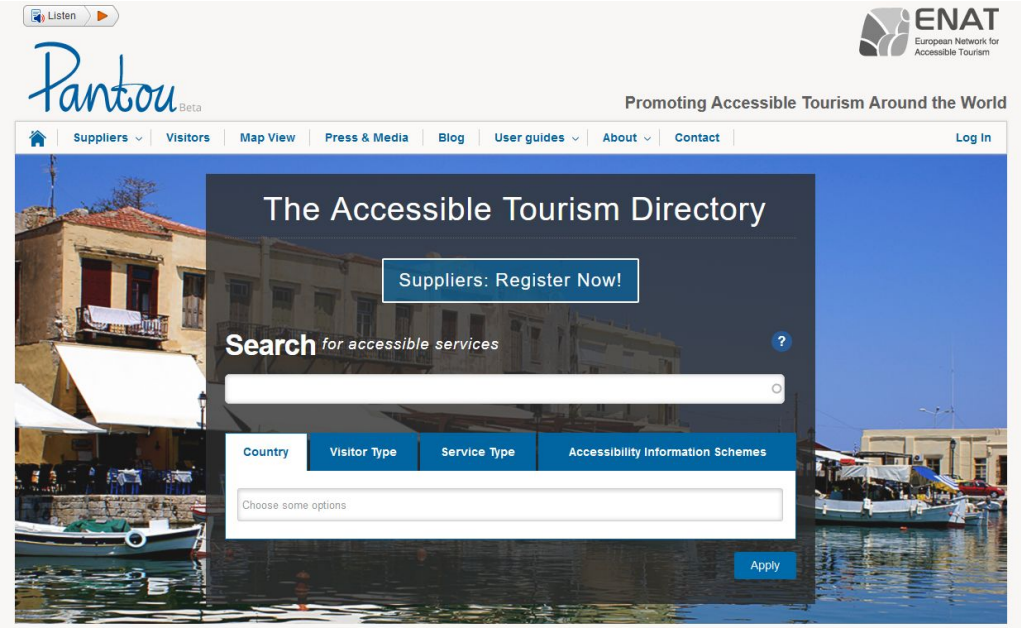
Diagnostinių priemonių pavyzdžiai

1 – Pantou registras

Pantou - tai visiems prieinamo turizmo paslaugų teikėjų, aptarnaujančių negalią turinčius ar specialių prieigos poreikių turinčius turistus visame pasaulyje, registras.
Pantou registras:

- lengvina įvairiems specialių poreikių turintiems turistams galimybę rasti tai, ko jie ieško planuodami vizitą;
- skatina įsitraukti visiems pasiekiamo turizmo paslaugų teikėjus, o klientams parodo lankytinas vietas ir veiklas, kuriomis galima užsiimti saugiai ir patogiai;
- leidžia paslaugų teikėjams bei kitoms turizmo grandinės dalims užmegzti ryšius su naujais partneriais bei kurti visiems pasiekiamų paslaugų tinklus, naudingus tiek

lankytojams, tiek vietos verslui bei bendruomenėms.



Pantau tinklapis

Norėdami būti įtraukti į Pantou registrą, turizmo paslaugų teikėjai turi nurodyti siūlomų paslaugų tipą bei tikslines vartotojų grupes, kurias jie gali aptarnauti.

Registruodamiesi, paslaugų teikėjai turėtų nurodyti savo narystę nacionalinėje, regioninėje ar vietinėje „Prieinamumo informacijos schemoje” (angl. Accessibility Information Scheme (AIS)), kuri patvirtintų siūlomų paslaugų pasiekiamumą.

Nuorodas į prieinamumo informacijos schemų lentelę galima rasti šiame Pantou kataloge: https://pantou.org/accessibility-info.

Jeigu paslaugų teikėjas nėra Pantou patvirtintas AIS schemų narys, tuomet jis turi pateikti tikslią ir patikimą informaciją apie save, užpildydamas bei išsiųsdamas deklaraciją, vadinamą **Pantou prieigos paraiška.**

Prieigos paraiška yra paslaugų teikėjo (ar jo įgalioto atstovo) pateiktas rašytinis dokumentas, kuriame kiek galima objektyviau ir tiksliau apibūdinamos turizmo paslaugų/infrastruktūros prieinamumo savybės.

Pantou registro administratoriai sukūrė šabloną, kuriuo naudodamiesi paslaugų teikėjai gali teikti savo Pantou prieigos paraiškas.

Šabloną sudaro trys pagrindinės dalys bei visi klausimai, į kuriuos būtina atsakyti, norint pateikti išsamią prieigos paraišką. Naudokitės uždarojo tipo klausimais, norėdami

apibūdinti savo paslaugas bei jų teikimo vietą. Jeigu reikia, papildykite klausimus trumpais aprašymais.

Norėdami atsakyti į klausimus apie pastatus ir infrastruktūrą, paslaugų teikėjai turi atlikti kai kuriuos matavimus. Pantou pateikia nuotraukų ir matavimų žinyną, kuriame parodoma, kaip tinkamai padaryti nuotraukas bei tiksliai išmatuoti durų plotį, svečių tualetus, rampas ir kt.

Šabloną ir žinyną galima rasti paspaudus šią nuorodą: https://pantou.org/access-statement.

2 – Nacionalinė pasiekiamumo schema (NAS)

Nacionalinė pasiekiamumo schema (NAS) yra angliškoji schema, padedanti asmenims su neįgalia rasti jų poreikius atitinkantį apgyvendinimą, kurio nepriklausomą, paremtą griežtais standartais vertinimą atlieka specialiai apmokyti vertintojai.

Įvertintose patalpose bus tokie įrenginiai, kaip turėklai, rampos, nuožulnus privažiavimas prie dušų, klausos ir spalvų kontrastų sistemos.

Schemų standartuose pateikiamos gairės, kaip tinkamai pritaikyti paslaugas, kad jos atitiktų asmenų su neįgalia poreikius. Šios gairės skirstomos į trijų kategorijų standartus, skirtus:

- judėjimo sutrikimų turintiems ir vyresniems asmenims;
- regėjimo sutrikimų turintiems ir akliems asmenims;
- klausos sutrikimų turintiems ir kurtiems asmenims.

NAS standartų bukletą galite rasti čia: https://www.visitenglandassessmentservices.com/wp-content/uploads/2018/01/visitenglan d_national_accessible_scheme_serviced_standards.pdfhttps://www.visitbritain.org/sites/de fault/files/vb-corporate/visitengland_national_accessible_scheme_serviced_standards.pdf

3 - BRENDAIT (Regioninio tinklo, skirto visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo plėtrai) projekto savidiagnostikos priemonės

BRENDAIT (Regioninio tinklo, skirto visiems pasiekiamo ir įtraukiančio turizmo plėtrai, kūrimo projektas) buvo įgyvendintas kaip veiklos plėtros projektas, skirtas praktiniam visiems pasiekiamo turizmo strategijos kūrimui ir tikrinimui regioniniu lygmeniu. Pagrindinis projekto tikslas buvo sukurti veiklos plėtros schemą, siekiant paskatinti bendrąjį pagreitį, kurį turizmo paslaugų teikėjai yra išvystę visiems prieinamo ir įtraukiančio

turizmo plėtros srityje. Projekto įgyvendinimo metu buvo siekiama pašalinti pagrindines kliūtis, įvardintas Europos Komisijos Verslo ir Pramonės Generalinės Valdybos 2014 m. tyrime „Įgūdžių ir mokymų poreikio planavimas siekiant pagerinti turizmo paslaugų pasiekiamumą“.

BRENDAIT projekto logo

BRENDAIT projekte buvo sukurtas ir patikrintas intervencijos modelis, kuris paskatino verslo praktikos ir strateginio planavimo plėtrą, siekiant įveikti 3 pagrindines kliūtis, nurodytas turizmo sektoriaus „žaidėjų“ (tai inertiškumas, žinių ir valdymo įgūdžių stoka bei holistinio požiūrio į kvalifikavimą ir turizmo vietų populiarinimą trūkumas). Taip buvo siekiama sėkmingai pritraukti naująjį turizmo paklausos segmentą. Įvertinant verslo aplinkos atitikimą sukurtam modeliui, jį galima būtų atkartoti ir naudoti kaip etaloną kituose regionuose.

Projekte regioninis tinklas apėmė pagrindinius subjektus/suinteresuotuosius asmenis turizmo pasiūlos grandinėje (ypatingą dėmesį skiriant turizmo verslo vadovams bei smulkių, vidutinių ir mikro įmonių savininkams), daugiausia pastangų skiriant intervencinio modelio plėtrai **trimis svarbiausiomis kryptimis**:

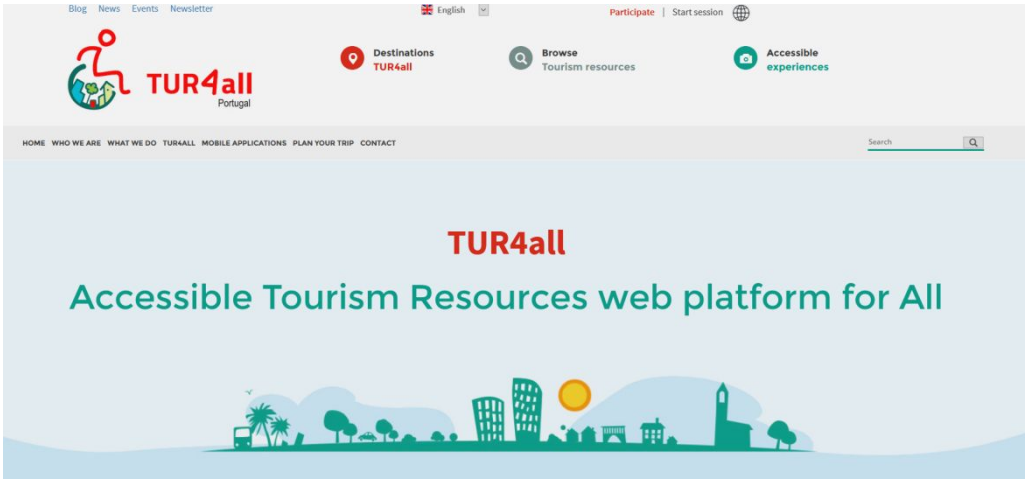
- aktyvaus tinklinio darbo ir tarpusavio bendradarbiavimo;
- visa gyvenimą trunkančio mokymosi ir kvalifikacijos kėlimo;
- inovacijų ir kokybės.

Projekto metu daug turizmo įmonių atliko savidiagnozę, norėdami įvertinti savo paslaugų pasiekiamumo ir įtraukimo sąlygas, kad ateityje galėtų teikti turizmo paslaugas specialiuosius poreikius turintiems klientams.

Naudotas priemones/schemas (D.10) galite rasti čia:
http://www.perfil.com.pt/Brendait/documentos.htm

4 - TUR4all

TUR4all, arba „Visiems pasiekiamas turizmas“, yra bendradarbiavimo platforma (mobilioji aplikacija ir interneto svetainė), kurioje kiekvienas gali išreikšti savo nuomonę apie turizmo įstaigas, išteklius ir paslaugas, remiantis pasiekiamumo visiems principais.
TUR4all yra dinaminė platforma, kurioje teikiama informacija apie visiems pasiekiamo turizmo šaltinius Ispanijoje ir Portugalijoje. Tikimasi, kad greit prisijungs ir kitos šalys.



TUR4all tinklapis

Platformos tikslas yra teikti tikslią naujausią informaciją apie viešbučių, restoranų, muziejų ir monumentų, pritaikyto transporto ir kt. paslaugų prieinamumą.

Iki 2016 m. visi turizmo paslaugų šaltiniai, apie kuriuos skelbiama TUR4all platformoje, buvo peržiūrėti ir įvertinti šios srities ekspertų. Nuo 2017 m., patys vartotojai gali platformą papildyti nauja informacija, užpildę prieinamumo vertinimo klausimyną. Iš esmės, TUR4all platforma tapo bendradarbiavimo platforma, kurioje tiek vartotojai, tiek ekspertai gali vertinti, skirti taškų bei įkelti komentarų apie tam tikrų turizmo įstaigų pasiekiamumą. Be to, platforma veikia kaip turizmo įstaigų ir vietų reklaminis kanalas.

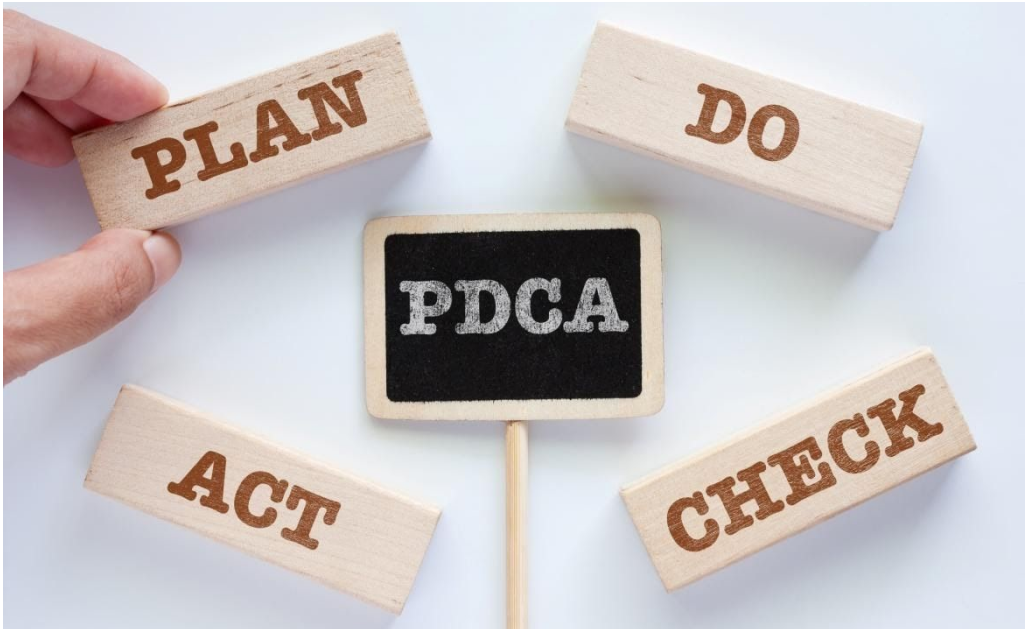
Pasinaudodama strateginių aljansų sutartimis (viena iš tokių sutarčių buvo pasirašyta su *Visiems pasiekiamos Portugalijos* kampanijos vykdytojais 2017 m.), TUR4all siekia tapti tarptautine platforma, daugybėje šalių veikti kaip vietinis partnerystės tinklas, ir taip padidinti turizmo paslaugų pasiekiamumą kiekvienoje pasaulio šalyje. Šia platforma taip pat siekiama suteikti daugiau pasitikėjimo planuojant savo keliones specialių prieigos poreikių turintiems asmenims.

Siekdama užtikrinti, kad vartotojų pateikiama informacija būtų objektyvi, TUR4all turi parengusi *Vartotojo paslaugų pasiekiamumo klausimyną*. Šis supaprastintas klausimynas buvo sukurtas norint surinkti bazinę informaciją apie turizmo šaltinių pasiekiamumą. Siekiant, kad žmonėms būtų lengva juo naudotis, jis parengtas lengvai suprantamu formatu ir išverstas į 11 kalbų.

Su platformos veikla susijusius dokumentus galima rasti čia:
https://www.tur4all.pt/news/manual-de-utilizador-tur4all

Pagrindiniai šaltiniai:
https://pantou.org/about-pantou
https://www.visitenglandassessmentservices.com/our-schemes/national-accessiblescheme/
http://www.perfil.com.pt/Brendait/documentos.htm
https://www.tur4all.pt/

Veiksmų planų kūrimas ir verslo savininkų/vadovų konsultavimas



Planavimo proceso etapai

1 – Planavimo procesas

Veiksmų planų kūrimas yra planavimo proceso dalis.

Planuok-Daryk-Tikrink-Veik (angl. Plan-Do-Check-Act (PDCA)) yra kartotinis keturių etapų procesas nuolatiniam veiklos, produktų ir paslaugų tobulinimui bei problemų spendimui. Šio proceso metu sistemiškai tikrinami galimi sprendimo būdai, vertinami rezultatai bei įgyvendinami tie sprendimai, kurie pasirodė veiksmingi.

Keturi proceso etapai yra šie:

1. **PLANUOK**: nustatykite ir išanalizuokite problemą ar galimybę, suformuluokite hipotezes apie galimus sprendimo būdus bei nuspręskite, kuriuos iš jų tikrinti;
2. **DARYK**: tikrinkite galimus sprendimo būdus, geriau maža apimtimi, bet įvertinant galimus rezultatus;
3. **TIKRINK**: išnagrinėkite rezultatus, įvertinkite efektyvumą ir nuspręskite, ar hipotezė

buvo patvirtinta, ar ne;

4. **VEIK**: jeigu sprendimo būdas buvo efektyvus, pritaikykite jį.

Nustatant ir analizuojant tam tikrą problemą ar situaciją, rekomenduojama SSGG analizė.

SSGG (stiprybių silpnybių, galimybių, grėsmių) analizė yra strateginio planavimo metodas, leidžiantis asmeniui ar organizacijai nustatyti savo stiprybes, silpnybes, galimybes bei grėsmes, susijusias verslo konkurencija ir projektiniu planavimu.
Šis metodas padeda patikslinti verslo įmonės ar projekto tikslus bei nustatyti vidinius ir išorinius veiksnius, kurie yra palankūs ar nepalankūs siekiant šių tikslų. SSGG analizės vykdytojai dažnai užduoda klausimus ir į juos atsako, norėdami surinkti reikšmingos informacijos apie kiekvieną analizuojamą aspektą, kad analizė taptų naudingu įrankiu, leidžiančiu įvertinti savo konkurencinį pranašumą.

Pagrindiniai šaltiniai:
https://www.mindtools.com/pages/article/newPPM_89.htm
https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm

2 – Planavimo įrankiai

Visiems prieinamo turizmo paslaugų konsultantas turėtų naudoti kelių tipų planavimo įrankius.

Schemos, diagramos ir grafikai pagerina supratimą apie procesą, kadangi lengvai ir vaizdžiai iliustruoja, kokios yra proceso sudedamosios dalys bei kaip jos tarpusavyje susiję. Šie įrankiai naudingi tiek naujų procesų kūrimui, tiek esamų procesų tobulinimui. Abiem atvejais gaunamas spartus, vizualiai aiškus darbo vaizdas, o tai, savo ruožtu, skatina šia tema domėtis toliau.

Užduočių valdymo įrankiai, kuriuos naudoja tiek individualūs asmenys, tiek komandos ar organizacijos, padeda efektyviau vykdyti projektus, susisteminant tarpusavyje susijusias užduotis suteikiant joms prioritetus.

Yra daug užduočių valdymo įrankių formų, pavyzdžiui, skaičiuoklės ar internetinės projektų valdymo aplikacijos. Kiekviename lygmenyje užduočių valdymo įrankiai padeda:

- efektyviai dirbti ir išvengti išteklių eikvojimo;
- išlikti organizuotiems;
- užtikrinti, kad komandinis ir individualus darbas būtų atliekamas teisingai;
- nepradelsti terminų.

Užduočių valdymo įrankiai padeda organizuoti darbą, nustatyti prioritetus bei vizualizuoti darbo procesą. Analizuojant mokomasi, kaip užduotis atlikti efektyviai.
Organizavimas – pradiniame lygmenyje, užduočių valdymo įrankiai yra naudojami padėti individualiems asmenims, komandoms ar verslo įmonėms išlikti organizuotiems. Buvimas organizuotu apima užduočių prioritetų nustatymą, užduočių įvairiuose jų etapuose vykdymo eigos vizualizavimą bei analizės ar ataskaitos dėl ateities užduočių ir darbo srautų rengimą.

Prioritetų nustatymas – užduočių grafikas leidžia paskirstyti užduotis pagal prioritetus, taip užtikrinant, kad svarbiausios užduotys yra atliekamos pirmos. Kaip jau buvo minėta, užduočių valdymo įrankius yra lengva atnaujinti. Nustatydami prioritetines užduotis, galime susitelkti į tai, kaip atlikti darbą, užuot nekryptingai šokinėję nuo vienos užduoties prie kitos.

Vizualizavimas – vizualizavimas ne tik primins jums, ką reikia daryti, bet ir padės geriau suprasti projektą kaip visumą. Tai reiškia, kad užduočių valdymo įrankiai bus lengvai pasiekiami kiekvienam. Kai dalykas yra išdėstytas taip, kad jį lengva suprasti, tarpusavio sąsajos tampa aiškios, o bendradarbiavimas tampa natūralus.

Analizė – užduočių valdymo įrankiai padeda apdoroti ir susisteminti tam tikrus duomenis, kad galutiniai duomenų vartotojai galėtų lengvai suvokti, ką jie daro, ką jau padarė, ir kaip užduotis galima atlikti geriau. Užduočių valdymo įrankiai visada padeda atlikti tam tikros formos analizę – tiek pagal jūsų sukurtą formulę, tiek pagal tam tikrą metodą, įdiegtą į sistemą. Tai svarbiausia dalis, leidžianti patobulinti užduočių atlikimo metodus.

Bendradarbiavimo įrankiai padeda žmonėms bendradarbiauti. Bendradarbiavimo įrankių tikslas yra padėti dviejų ar daugiau asmenų grupei įgyvendinti bendrą tikslą ar uždavinį. Bendradarbiavimo įrankiai gali būti ne technologinio pobūdžio, pavyzdžiui, popierius, rašomoji lenta, lipnūs lapeliai, pristatymų lentos, tai taip pat gali būti kompiuterinės programos ir aplikacijos.

Laiko valdymo įrankiai padės jums planuoti dienos valandas, t.y. planuoti, kiek laiko jūs praleisite atlikdami tam tikras užduotis – tiek profesines, tiek asmenines.

Efektyvus laiko planavimas leis jums susiplanuoti ir atlikti kasdienines užduotis taip, kad atliktumėte jas pagal nustatytus terminus. Tokiu būdu, užduotys nesikaups, ir jūs galėsite jas atlikti kruopščiau.

Yra nesuskaičiuojama daugybė laiko valdymo įrankių ir metodų, kurie padės jums suprasti jūsų darbo režimą ir sukurti metodikas, kaip optimizuoti kiekvieną dienos minutę. Laimei, šiandien į pagalbą įmanoma pasitelkti ir laiko planavimo kompiuterines technologijas.

Pagrindiniai šaltiniai:
https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE_04.htm
https://asq.org/quality-resources/new-management-planning-tools
https://leankit.com/learn/project-management/task-management-tool/
https://www.mindtools.com/pages/main/newMN_HTE.htm

3 – Veiksmų planas

Veiksmų planas yra žingsnių, kurių reikia imtis, seka arba veikla, kuri turi būti gerai atlikta tam, kad strategija būtų sėkminga. Veiksmų planą sudaro trys pagrindiniai elementai:

- specifinės užduotys: kas ir kieno bus atlikta;
- laiko horizontas: kada tai bus atlikta;
- išteklių paskirstymas: kokie konkretūs fondai yra pasiekiami konkrečiai veiklai vykdyti. Veiksmų planas dar yra vadinamas veiksmų programa.

Norėdami parengti veiksmų planą, paprasčiausiai surašykite užduotis, kurias jums reikės atlikti savo tikslui pasiekti. Rašykite užduotis ta tvarka, kuria jas reikės atlikti.

Kad būtų lengviau, remkitės žemiau aprašytu trijų žingsnių procesu:

1 žingsnis: Nustatykite užduotis

Pradėkite apgalvodami užduotis, kurias jums reikės atlikti savo tikslui pasiekti.

Naudinga šį procesą pradėti nuo pat pradžių. Kokia yra pati pirmoji užduotis, kurios reikės imtis? Kai ši užduotis bus atlikta, kas vyks toliau? Ar yra kokių nors žingsnių, kuriuos reikėtų laikyti prioritetiniais, norint nepradelsti terminų arba dėl to, kad reikiami žmonės vėliau gali būti nepasiekiami?

2 žingsnis: Analizuokite ir paskirstykite užduotis bei išteklius

Dabar, kai jau galite matyti visą projektą nuo pradžios iki galo, peržiūrėkite kiekvieną užduotį atidžiau.

Ar yra žingsnių, kuriuos galima praleisti, bet vis tiek pasiekti tikslą? Kurias užduotis galėtumėte perleisti kitam savo komandos nariui ar laisvai samdomam asmeniui? Ar yra nustatyti terminai tam tikriems žingsniams atlikti? Kokius išteklius galima panaudoti? Ar reikia papildomų išteklių?

3 žingsnis: Dvigubas patikrinimas su schemomis

Naudokitės schemomis kaip pagalbinėmis priemonėmis, norėdami patikrinti, ar jūsų planas yra suprantamas. Schemos, šiuo atveju, reiškia:

- erdvę;
- pinigus;
- padėjėjus/žmones;
- įrangą;
- medžiagas;
- žinias;
- sistemas.

Projekto įgyvendinimui gali neprireikti apsvarstyti visų nurodytų elementų, tačiau nepamirškite pridėti laiko dimensijos, t.y. labai aiškiai apgalvoti, iki kada užduotys turi būti atliktos (terminai).

Taip pat reikėtų pridėti visų išteklių, kurių reikia kiekvienai užduočiai atlikti, sąrašą.
Kai pabaigsite savo planą, laikykitės jo atlikdami darbus ir atnaujinkite jį pridėdami papildomas užduotis, jeigu jų reikia.

Pagrindiniai šaltiniai:
http://www.businessdictionary.com/definition/action-plan.html