מיזם התיירות "רמות וליהנות" סיכום

עם סיומה של שנת הפעילות הראשונה במיזם התיירות "רמות וליהנות", ובהמשך לישיבת סיכום מקיפה ומציפה... ערכנו סקירה מפורטת של רשימת הישגים, לצד קשיים וכישלונות בפעילות המיזם ואנחנו מבקשים להביא בזאת את עקרי הדברים:

1. שנת הפעילות החלה את דרכה התקציבית באוגוסט 2018, ומסתיימת באוגוסט 2019.

שנה זו של פעילות היא המשכה של עבודה רצופה של ועדת תיירות, אשר החלה את עבודתה בפברואר 2017 ומסתיימת כעת.

1. העלאת המודעות לתחום התיירות – ללא ספק, הצלחנו להכתיב "סדר יום חדש" בהנהלת האגודה, ובוועד הישוב לגבי ההתייחסות לענף התיירות ברמות, כענף מוביל ומפרנס תושבים רבים . ובתור שכזה, דורש סיוע, מעורבות ותשומת לב מעשית.

בתוך כך , מצאנו פתרון לפרוצדורה האירגונית של מערכת גביית הכספים והנה"ח של המיזם באמצעות האגודה.

1. מודל לחיקוי – כצוות מוביל דעת, מוביל דרך, הפכנו להיות גורם משמעותי וחשוב בתחום התיירות ברמה הארצית וברמה האזורית. הצלחנו להכתיב "סדר יום חדש" בתחום התיירות ברמת הגולן, בתנועת המושבים ובתיירות הכפרית במשרד התיירות. תפסנו מקום מכובד בזירות המצויות במרכזה של העשייה הציבורית בתחום התיירות., הוכתרנו כיזמים, יוצרים, ויוזמי חדשנות בתחום התיירות, והפכנו מודל לחיקוי בתחום הארגון ותפיסת התיירות הכפרית.

נציגים שלנו שותפים בוועדת התיירות של רמת הגולן, משפיעים על תפיסת העולם ועיצוב המדיניות של מקבלי ההחלטות בתחום התיירות בגולן.

אנחנו נמצאים בקשר רצוף עם מנהל אגף התיירות בחכ"ל ועם העוסקים והאחראים על השיווק ויחסי הציבור של התיירות בגולן. הקרבה והקשר הרצוף, מעמידה אותנו במרכזה של העשייה התיירותית בגולן, מסייעת לנו רבות בתחום השיווקי, בתקציבים, בקידום פרויקטים, מובילה לשיתופי פעולה רבים בעשייה, אירוח קבוצות, חשיפה לעיתונאים ואנשי יחסי ציבור.

1. "האקדמיה לתיירות"- הקמנו אקדמיה לתיירות, אשר בנתה תכנית של תוכן והרצאות בנושאים שונים מתחום התיירות, במטרה לסייע לנו לנהל את עסקינו בצורה מיטבית. האקדמיה הפיקה סידרה של מפגשים מתחום הניהול, שיווק, פרסום, תודעת שירות. המפגשים נערכו במועדון החברים. הוזמנו כל חברי המיזם (ללא תשלום). הזמנו גם אורחים חיצוניים, תיירנים שהם לא חברי המיזם מרמות ומישובים אחרים, והם היו חייבים בתשלום. (עובדה שיצרה התנגדות וזעם בקרב תיירנים שלא חברי המיזם)

רשימת ההרצאות שהתקיימו:

1. ניסים אללאלוף – מאמן עסקי למכירות

2. מוזי – כלים חיוניים לשיווק התיירן ברשת

3. דפנה פרנקל – שיווק דור 5 בעידן חדש ומתחדש

4. ד"ר בני בן ישראל – התיירות הכפרית, מרכיבים מנצחים להצלחה

1. שירי (האחראית על תפעול דף הפייסבוק של רמות וליהנות) – קצת על פייסבוק ועל כלים וטיפים לתפעל פעיל של הפייסבוק המשותף של המיזם.

אנחנו מתייחסים אל "האקדמיה לתיירות" כהצלחה. עצם המפגשים היו מעשירים (מי יותר, מי פחות...) המפגשים היו חשובים מעצם קיומם. השיח, האינטראקציה, התנועה....אבל ההיענות הייתה דלה ומאכזבת. ובשלב מסוים, כאשר האווירה נהייתה עכורה, ומצב הרוח של חברי הוועדה דעך....דעכה גם היוזמה לארגון מפגשים נוספים...

1. טיולי שישי - מתוך מטרה להעצים את חווית האירוח של אורחינו ברמות, לחזק את המותג "רמות וליהנות", לשפר את התדמית של רמות ככפר תיירות בארץ ובעולם, לצקת פעילות תוכן בתוכנית הנופש של אורחינו, הוצאנו טיולים מאורגנים, בליווי מדריך מוסמך למשפחות וזוגות בחינם. ארגון הטיולים החל ברוח סערה בהתנדבות ראויה להערכה של שוקה סליטרניק, וגם ששון מעת לעת. הטיולים יצאו בתדירות של אחת לשבוע, אחר כך אחת לשבועיים. החל מחודש יולי, לכשהתמסדה הפעילות במיזם והתמסד התקציב, המדריכים בטיולים קבלו שכר עבור עבודתם מתקציב המיזם. הצלחנו לגייס לצורך העניין גם תקציבים חיצוניים. ובהמשך פרסמנו גם את טיולי הרט"ג כאופצייה .

הנפקנו דגלונים עם הלוגו של "רמות וליהנות", שהתנוססו על רכבי המטיילים.

כל חברי המיזם, יכלו לשלוח את אורחיהם בחינם לטיול.

ברוב המקרים הטיולים הוכתרו כהצלחה גדולה. למרות שהרכב המטיילים לעיתים היה מורכב מאוד (מבוגרים, צעירים, זוגות, משפחות, תיירים וכו...)

בשלב מסוים, פירגנו לאור רוטר, וקבענו את הלולארט כנקודת המפגש ליציאת הטיול, למען יראו האורחים ויכירו את המקום

את פרוייקט הטיולים התמדנו למשך כחצי שנה. אחרי פסח, לא התחדשו הטיולים.

1. ברושור – "רמות וליהנות" הכל קורה כאן – מפה ואטרקציות.

הפקנו ברושור מקסים על גיליון a4 קשיח. מרשים ומקצועי, אשר מספר בכמה מלים על רמות, על מיזם התיירות, מציג מפה של הישוב עם סימון של כל בעלי הצימרים במיזם, ונותן במה לכל בעלי האטרקציות ההסעדה והטיפולים, אשר מתארים את מרכולתם עם מספרי טלפון להזמנות.

הברושור מחולק ע"י בעלי הצימרים לאורחים בחדרים.

1. דף פייסבוק משותף ל"רמות וליהנות"- במסגרת הניסיון להשתלב בשיווק הרשתי, ביקשנו מספר הצעות מחיר של מפעילי דף פייסבוק, בחנו אותן והתקשרנו עם שירי מילר, אשר מפעילה בעבורנו דף פייסבוק משותף. הדף מקודם, וגם ממומן. זוכה לחשיפה מעולה. מקדם ונותן במה לעסקים ביחד ולחוד. יוצר תהודה משותפת.

כמובן שבתחום הזה, "השמיים הם הגבול"...ושתופי פעולה רחבים יותר ופעילים יותר, של חברי המיזם היו מקדמים את הדף טוב יותר....

במסגרת פעילות הפייסבוק, ערכנו קמפיין שיווקי של כל המיזם לכבוד חג החנוכה. עם הנחות לאורחים והטבות בצימרים, במסעדות ובאטרקציות.

קיימת בעיה עם היכולת להפיק תוצאות מעשיות מהדף, בעיקר משום שלא קיים איש אחד שמוציא לפועל ומתרגם את החומרים שמתאספים בו למכירה. אין מספר טלפון אחד מרכזי שאנשים יכולים לפנות אליו....(כי אין מי שיענה לטלפון הזה...) ונראה שחלק מהתוצרים שאפשר היה להפיק מהחומרים האלה, הולכים לאיבוד.

1. אתר אינטרנט למיזם התיירות "רמות וליהנות"

עבודה קשה ומאומצת של איסוף חומרים, עיבודם, הצעות מחיר, תקשורת עם ספקים חיצוניים. הרבה פגישות, הרבה שיחות טלפון, פינג פונג של מיילים, ריצות אחרי חברי המיזם, בעלי הצימרים והאטרקציות....ובסופו של דבר את שלנו השלמנו.

אלא שהחברה שהתחייבה, וקבלה כבר את התשלום עבור בניית האתר, עדיין לא עמדה בהתחייבותה, וטרם עלה לאוויר אתר האינטרנט...

1. קבוצת הגויינט - ארחנו כ 30 חדרי נופש , קבוצה שהועברה אלינו כתוצאה מהקשרים והחיבורים שיש לנו עם נציגי תיירות גולן. הפקנו במשותף ובהצלחה מרובה את האירוח הזה.
2. שתוף פעולה עם הרט"ג - במסגרת הניסיון להעצים ולחזק את התוכן בשירות שאנחנו נותנים לאורחינו, יצרנו קשר עם הרט"ג – ראשות הטבע והגנים, הפעילה באזורנו, למדנו את האפשרות לשיתופי פעולה איתם בתחום הדרכת טיולים וביקור באתרי טבע אשר באחריותם באזור ,העברנו ופרסמנו לבעלי הצימרים שבמיזם.
3. סדנאות מודעות – אוהזיס

במסגרת מאמצי השיווק של הצימרים לקבוצות מאורגנות, יצרנו קשר עם מפיקי סדנאות המודעות אוהזיס, אשר מקיימים 2 או 3 סדנאות רבות משתתפים לאורך השנה. בנינו איתם מודל של אירוח, המשלב פעילות סדנאית במועדון החברים ברמות. המודל מתאים לנו מאוד, כיוון שהוא נערך לרוב באמצע השבוע, והוא מאפשר סגירה פרטית של הלקוחות מול בעלי הצימרים. נקבעו 2 רמות מחיר. וסוכם גם על מכירה של שוברי אוכל, ע"פ מחירים שנקבעו מראש מול ספקי האוכל ברמות.

סוכם שהפרסום של הסדנאות יעשה במשותף בערוצים המתאימים של לקוחות הסדנא, וגם אצלנו.

בשלב זה, לא יצאה לפועל הסדנא שאמורה הייתה להתקיים בחודש יולי. מארגני הסדנא מסבירים את מיעוט הנרשמים בכך שחופשת הקיץ , שבה מבלים במשפחות עם הילדים, לא נלקחה בחשבון. יקבעו תאריך חדש עם סיום הקיץ.

1. קיו טלפון

בראייה עתידית ,מתוך ההבנה שהמיזם חייב שתהיה לו כתובת אחת לתקשורת. כתובת שתקבל את כל החומרים שנאספים מערוצי השיווק השונים, מאתר האינטרנט, מהפייסבוק, מהרשתות, ובעתיד גם מהסוכנים, רכשנו קיו טלפון למיזם. מספר טלפון של המיזם.

כרגע הקיו עדיין לא פעיל, בעיקר כיוון שאין מי שייקח על עצמו, באופן רצוף וקבוע את התפקיד . עלינו להיערך, מבחינה אירגונית לנושא, ואז נעשה בו שימוש. (לצורך העניין דרוש עובד בשכר , שהוא עובד של המיזם, אשר יהיה אחראי על כל הפניות מהגורמים השונים, ויעבוד בהוצאה לפועל של הדברים, הפקה והפיכת הפניות למכירות...)

1. מעו"ף

במסגרת הניסיונות לגייס כספים לטובת פעילות המיזם, יצרנו קשרים עם מעו"ף, אשר פועל, מטעם משרד הכלכלה למען קידום וסיוע לעסקים קטנים ובינוניים. במעו"ף קיימת תכנית שנקראת "מרחב עסקי", אשר מסייעת למספר עסקים אשר יש להם מכנה משותף דומה. נותנת כלי הדרכה וייעוץ.(לפחות 10 עסקים).

כמיזם, אנחנו עומדים בקריטריונים שהם מגדירים לסיוע, הסיוע נתן במימון של עד 150 שעות יעוץ, כאשר אנחנו נדרשים בהשתתפות של 80 ₪ לשעת יעוץ בלבד.

במסגרת הזו, לאחר תהליך רישום והתחייבות, קבלנו אישור לסיוע.

לצורך ניצול שעות הייעוץ הנ"ל, יצרנו קשר עם משרדו של עופר זילברמן מצופית. הוא ינחה וילווה אותנו כיועץ בתחום השיווק של תיירות נכנסת , מטעם מעו"ף.

בשלב זה, הוקצו לנו 25 שעות לעבודה. עם אופציה להמשך.

1. חממה – משרד התיירות

החממה העסקית הוא פרוייקט של משרד התיירות, אשר מתקצב עזרה וסיוע לעסקים מתחום התיירות בייעוץ ליווי והדרכה.

במסגרת זו, לא קיימת אפשרות להגיש בקשה כארגון, אבל לפנים משורת הדין, בגלל התלהבות הוועדה הממיינת, מהמיזם ומהמסר שלו, קבלנו אישור להיעזר כמיזם גם בתקציב זה.

גם כאן, המשרד מתקצב 75% מהעלות של שעת הנחייה, ואילו עלינו מוטל לשלם 25% מהעלות.

גם לכך רתמנו את משרדו של עופר זילברמן (מתוך מחשבה, לרכז את שעות הסיוע... לבנות תכנית עבודה רחבה וארוכת טווח, שתביא לתוצאות מרשימות. מבחינתנו, זו הזדמנות שיש לנו שותפים בתקצוב משימה חשובה זו.)

1. שיווק תיירות נכנסת וקבוצות – צופית

במסגרת המאמצים לקדם את נושא השיווק של תיירות נכנסת ועבודה מול קבוצות, שכרנו את שירותיו של עופר זילברמן מצופית, תוך שאנחנו מסתייעים בתקציבים שהשגנו באמצעות מעו"ף והחממה של משרד התיירות.

בפגישות עבודה עם נציגי משרד צופית ועופר, הגדרנו מתווה לעבודה משותפת בתחום השיווק:

1. תיירות פנים – באמצעות שוברי נופש ייחודיים למושב רמות, שימכרו באמצעות רווחה ומשאבי אנוש של ארגונים בארץ. ואתרים ייחודיים. חבילות נופש משולבות, אשר נותנות מענה שיווקי למגוון העסקים במיזם.

השוברים יבנו מראש ב 2 רמות מחיר, ויופנו בעיקר לאמצע השבוע ולתקופות ריקות.

1. מיתוג רמות כמקום ירוק ,באווירה מיוחדת, אשר מתאים, גם כנותן שירותים כוללים לסדנאות, לכנסים, להרצאות, לימי עיון, לתהליכים ארגוניים של חברות, אשר יש בהם צורך בשילוב של מגוון שירותי תיירות נוספים שקיים אצלנו (אוכל, טיפולים, טיולים, אטרקציות וכו...)
2. שיווק חדרים המתאימים ל"אירוח לתקופה ארוכה" (חודש, חודשיים, 3 חודשים...) לזהות אתרים שמתאימים לכך, ולהציע לחברות שעובדות בצפון.
3. תיירות נכנסת – להכין חבילות נופש שמתאימות:
4. לתיירות יהודית מחו"ל
5. לתיירות נוצרית
6. לתיירות חקלאית, שיש בהן חדשנות.

במסגרת תחילת התנעת העבודה עם עופר, הגדרנו משימות לאיסוף חומרים ועיבודם ע"י חברי המיזם.

סיעור מוחות ויצירת רעיונות לבידול המיזם שלנו, הגדרת מחירונים ע"פ 2 רמות מחיר, סקר ומיפוי החדרים, רשימת דברים משותפים שייצגו אותנו כתיירות רמות וכו....

עופר יבנה באמצעות חומרי ם אלו את החומרים השיווקיים, ויצא לדרך למשרדי שיווק שונים, למנהלות משאבי אנוש וכו...

ככל שאנחנו נכנסים לעובי הקורה, ככל שאנחנו מעמיקים, פותחים סדק להזדמנות חדשה, לשוק חדש, לרעיון חדש....אנחנו מוצאים שההזדמנויות הן אינסופיות והשמיים הם הגבול, ומבינים שכוחותינו דלים ויקשה עלינו להשיג את המשימה במתכונת המצומצמת הנוכחית, במבנה הארגוני הקיים...

יחד עם זאת, אנחנו סחוטים ומותשים, ולא מהעשייה...אנחנו מותשים משנה שפשוט היינו צריכים להילחם בה...:

להילחם על קיומנו, להילחם לטיהור שמינו, להילחם במכפישי שמינו...באווירה רעה, שגזלה מאתנו כוחות רבים לשווא, והוציאה לנו את הרוח מהמפרשים!

הצליחו להכניע אותנו, להכאיב לנו, לפגוע בנו ברמה האישית.

אנחנו מודעים לכך שאין בידינו די הישגים שנתן לראות, לחוש אותם בטווח המידי, מעט סגירות מידיות...אבל יחד עם זאת, אנחנו גאים בהישגים שלנו! ככל שאנחנו מעמיקים בעשייה, אנחנו מבינים שלתלות את שאלת הצלחת המיזם בציפייה לתוצאות תפוסה מידיות, זו מחשבה לא רצינית, ילדותית, ולא מקצועית ! אין ספק, שרשימת ההישגים שמונחת לפניכם כאן, מדברת בעד עצמה!! ההישגים יותר ממרשימים בראייה ארוכת טווח.

אנחנו חושבים שעל אף שהשקענו המווווןןןן ב"יחצנות"... פרסום פרוטוקולים לכל מי שאפשר, תמונות של הטיולים בקבוצת הווטסאפ, ואולי עוד דברים, עדיין לא הייתה מספיק תקשורת עם חברי המיזם. (ולא תמיד באשמתנו....)

אנחנו חייבים להודות, שסיכום שנת הפעילות למשל, ראוי היה שתעשה במפגש משותף של כל חברי המיזם. נוכחות האנשים חשובה מאין כמוה לתהליך.... ונדרש מפגש סיכום מכובד ומכבד, לסיום תקופה כה משמעותית. אלא שקצת איבדנו את זה...כהה הניצוץ בעיניים, ולכן אנחנו מסתפקים בסיכום כתוב לחברים. (אתכם הסליחה...)

ובשלב זה אנחנו מבקשים לסיים את פעילותנו במתכונת הנוכחית.

מאחר שהנהלת האגודה, מובילה מהלך של מעורבות בריכוז ופיתוח ענף התיירות ברמות, אנחנו מתכבדים להעביר להם את השרביט. נשמח לעדכן, לידע, לחפוף ולסייע בכל שנדרש.

בימים אילו, אנחנו מגבשים את סיכומו של הדו"ח הכספי של שנת התקציב שעברה. כמובן שנפרסם אותו בפירוט לציבור, כספים עודפים, יוחזרו לחברי המיזם, ע"פ המפתח שנקבע לחיוב.

ובכל זאת, אנחנו רוצים להגיד שלנו, הייתה זו תקופה משמעותית, חשובה מאין כמוה . תקופה של עשייה. תקופה של קידום התיירות ברמות, תקופה שהרחיבה את הלמידה שלנו, אחד מהשני, מאנשי מקצוע ומהניסיון... תקופה של יצירה, של חשיבה חיובית, של מוטיבציה ושל ברק בעיניים ...

על כך, אנחנו מודים לכולכם! מודים על ההזדמנות, ומציעים לכל אחד, להיות שותף בעשייה שכזאת...זה מחזק!

חברי ועדת תיירות:

מיכל שרון, יהודית רם, רחלי גולדשטיין, הדס דביר,

גסטין פלג, אריק לוין, חגית כהן ואיריס אזולאי