

Принцип 1: Сотрудничество

Сотрудничество – это основа любого успешного историко-культурного туризма, дающая уникальную возможность объединить партнеров, которые до сих пор, возможно, никогда не работали вместе. По самой своей природе историко-культурный туризм требует эффективного партнерства. При соединении «мира истории и культуры» с «туристическим бизнесом» получается сочетание, от которого выигрывают все.



Сотрудничество

Существует множество причин для кооперации, среди них:

- v **Финансирование** – сегодня финансирование всегда стоит первой строкой в списке, и его никогда не бывает достаточно! Партнерство позволяет раздвинуть границы бюджета.
- v **Разработка программы** – например, организация, владеющая исторической постройкой, может не иметь ресурсов для разработки больших программ, но в сотрудничестве с другими структурами может разработать интересные тематические туры.
- v **Рост предложений продуктов** – новые программы предлагают посетителям новые виды деятельности, увеличивая вероятность того, что люди дольше пробудут в вашей области и потратят больше денег.
- v **Определите новые рынки и новую тактику попадания на эти рынки** – маркетинг стоит дорого, так что если вы поделите с кем-то другим расходы на рекламу и рассылку приглашений, это поможет вам попасть на новые рынки без больших затрат.
- v **Заверните старый продукт в новую оболочку** – партнерство создает возможность представить уже устоявшееся развлечение как “новое” за счет новой “упаковки” и программы.
- v **Опыт и репутация партнера будут вам полезны** – партнерство позволит вам воспользоваться добрым именем и хорошей репутацией другой программы или исторического места, а также поделиться собственным опытом.
- v **Укрепляйте взаимоотношения с другими отраслями** – совместная работа над партнерским проектом по историческому наследию прокладывает путь для новых проектов.
- v **Создайте основу для будущего партнерства** – успех порождает успех! Коль скоро вы оказались включены в успешное партнерство, всегда приветствуйте новое сотрудничество.

Итак, кто ваши потенциальные партнеры? Подумайте над тем, что нужно для продвижения вашего проекта, а затем решите, каких партнеров вам нужно привлечь. Среди потенциальных партнеров могут быть:

- v **Коммерческие организации** – сотрудничество с коммерческими структурами может принести много пользы: взятые напрокат исполнители, разработка материалов (например, информационных бюллетеней и брошюр), финансовая помощь и другое.
- v **Туристические организации** – совместный выпуск рекламных материалов, региональная рекламная кампания, вступление в местные и региональные совместные объединения, общие траты на некоторые программы (например, обучение), все это лишь малая часть тех преимуществ, которые вы получите от сотрудничества с местными и региональными туристическими фирмами.
- v **Места и области исторического наследия** – знание истории края для разработки публикаций и печатных материалов, совместные гонорары за консалтинговые услуги, а также создание критической массы достопримечательностей (много близко расположенных интересных мест сделает путешествие осмысленным) - результат работы с историческими областями.
- v **Предприятия культуры** - местные организации, связанные с театрально-визуальной культурой, помогут вам расширить услуги, оказываемые посетителям.
- v **Некоммерческие организации** – исторические общества, школы и церкви часто нуждаются в тех же вещах, что и вы. Если вы поделитесь с ними ресурсами: материалами, оборудованием для проведения мероприятий и добровольцами, это принесет пользу всем сторонам.



Эти материалы получены в результате работы, выполненной по гранту организаций American Express и Национальный вклад в искусство.



Подготовлено Национальным трестом по охране исторических памятников