

Strategjia për marketingun, promovimin dhe brandimin e paketës turistike të Bashkisë Belsh



nga Shpëtim Çerri

Përgjegjës i Departamentit Marketing Inxhinieri,
Fakulteti Ekonomik, Universiteti "Aleksandër Xhuvani"

**Strategjia për
marketingun,
promovimin dhe
brandimin e
paketës turistike të
Bashkisë Belsh**



Ky dokument është realizuar në kuadër të projektit “***Përmirësimi i Shërbimeve të Integruara të Bashkisë Belsh për Turizmin e Qëndrueshëm***” financuar nga Programi IADSA, me aplikantin kryesor **Bashkinë Belsh**, në partneritet me **Organizatën Tjeter Vizion**, **CIES Onlus** dhe **Universitetin e Elbasanit**.

PËRMBLEDHJE

pg.1 Përmbledhje ekzekutive	pg.3 Mbi Belshin	pg.5 Vizioni	pg.7 Analiza dhe Situatës (SWOT)
pg.09 Zhvillimi i produktit	pg.10 Profili i tregut të synuar turistik	pg.13 Brandimi dhe mezazhi unik (slogani)	pg.14 Vlerat thelbësore
pg.15 Pikat unike të shitjes (UPS)	pg.16 Historia dhe mesazhet e markës	pg.16 Identiteti i markës dhe elementët vizualë	pg.17 Promovimi me shumë kanale
pg.19 Angazhimi i komunitetit	pg.19 Praktikat e qëndrueshme	pg.20 Treguesit kryesorë të performancës (KPI)	pg.20 Plani për menaxhimin e krizave të mundshme
pg.21 Joshja e turistëve gjatë periudhave “të qeta”	pg.24 Aktivitete të mundshme në natyrë në Belsh	pg.27 Promovimi i Belshit nëpërmjet mediave sociale	



Përmbledhje ekzekutive

Belshi, një perlë e fshehur e vendosur në zemër të Shqipërisë, ka potencialin e plotë për të qenë një destinacion kryesor i vlerësuar për bukurinë e tij natyrore, pasurinë kulturore dhe praktikën e turizmit të qëndrueshëm. Me liqenet e Dumresë, një grup prej më shumë se 80 liqenesh karstikë të qetë, rajoni ofron një sfond piktoresk për vizitorët që kërkojnë qetësi, aventura dhe përvoja autentike.

Vizioni për Belshin është thellësisht i rrënjësuar në angazhimin e tij për qëndrueshmërinë. Duke integruar zgjidhjet e energjisë së pastër, nismat e menaxhimit të mbetjeve dhe programet e konservimit, rajoni synon të mbrojë peisazhet e tij mahnitëse për brezat e ardhshëm. Në qendër të kësaj qasjeje është përfshirja aktive e komunitetit lokal, traditat, zejet dhe mikpritja e të cilit do të luajnë një rol thelbësor në formësimin e përvojave të vizitorëve. Zhvillimi më tutje i turizmit në Belsh synon të krijojë mundësi pune, të fuqizojë sipërmarrësit vendas dhe të ruajë vërtetësinë e sharmit rural të Belshit.

Një strategji turizmi e projektuar me kujdes e parashikon Belshin si një strehë eko-miqësore ku ruajtja e mjedisit dhe zhvillimi i turizmit harmonizohen së bashku.

Pavarësisht nga potenciali i tij i madh, Belshi përballë me sfida të tilla si infrastruktura akoma jo e pazhvilluar mirë, përdorimi i kufizuar të marketingut dhe një varësi e fortë nga turizmi sezonal. Këto kufizime janë të kundërbalancuara nga mundësi të rëndësishme, duke përfshirë rritjen e kërkesës globale për udhëtime të qëndrueshme, aksesin në fondet e BE-së dhe mundësitë e marketingut dixhital. Një analizë e detajuar SEOT nxjerr në pah këta faktorë, duke ofruar një udhëzues për të kapërcyer pengesat dhe për të pozicionuar Belshin në mënyrë konkurruese midis destinacioneve turistike në zhvillim të Shqipërisë.

Një shtyllë kyçe e strategjisë është një qasje shumë-dimensionale ndaj zhvillimit të turizmit.

Aktivitetet si vozitja me kajak, vëzhgimi i zogjve, shëtitjet dhe çiklizmi përreth liqeneve u shërbejnë udhëtarëve të ndërgjegjshëm për mjedisin, ndërsa vaktet në fermë, përvojat e vjeljes së ullirit dhe punëtoritë e gatimit tërheqin

entuziastët e agroturizmit. Festivalet kulturore dhe turet historike thellojnë lidhjen me trashëgiminë e pasur të Belshit, duke siguruar një përzierje relaksi dhe pasurimi kulturor për vizitorët. Ofertat sezonale, të tilla si mbledhja e ullirit dhe akomodimi dimëror me oxhak, synojnë të shtrijnë turizmin përtej muajve tradicionale të ngrohtë, duke krijuar një destinacion të gjallë gjatë gjithë vitit.



Brandimi luan një rol thelbësor në këtë transformim. Sloganet e propozuara synojnë të përmbledhin thelbin e rajonit, duke theksuar peizazhet e tij të qeta dhe identitetin e pasur kulturor. Identiteti vizual është projektuar për të evokuar autenticitetin dhe harmoninë, me logot dhe imazhet e frymëzuara nga liqenet dhe bujqësia lokale. Vlerat thelbësore të qëndrueshmërisë, autenticitetit dhe komunitetit janë thelbësore për çdo vendim të markës, duke siguruar një narrativë të qëndrueshme dhe bindëse.

“

Promovimi i Belshit mbështetet në një përzierje të ekuilibruar të strategjive moderne dixhitale dhe qasjeve tradicionale të marketingut

”

Platformat e mediave sociale si Instagram dhe YouTube janë integrale për të treguar joshjen vizuale të rajonit dhe për të angazhuar audiencë të ndryshme.

Bashkëpunimet me influencersit dhe bloggerët e udhëtimeve e zgjerojnë edhe më shumë shtrirjen e saj, duke sjellë vëmendjen globale në këtë destinacion më pak të njohur. Ndërkohë, metodat tradicionale, duke përfshirë partneritetet me bizneset lokale dhe marketingun e nxitur nga veprimtaritë, sigurojnë një lidhje të bazuar në kontekstin lokal.

Angazhimi i komunitetit mbështet këtë strategji, duke inkurajuar vendasit të marrin pjesë në përpjekjet e turizmit nëpërmjet trainimit dhe nismave për ndarjen e të ardhurave. Kjo siguron që përfitimet e turizmit të shpërndahen gjerësisht, duke nxitur krenarinë dhe përfshirjen aktive. Për më tepër, praktikatat e qëndrueshme, si strehimi eko-miqësor, sistemet e menaxhimit të mbetjeve dhe edukimi mjedisor, rrisin reputacionin e Belshit si një destinacion i cili është i ndërgjegjshëm për mjedisin dhe i dëshiruar nga turistët.

Strategjia e propozuar përfshin gjithashtu një kuadër të fuqishëm për matjen e suksesit. Numri i vizitorëve, angazhimi në internet dhe feedback-u i klientëve mund të monitorohen nga afër për të rafinuar përpjekjet dhe për t'u përshtatur me nevojat në zhvillim të tregut. Një plan i menaxhimit të krizave siguron elasticitet, duke ofruar politika fleksibël dhe komunikim të qartë gjatë ndërprerjeve të mundshme. Në fund të fundit, kjo qasje gjithëpërfshirëse kërkon të pozicionojë Belshin si një model për turizmin e qyteteve të vogla, duke harmonizuar natyrën, kulturën dhe komunitetin.

Duke shfrytëzuar pasuritë e tij unike, praktikatat e qëndrueshme dhe marketingun novator, Belshi mund të evoluojë në një destinacion të domosdoshëm, duke u bërë tërheqës për udhëtarët në mbarë botën, duke ruajtur integritetin e tij ekologjik dhe kulturor. Ky vizion vë themelin për një industri të lulëzuar turizmi që përfiton si nga komuniteti lokal ashtu edhe nga vizitorët e tij, duke krijuar një të ardhme të qëndrueshme.

Mbi Belshin

Belshi ndodhet në zemër të Shqipërisë, rreth 30 kilometra në jugperëndim të qytetit të Elbasanit dhe rreth 90 kilometra nga kryeqyteti i vendit, Tirana. E vendosur brenda Rrafshnaltës së Dumres, Belshi bën pjesë në rajonin e Dumres, zonë e njohur për peizazhin karstik dhe liqenet e shumta. Qyteti shtrihet në një lartësi rreth 250 metra mbi nivelin e detit, i rrethuar nga kodra dhe tokë bujqësore pjellore.



Afërsia me qytetet më të mëdha si Elbasani dhe Tirana i jep Belshit mundësinë e përdorimit të burimeve urbane duke ruajtur një atmosferë rurale dhe të qetë. Ky vend e bën Belshin një arratisje tërheqëse për banorët e qytetit që kërkojnë bukuri natyrore dhe aktivitete të jashtme. Vendndodhja e tij qendrore brenda Shqipërisë rrit më tej aksesueshmërinë e tij si për turistët vendas ashtu edhe për ata të huaj, pasi mund të arrihet brenda pak orësh nga pikat kyçe të hyrjes në Shqipëri.

Topografia e Belshit përcaktohet nga një përzierje kodrash të valëzuara, luginash dhe një rrjeti të gjerë liqenesh. Rrafshnaltë e Dumresë, ku ndodhet Belshi, është një rajon karstik. Një nga veçoritë më të shquara të gjeografisë së Belshit është numri i madh i liqeneve të tij, ku numërohen rreth 85 liqene natyrore dhe artificiale me përmasa të ndryshme. Këto liqene u formuan në zhvendosje karstike, të cilat mbusheshin me ujë me kalimin e kohës, duke krijuar një rrjet liqenor të ndërlidhur. Liqenet i shtojnë bukuri skenike rajonit dhe janë bërë qendra e joshjes turistike të Belshit.

Nga ana tjetër, kodrat përreth Belshit i japin zonës një topografi të veçantë që kombinon tokat bujqësore të sheshta me lartësi më të larta shkëmbore. Këto kodra ofrojnë pika vrojtimi me pamje panoramike të liqeneve dhe tokave bujqësore poshtë, duke e bërë peizazhin veçanërisht tërheqës për ecje, fotografi dhe turizëm natyror. Kodrat gjithashtu krijojnë mikroklima, duke ndikuar në modelet e temperaturës dhe reshjeve, të cilat nga ana e tyre ndikojnë në llojet e kulturave që mund të kultivohen në pjesë të ndryshme të Belshit.



Belshi përjeton një klimë mesdhetare, me verë të nxehtë, të thatë dhe dimër të butë, të lagësht, tipik për shumë rajone në Shqipëri. Kjo klimë mbështet aktivitete të ndryshme bujqësore dhe e bën Belshin një destinacion të këndshëm gjatë gjithë vitit, edhe pse disa sezona janë më të përshtatshme për lloje të ndryshme aktivitetsesh.



Vera në Belsh është zakonisht e nxehtë, me temperatura mesatare ditore që variojnë nga 25°C deri në 35°C. Korriku dhe gushti janë muajt më të nxehtë dhe temperaturat gjatë këtyre muajve shpesh arrijnë ose tejkalojnë 35°C gjatë ditës. Megjithatë, nxehtësia e verës në Belsh zakonisht zbutet nga flladet efreskëta nga kodrat përreth, duke bërë mbrëmjet më të rehatshme.



Dimrat janë të butë, me temperatura që variojnë zakonisht nga 5°C deri në 15°C. Janari është muaji më i ftohtë, por i ftohti ekstrem është i rrallë. Reshjet e dëborës janë të rralla në Belsh, edhe pse mund të ndodhin herë pas here në pjesët më të ftohta të dimrit, veçanërisht në pjesët më të larta të zonës.

Pranvera (mars deri në maj) dhe vjeshta (shtator deri në nëntor) sjellin temperatura të moderuara, të cilat variojnë nga 15°C deri në 25°C. Këto stinë ofrojnë mot të butë dhe të rehatshëm, i cili është ideal për aktivitetet e jashtme dhe punën bujqësore.



Tokat pjellore të Belshit dhe klima e favorshme e bëjnë atë një zonë të rëndësishme bujqësore. Peizazhi është i mbushur me ullishta, vreshta dhe toka bujqësore, të cilat sigurojnë jetesën kryesore për shumë banorë lokalë. Praktikrat tradicionale të bujqësisë kanë kaluar brez pas brezi dhe sot, këto praktika po integrohen në ofertat agroturistike të Belshit, duke u lejuar vizitorëve të përjetojnë vetë jetën rurale shqiptare.

Peizazhi i larmishëm i liqeneve, kodrave dhe tokës bujqësore mbështet një shumëllojshmëri të florës dhe faunës. Bimësia natyrore përfshin shkurret mesdhetare, ullinjtë dhe lulet e egra, veçanërisht në pranverë. Këto lloje bimësh janë përshtatur me kushtet e thata të verës dhe kontribuojnë në pasurinë ekologjike të rajonit.

Vizioni

Belshi do të jetë një perlë e fshehur e Shqipërisë, i vlerësuar për bukurinë e tij natyrore të dliërë, trashëgiminë e pasur kulturore dhe praktikën e turizmit të qëndrueshëm. Ai do të tërheqë vizitorët që kërkojnë qetësi, aventurë dhe përvoja autentike, duke ruajtur identitetin e tij unik ekologjik dhe kulturor.

Vizioni mbi Belshin, i paraqitur në mënyrë më të detajuar

1

Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit

- Belshi do të zhvillohet si një destinacion eko-miqësor ku zhvillimi dhe rritja e turizmit do të realizohet duke ruajtur mjedisin.
- Investimi në energjinë e pastër, menaxhimin e mbetjeve dhe konservimin do të sigurojë që peisazhet e tij mahnitëse, veçanërisht liqenet e Dumresë, të mbeten të paprishura për brezat e ardhshëm

2

Ekspozimi dhe promovimi i bukurive natyrore

- Liqenet e Belshit do të jenë në epiqendër të joshjes së tij turistike, duke ofruar aktivitete të shumëllojshme në natyrë si vozitje me kajak, peshkim, vëzhgim zogjsh dhe relaksim buzë liqenit.
- Turet dhe shëtitjet e guiduara në shtigjet në natyrë do t'u japin udhëtarëve të ndërgjegjshëm për mjedisin një mundësi për të eksploruar florën dhe faunën unike të zonës.

3

Pasurimi kulturor

- Belshi do të nxjerrë në pah historinë dhe traditat e tij të pasura nëpërmjet festivaleve kulturore, duke promovuar muzikën lokale, vallet, traditat, zejet dhe kuzhinën e pasur të zonës.
- Një muze i trashëgimisë lokale ose një qendër interpretuese mund t'u japë vizitorëve njohuri mbi historinë e rajonit, që nga gjetjet arkeologjike e deri te traditat e tij rurale

4

Agroturizmi dhe gastronomia

- Vizitorët do të joshen të vijnë në Belsh për shijet e tij autentike lokale, nga vaji i ullirit deri te pjatat tradicionale shqiptare.
- Partneritetet me fermat lokale do t'u mundësojnë turistëve të përjetojnë vaktet e fermave në tryezë dhe të marrin pjesë në aktivitete praktike si vjelja e ullirit dhe klasat e gatimit.

5

Turizmi i aventurës dhe rekreacionit

- Me kodrat e valëzuara dhe ujërat e qeta, Belsh do të bëhet një qendër për shëtitjet, çiklizmin dhe qendrat e rekreacionit.
- Si një pikë e rëndësishme në turizmin e mirëqënies, ku përfshihen ushtrimet e jogës, banjat buzë liqenit dhe qendrat e meditimit, Belshi do t'u shërbejë udhëtarëve që kërkojnë ripërtëritje shpirtërore, fizike e mendore.

6

Fuqizimi lokal

- Zhvillimi i turizmit do t'i japë përparësi komunitetit lokal duke krijuar vende pune, duke mbështetur bizneset lokale e duke inkurajuar sipërmarrjen.
- Nismat si programet e mikpritjes dhe guidat lokale do t'u ofrojnë vizitorëve përvoja autentike, duke bërë ndërkohë që dhe banorët lokalë të përfitojnë nga to.

7

Arritshmëria strategjike

- Përmirësimi i transportit dhe infrastrukturës do ta bëjë Belshin një destinacion të lehtë për t'u arritur për vizitorët vendas dhe të huaj, duke ruajtur shamin e tij si një destinacion “arratisjeje” në relaks.



Analiza e situatës (analiza SWOT)

Pikat e forta (Faktorët e brendshëm)

1. Bukuria natyrore

- Kompleksi i liqeneve të Dumresë, me mbi 80 liqene të vogla karstike, është një veçori natyrore unike dhe piktoreske në rajon.
- Një mjedis rural paqësor me peizazhe piktoreske ideale për eko-turizmin dhe aktivitetet e bazuara në natyrë.

2. Trashëgimia kulturore

- Vende të pasura historike dhe arkeologjike, duke përfshirë gjurmë të vendbanimeve të lashta.
- Traditat, artizanati dhe kuzhina lokale ofrojnë përvoja autentike për vizitorët

3. Vendndodhja strategjike

- Afërsia me qendrat e mëdha urbane si Elbasani, Durrësi dhe Tirana e bën Belshin një destinacion lehtësisht të arritshëm si për turistët vendas ashtu edhe për ata të huaj.

4. Gatishmëria e komunitetit

- Banorët lokalë po ndërgjegjësohen gjithnjë e më të shumë mbi potencialin e turizmit dhe shfaqin gatishmëri për të marrë pjesë në aktivitetet e agroturizmit, artizanatit apo pritjes së vizitorëve.

5. Popullarizim në rritje

- Rritja e vëmendjes si një destinacion jo shumë i eksploruar, joshës për vizitorët që kërkojnë eksperiencë të veçanta.

Dobësitë (Faktorët e brendshëm)

1. Infrastruktura e pazhvilluar

- Opsionet e kufizuara të akomodimit (hotelet, bujtinat) dhe mungesa e ambienteve të standardit të lartë për turistët.
- Kushtet jo tepër optimale të rrugëve dytësore dhe transportit publik që lidh Belshin me qendra të tjera të mëdha është i pamjaftueshëm

- Marketing dhe Branding i kufizuar
- Mungesa e identitetit të qartë të markës apo fushatave promovuese për të tërhequr turistët vendas dhe ndërkombëtarë.
- Prani modeste në platformat e udhëtimit online ose në tregjet ndërkombëtare të turizmit.

2. Kapaciteti i ulët për menaxhimin e turizmit

- Mungesa e personelit të trajnuar për shërbimet e turizmit si guidat, punonjësit e mikpritjes dhe administratorët e mjedisit.
- Investime të pamjaftueshme në objektet e turizmit si shtigjet, qendrat e informacionit dhe komoditetet e facilitetetet rekreative.

3. Turizmi sezonal

- Aktivitetet janë kryesisht të përshtatshme për muajt e ngrohtë, me oferta minimale gjatë periudhave jashtë sezonit.

Pikat e forta (Faktorët e brendshëm)

1. Rritja e kërkesës për turizëm të qëndrueshëm

- Interesi në rritje për eko-turizmin dhe udhëtimet e qëndrueshme përputhet me pasuritë natyrore dhe kulturore të Belshit.
- Potenciali për të zhvilluar strehime miqësore për natyrën (p.sh., eko-shtëpizat) dhe për të nxitur aktivitete si shëtitje, kajak, dhe vëzhgimin e zogjve.

2. Qeveria dhe mbështetja e BE-së

- Qasje në financime dhe programe për zhvillimin rural dhe turizmin e qëndrueshëm nga qeveria shqiptare dhe Bashkimi Evropian.
- Mundësi për të shfrytëzuar strategjitë dhe partneritetet rajonale të zhvillimit të turizmit.

3. Promovimi digjital

- Potenciali për të përdorur mediat sociale dhe platformat e udhëtimit për të nxjerrë në pah Belshin si një perlë të fshehur në Shqipëri.
- Partneriteti me bloggerët e udhëtimit, influencuesit dhe operatorët turistikë mund të rrisë vizibilitetin.

4. Turizmi i aventurës dhe mirëqenies

- Tendencat në rritje në turizmin e aventurës (shëtitje, çiklizëm) dhe atë të mirëqenies (yoga, relaksimi buzë liqenit) mund të joshin kategori të ndryshme të demografisë turistike.

Kërcënimet (Faktorët e jashtëm)

1. Degradimi i mjedisit

- Mbi-turizmi ose mungesa e praktikave të qëndrueshme mund të dëmtojë ekosistemet delikate të liqeneve të Dumresë.
- Sistemet e pamjaftueshme të menaxhimit të mbetjeve mund të çojnë në ndotje mjedisore, duke reduktuar atraktivitetin e zonës.

2. Konkurrenca

- Destinacionet konkurruese në Shqipëri, si Berati, Gjirokastra, apo Shkodra, kanë infrastrukturë më të zhvilluar turizmi dhe reputacion të konsoliduar.
- Destinacionet ndërkombëtare mund t'i largojnë vizitorët nëse ofertat e Belshit mbeten të pazhvilluara.

3. Paqëndrueshmëria ekonomike

- Luhatjet ekonomike ose financimi i kufizuar i qeverisë mund të vonojnë përmirësimin e infrastrukturës ose përpjekjet promovionale nxitëse.
- Varësia nga turizmi vendas mund të përbëjë një rrezik gjatë periudhave të vështirësive ekonomike.

4. Ndryshimet klimatike

- Ndryshimet në modelet e motit dhe nivelet e ujit të liqeneve mund të ndikojnë në tërheqjet natyrore që formojnë shtyllën kurrizore të joshjes turistike të Belshit.

5. Gërryerja kulturore

- Një fluks i papritur turistësh pa menaxhimin e duhur mund të gërryëjë autetincitetin dhe origjinalitetin e kulturës dhe traditave lokale.

Zhvillimi i produktit

Një paketë turistike e projektuar mirë për Belshin duhet të përfshijë përvoja të larmishme që plotësojnë interesa të ndryshme:

► Përvojat thelbësore

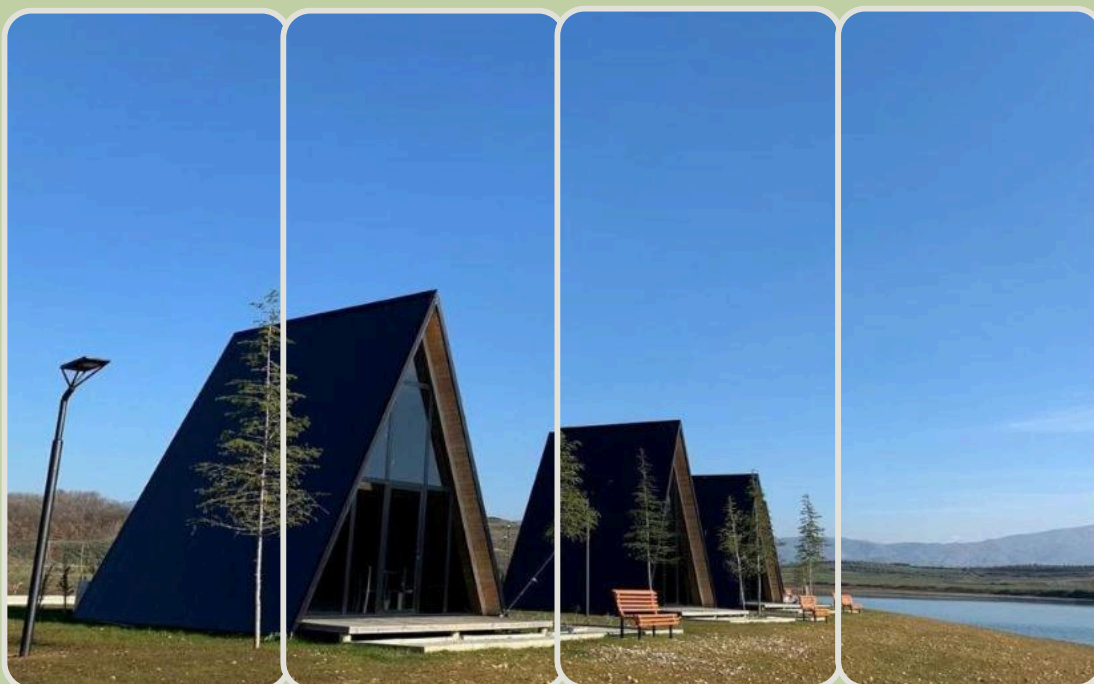
- Udhëtime të guiduara në liqenet e Dumresë me mundësi për ecje, eksplorim, vëzhgim zogjsh dhe lundrim me varkë.
- Vizita kulturore në fshatrat, tregjet dhe vendet e trashëgimisë lokale.
- Klasat tradicionale shqiptare të gatimit dhe vaktet “nga ferma në tavolinë” me prodhime vendase.
- Opsionet e relaksit si yoga dhe meditimi buzë liqenit.

► Aktivitetet sezonale

- Vjelja e ullirit dhe shijimi i verës në vjeshtë.
- Festivale si Festivali Aferdita që feston kulturën dhe traditat lokale.

► Paketat e personalizueshme

- Opsionet për udhëtime ditore, arratisje në fundjavë, apo qëndrime njëjavore me akomodim duke filluar nga eko-shtëpizat deri te hotelet boutique.



Profili i tregut të synuar turistik

► Eko-turistët dhe entuziastët e natyrës

DEMOGRAFIA:

- *Mosha*: 25-50 vjeç
- *Niveli i të ardhurave*: Klasa e mesme deri në klasën e mesme të lartë
- *Arsimi*: Individë të ndërgjegjshëm për mjedisin me interes për qëndrueshmërinë

PSIKOGRAFIA:

- Preferon destinacionet që janë jo shumë të frekuentuara, jo shumë popullore.
- Të interesuar në ecje, vëzhgimin e zogjve, vozitje me kajak, aktivitete në natyrë dhe udhëtime që janë miqësore me mjedisin
- Vlerësojnë qëndrueshmërinë dhe ndikimin minimal në mjedis

OFERTAT KRYESORE për këtë segment:

- Eksplorimi i liqeneve të Dumresë
- Shtigjet e natyrës, vizitat për vëzhgimin e zogjve dhe aktivitetet në natyrë
- Eko-shtëpizat apo strehim të qëndrueshëm



► Eksploruesit kulturorë

DEMOGRAFIA:

- *Mosha*: 30-65 vjeç
- *Niveli i të ardhurave*: Individët me të ardhura të mesme, të cilët janë të disponueshëm të shpenzojnë për përvojat kulturore
- *Arsimi*: Udhëtarë kureshtarë kulturorë, shpesh të arsimuar mirë

PSIKOGRAFIA:

- Kërkoni përvoja autentike dhe tradita lokale
- Të interesuar për historinë, trashëgiminë dhe kuzhinën lokale
- Shijojnë angazhimin me komunitetet lokale

OFERTAT KRYESORE për këtë segment:

- Festalet lokale si Festivali i Aferditës
- Përvojat tradicionale të ushqimit, shijimet e vajit të ullirit, pijeve lokale dhe zejjet artizanale
- Vizita në vendet historike dhe arkeologjike në rajon

➤ Kërkuesit e aventurës dhe mirëqenies

DEMOGRAFIA:

- *Mosha:* 20-45 vjeç
- *Niveli i të ardhurave:* Individët me të ardhura të mesme, të interesuar në fitness dhe aventura
- *Edukimi:* Individë fizikisht aktivë dhe të ndërgjegjshëm për shëndetin

PSIKOGRAFIA:

- Kënaqen me ecjen, çiklizmin dhe sfidat në natyrë
- Të interesuar në tërheqjet e mirëqenies dhe përvojat holistike të udhëtimit

OFERTAT KRYESORE për këtë segment:

- Shtigjet e ecjes dhe çiklizmit përreth liqeneve të Dumres
- Relaks larg stresit me facilitete që ofrojnë joga, meditim dhe spá
- Paketat e guiduara të aventurës në natyrë



➤ Udhëtarët ndërkombëtarë që kërkojnë autenticitet

DEMOGRAFIA:

- *Mosha:* 30-55 vjeç
- *Niveli i të ardhurave:* Klasa e mesme e lartë me interes në përvojat autentike të qyteteve të vogla
- *Vendndodhja:* Udhëtarët evropianë dhe rajonalë (p.sh., Italia, Gjermania, Çekia, Greqia, etj.)

PSIKOGRAFIA:

- Kërkojnë destinacione të paeksploruara me tërheqje unike kulturore dhe natyrore
- Vlerësojnë autenticitetin kundrejt luksit
- Vlerësojnë Shqipërinë si një destinacion të përbalueshëm dhe të pa eksploruar

OFERTAT KRYESORE për këtë segment:

- Aktivitete kulturore angazhuese si klasat tradicionale të gatimit
- Turet e guiduara që nxjerrin në pah trashëgiminë dhe bukurinë natyrore të zonës së Belshit.
- Paketat e personalizuar të udhëtimit që kombinojnë Belshin me destinacionet e tjera shqiptare



► Familjet dhe udhëtarët të moshave të ndryshme

DEMOGRAFIA:

- *Mosha*: 35-60 vjeç (Prindër ose kujdestarë)
- *Niveli i të ardhurave*: Familjet me të ardhura të mesme që kërkojnë pushime të përballueshme për buxhetin e tyre
- *Madhësia e grupit*: Grupe më të mëdha me fëmijë ose anëtarë të moshuar të familjes

PSIKOGRAFIA:

- Kërkojnë aktivitete dhe hapësira të sigurta e miqësore për familjen
- Preferojnë destinacionet që ofrojnë relaksim për të rriturit dhe aktivitete për fëmijët

OFERTAT KRYESORE për këtë segment:

- Zona të sigurta rekreative buzë liqenit dhe vende pikniku
- Akomodimi familjar dhe turet e guiduara
- Ngjarje sezonale si netët e filmave në natyrë apo festivalet familjare



Brandimi dhe Mesazhi unik (slogani)

Një slogan është një element thelbësor për krijimin e identitetit të një destinacioni, pasi ai përmbledh në mënyrë të shkurtër dhe të rikujtueshme thelbin, tërheqjen dhe premtimin që ai vend ofron.

Ai ndihmon në diferencimin e destinacionit nga të tjerët, duke vënë në pah veçoritë e tij unike.

Një slogan i mirë krijon një përshtypje që mbetet gjatë në mendjen e vizitorëve të mundshëm dhe mund të ndikojë drejtpërdrejt në vendimet e tyre për të udhëtuar.

Përveç kësaj, slogani transmeton një premtim mbi përvojën që vizitorët mund të presin, si aventura, relaksimi, kultura ose bukuria natyrore.

Gjithashtu, slogani përforcon të gjitha përpjekjet e marketingut duke krijuar një mesazh të qëndrueshëm dhe unik, qoftë në reklama apo në rrjetet sociale.

Ai shkon përtej aspekteve fizike të destinacionit, duke ndërtuar një lidhje emocionale me audiencën dhe duke krijuar një ndjesi që i bën vizitorët të lidhen emocionalisht me atë vend.

Me kalimin e kohës, një slogan i fuqishëm bëhet sinonim i destinacionit dhe ndihmon në rritjen e numrit të vizitorëve, duke sjellë përfitime të rëndësishme ekonomike.

Ai mbështet gjithashtu krijimin e një marke afatgjatë për destinacionin, duke u bërë pjesë e identitetit të tij unik.

Disa slogane
të mundshëm
të sugjeruar
për
Belshin

*Belshi: Aty ku liqenet
përqafojnë traditën*

*Zbulo zemrën e
natyrës në Belsh*

*Belshi: Qetësia
buzë liqeneve*

*Belshi - Përjetoni
jetën pranë liqeneve*

*Belshi: Harmonia e natyrës,
sharmi i Shqipërisë*

*Magjia e liqeneve ju
mirëpret në Belsh*

*Belshi: Aty ky çdo
liqen rrëfen një histori*

*Belshi: Harmonia midis
liqeneve, tokës dhe jetës*

Vlerat thelbësore

Vlerat thelbësore në brandimin e një destinacioni përfaqësojnë cilësitë dhe besimet themelore që kapin shpirtin dhe identitetin e një vendi. Ato janë parimet udhëzuese që përcaktojnë se çfarë përfaqëson destinacioni, duke formësuar historinë e tij dhe mënyrën se si perceptohet nga vizitorët. Këto vlera shkojnë përtej attributeve fizike të destinacionit, si pikat e tij të njohura apo atraksionet, dhe prekin thelbin më të thellë të kulturës, historisë, njerëzve dhe përvojave që ai ofron.

Kur një destinacion identifikon vlerat e tij thelbësore, ai krijon një narrativë që rezonon emocionalisht me udhëtarët, duke u ofruar atyre jo vetëm një vend për të vizituar, por edhe një lidhje kuptimplote për të eksploruar.

Vlerat thelbësore janë thelbësore sepse ofrojnë një kornizë kohezive dhe autentike për të gjitha përpjekjet e brandimit. Ato sigurojnë që çdo mesazh, fushatë dhe përvojë e ofruar nga destinacioni të jetë në përputhje me të njëjtin grup parimesh, duke krijuar një ndjenjë besimi dhe konsistence. Vizitorët janë të tërhequr nga destinacionet që duken të vërteta, ku vlerat që hasin përputhen me pritshmëritë dhe përvojat e tyre.

Për më tepër, në një treg global gjithnjë e më konkurrues të turizmit, vlerat thelbësore e bëjnë një destinacion të dallueshëm. Ato i tregojnë botës se çfarë e bën këtë vend unik dhe pse ia vlen të eksplorohet. Qoftë një angazhim ndaj mikpritjes, ruajtjes kulturore, aventurës apo mirëqenies, këto vlera shërbejnë si themeli për ndërtimin e një marke me të cilën njerëzit mund të lidhen në mënyrë personale. Duke qëndruar besnik ndaj vlerave të tij thelbësore, një destinacion krijon përshtypje të qëndrueshme, inkurajon vizita të përsëritura dhe nxit rekomandimet ndërmjet njerëzve, duke siguruar suksesin dhe jetëgjatësinë e tij në industrinë e turizmit.

Vlerat thelbësore më të dallueshme për zonën e Belshit

- 1 Qëndrueshmëria**
Angazhim ndaj praktikave eko-miqësore që mbrojnë liqenet dhe ekosistemin lokal
- 2 Autenticiteti**
Festimi i bujqësisë tradicionale shqiptare, zejeve lokale dhe mikpritjes së vërtetë
- 3 Komuniteti**
Nxitja e ndjenjës së krenarisë mes vendasve dhe inkurajimi i përfshirjes së tyre.
- 4 Mirëqenia dhe qetësia**
Pozicionimi i Belshit si një destinacion për t'u çlodhur, ripërtërirë dhe rilidhur me natyrën.

Pikat unike të shitjes (USPs)

Pikat unike të shitjes (Unique Selling Points: USP)

Në brandimin e një destinacioni janë tiparet ose cilësitë që e bëjnë atë vend unik dhe të dallueshëm nga të tjerët. Ato janë ato elemente të veçanta që krijojnë një arsye bindëse përse vizitorët duhet të zgjedhin atë destinacion mbi të tjerët. Në thelb, USP-të janë pika kryesore e tërheqjes që përmbushin interesat, nevojat dhe dëshirat e audiencës së synuar.

Pikat unike me të cilat Belshi mund të “shesë” veten

1

Liqenet e shumta



Zona ka shumë liqene me brigje të qeta, të aksesueshme, ideale për relaksim, piknikë dhe aktivitete ujore si kajak apo peshkim.

2

Përvojat e agroturizmit



Vizitorët mund të marrin pjesë në aktivitete bujqësore lokale si vjelja e ullirit dhe frutave, mbledhja e mjaltit dhe mësimi i teknikave tradicionale të bujqësisë shqiptare.

3

Kuzhina tradicionale dhe produktet lokale



Përvoja autentike të vakteve me produkte të fermave me pjatat lokale, frutat organike, vajin e ullirit dhe produktet e bulmetit

4

Ngjarje sezonale



Festivale që festojnë të korrat apo të vjelat, zejet lokale dhe traditat kulturore që krijojnë joshje të vazhdueshme për turistët gjatë gjithë vitit.



Historia dhe mesazhet e markës

Brandimi shton vlerën rikujtuese te publiku nëse krijohet një histori bindëse e markës e cila nxjerr në pah bukurinë natyrore të Belshit, atmosferën paqësore dhe kulturën autentike të tij

Historia bazë

"Belshi ju fton të përjetoni bukurinë e paprekur të liqeneve në zemër të Shqipërisë dhe mënyrat tradicionale të jetesës. Zbuloni një vend ku çdo vizitë është një udhëtim magjik në natyrë dhe trashëgimi."

Mesazhet kyçe

- *Pranë liqeneve të Belshit do të rilidheni me natyrën, historinë dhe traditën."*
- *"Përjetoni mikpritjen autentike shqiptare në zemër të rajonit tonë liqenor."*
- *"Turizmi i qëndrueshëm në Belsh: Aty ku çdo vizitë mbështet mjedisin dhe komunitetet lokale."*

Identiteti i markës dhe elementet vizuale

Element tjetër thelbësor në krijimin e identitetit të markës është zhvillimi i elementeve vizuale që pasqyrojnë vlerat dhe joshjen e Belshit.

1

Logo

Një dizajn i stilizuar që përfshin elemente si një liqen, degë ulliri ose kodra, për të simbolizuar liqenet dhe lidhjet bujqësore të Belshit.

2

Paleta e ngjyrave

Përdorimi i ngjyrave natyrore të frymëzuara nga peizazhi i Belshit, si bluja e liqeneve, jeshilja e pyllit, kafja e tokës, bezha e traditës, e bardha e paqes dhe qetësisë apo nuancat e ullirit.

3

Tipografia

Të zgjidhen shkronja që ndihen ftuese dhe organike, si stilet serif ose të vizatuara me dorë, duke sugjeruar një prekje personale dhe autenticitet.

4

Imazhet

Të përdoren imazhe me cilësi të lartë që shfaqin liqenet, fermat lokale, ushqimet tradicionale shqiptare dhe njerëzit që merren me aktivitete agro-turistike për të evokuar lidhje emocionale.

Promovimi me shumë kanale

“

Me qëllim që të arrihet audienca e synuar në mënyrë efektive, është i nevojshëm përdorimi i një miksi të kanaleve digjitale dhe atyre tradicionale të promovimit.

”



Strategjitë digjitale

- **Faqje ueb.** Krijimi i një faqe interneti të dedikuar me atraksionet e Belshit, opsionet e akomodimit, turet në ferma, eventet sezonale dhe mundësitë e rezervimit për aktivitete dhe turne të guiduara.
- **Mediat sociale.**
 - Instagrami dhe Pinteresti: Fokusim në fotot magjepsëse të liqeneve, fermave dhe eventeve lokale të Belshit për të tërhequr dashamirësit e natyrës dhe kulturës.
 - Facebook: Hapja e faqeve të eventeve për festivalet lokale, seminarët dhe takimet sezonale për t'i mbajtur vizitorët të informuar dhe të angazhuar.
 - YouTube: Ndarja (share) e videove të ngjarjeve, tureve virtuale dhe historive të takimeve me banorët vendas (meet the locals), të cilat nxjerrin në pah komunitetin dhe autenticitetin e Belshit.
- **SEO dhe Blogging.** Mund të publikohen artikuj mbi tema si "Top Lakeside Activities in Belsh" ose "A Guide to Belsh's Agritourism," duke rritur vizibilitetin e kërkimit për eko-turizmin dhe përmbajtjen e udhëtimit.
- **Email Marketing.** Mund të krijohet një listë abonentësh të vizitorëve të mëparshëm, të partnerëve dhe turistëve potencialë, duke dërguar neësletters sezonale me përditësime mbi ngjarjet, aktivitetet dhe promovimet.
- **Partneritete me influencerat dhe blogerat.**
 - Mund të bashkëpunohet me influencersit e udhëtimeve për të prezantuar dhe promovuar paketën e ofertave nëpërmjet postimeve, vlogjeve dhe live streams.
 - Mund të organizohen press trips për gazetarët që mbulojnë rubrikat e udhëtimeve dhe blogerët.
- **Platformat e udhëtimit.** Mund të listohet paketa e ofertave në platformat ndërkombëtare të udhëtimit si TripAdvisor, Booking, Viator, dhe Airbnb Experiences.

Strategjitë tradicionale të marketingut

- **Sinjalizimet dhe hartat.** Mund të zhvillohen sinjalizime të qarta e tërheqëse dhe harta vizitorësh, që i orientojnë udhëtarët drejt atraksioneve kryesore, si liqenet e ndryshme, vendet piktoreske dhe fermat lokale.
- **Partneritete lokale.** Është i mundur bashkëpunimi me bizneset lokale për të krijuar përvoja të grupuara, të tilla si: një ditë më aktivitete buzë liqenit që pasohen me një përvojë ngrënieje në një prej fermave me gatime nga produktet vendase.
- **Ngjarje dhe festivale.** Organizimi i festivale, tregjeve të fermerëve dhe seminareve të fokusuar në prodhimet sezonale, zejet tradicionale dhe aktivitetet buzë liqeneve. Këto ngjarje mund të promovohen nëpërmjet bordeve rajonale të turizmit dhe mediave sociale.
- **Bashkëpunime me**
 - *Agjencitë e udhëtimit.* Promovimi i zonës së Belshit si një destinacion për joshjet e natyrës dhe arratisjet rurale nëpërmjet agjencive lokale dhe ndërkombëtare të udhëtimit.
 - *Operatorët turistikë.* Mund të negociohet me operatorët turistikë shqiptarë dhe rajonalë për të përfshirë paketën turistike të Belshit në ofertat e tyre.
 - *Shërbimet e transportit.* Mund të punohet me kompanitë që ofrojnë makina me qira dhe me operatorët e kompanive të transportit të pasagjerëve për të siguruar qasje të volitshme në Belsh.



Bashkëpunime me

- *Ministria e Turizmit dhe Mjedisit.* Koordinimi dhe harmonizimi me fushatat e turizmit të Shqipërisë për të promovuar Belshin si pjesë e joshjes më të gjerë të vendit.

Angazhimi i komunitetit

“

Është tepër e rëndësishme përfshirja e komunitetit lokal në procesin e markimit për të nxitur krenarinë dhe për të siguruar përvoja autentike.

”



Trajtimet mbi markën. Ofrimi i trajnimeve për subjektet apo individët e komunitetit lokal që janë të përfshirë në sektorin e turizmit është tepër i rëndësishëm për të mbajtur mesazhe të qëndrueshme të markës dhe për të ofruar shërbim të shkëlqyer.



Veprimtaritë komunitare. Organizim i ngjarjeve ku komuniteti është i përfshirë në mënyrë aktive, duke inkurajuar vendasit të ndajnë kulturën e tyre, të marrin pjesë në përpjekjet për zhvillimin e turizmit dhe të përfitojnë nga të ardhurat nga turizmi.



Programi i Ambasadorit. Krijimi i një programi ambasadori lokal ku banorët mund të ndajnë historinë e zonës së Belshit nëpërmjet mediave sociale, të marrin pjesë në turne dhe të përfaqësojnë Belshin në eventet e turizmit.



Përfshirja lokale.

- Partneritet me guidat lokale, fermerët dhe artizanët për të dhënë përvoja autentike.
- Trajtim i anëtarëve të komunitetit në mbi mikpritjen dhe rrëfimet për të rritur kënaqësinë e turistëve.



Ndarja e të ardhurave. Duhe të sigurohet që fitimet të shpërndahen brenda komunitetit, për të inkurajuar pjesëmarrjen aktive të tij.

Praktikat e qëndrueshme



Akomodimi eko-miqësor.

Inkurajimi bujtinave, hotelve apo strukturave të tjera vendase të akomodimit për të adoptuar praktika eko-miqësore, të tilla si përdorimi i energjisë diellore, reduktimi i mbetjeve plastike dhe nxitja e riciklimit.

“

Belshi duhet të pozicionohet si një model për turizmin e qëndrueshëm dhe dhe të ndërgjegjshëm për mjedisin, i cili u bën josh vizitorët vendas e të huaj dhe ruan burimet lokale.

”



Iniciativat e menaxhimit të mbetjeve.

Implementimi i infrastrukturës së duhur të hedhjes dhe riciklimit të mbeturinave në vendet e populluara, të tilla si zonat përreth liqeneve dhe fermat dhe edukimi i vizitorëve mbi praktikën e përgjegjshme të turizmit.



Praktikat bujqësore të qëndrueshme.

Nxitja e bujqësisë organike dhe përdorimi i përgjegjshëm i tokës për të zvogëluar ndotjen kimike dhe për të mbrojtur biodiversitetin e zonës.



Edukimi i turizmit. Sigurimi i materialeve edukative për turistët mbi ekologjinë lokale, respektimin e natyrës dhe mbështetjen e bizneseve vendase, duke theksuar ndikimin pozitiv të turizmit të qëndrueshëm në komunitet.

Treguesit kryesorë të performancës (KPIs)

- **Numrat e vizitorëve.** Rezervimet totale dhe pjesëmarrja në paketën e udhëtimit.
- **Të ardhurat.** Të ardhurat e krijuara nga paketa
- **Të ardhurat.** Të ardhurat e krijuara nga paketa
- **Kënaqësia e klientit**
 - Pikëzimet dhe vlerësimet në platforma si TripAdvisor dhe Google.
 - Feedback-u nga sondazhet e kryera pas vizitave të turistëve.

“
Suksesi i strategjisë së marketingut dhe promovimit mund të matet duke përdorur disa tregues kryesorë të performancës së saj (KPI-të)
”

“
Gjithashtu, duhet të vlerësohet rregullisht efektiviteti i markës dhe të përshtatet strategjia bazuar në ndryshimin e nevojave, trendeve të tregut dhe feedback-un e vizitorëve
”

- **Anketat e vizitorëve.** Mbledhja e feedback-un e vizitorëve pas qëndrimit të tyre në Belsh për të identifikuar fushat e përmirësimit dhe për të kuptuar se çfarë u ka pëlqyer më shumë.

- **Analiza e mediave sociale.** Gjurmimi i matësve si angazhimi, komentet dhe ndarjet për të identifikuar se cila përmbajtje rezonon më së miri me audiencën.
- **Shqyrtimi vjetor i markës.** Kryhet një shqyrtim vjetor të strategjisë së markës, duke vlerësuar matësit e suksesit, feedback-un lokal, dhe çdo rregullim të nevojshëm për të mbajtur markën të freskët dhe tërheqëse.



Plani për menaxhimin e krizave të mundshme

Mund të përgatiten planet e emergjencës për krizat e mundshme (p.sh., pandemitë, katastrofat natyrore).

Mund të ofrohen politika fleksibile rezervimi dhe komunikim i qartë gjatë krizave.

Joshja e turistëve gjatë periudhave "të qeta"

Për të tërhequr më shumë vizitorë gjatë stinës së dimrit Belshi mund të fokusohet në krijimin e atraksioneve dhe përvojave unike, jashtë sezonit të pikut, të cilat nxjerrin në pah bukurinë natyrore të zonës, agroturizmin dhe sharmin kulturor.

Disa strategji për rritjen e turizmit dimëror në Belsh

1

Zhvillimi i atraksioneve dhe eksperiencave specifike për dimrin

- **Aktivitetet e Liqenit Dimëror.** Organizimi i aktiviteteve të veçanta liqenore për dimrin, të tilla si shëtitjet skenike me varka, vëzhgimin e zogjve (meqë zogjtë shtegtarë mund të jenë të pranishëm), ose peshkimin dimëror.
- **Shëtitjet e guiduara në natyrë dhe turet fotografike.** Ofrimi i shëtitjeve të guiduara rreth liqeneve dhe fshatrave, duke u fokusuar në peizazhin unik dimëror. Promovimi i fotografisë dimërore, veçanërisht në lindjen e diellit ose perëndimin e diellit, kur drita rrit bukurinë skenike të liqeneve dhe kodrave.
- **Turne kulturore dhe historike.** Organizimi i turne të vendeve historike të Belshit dhe punëtorive artizanale lokale, duke u dhënë vizitorëve një përvojë të thellë të traditave, zejeve dhe folklorit shqiptar që është i këndshëm, pavarësisht nga moti.

2

Organizimi i festivale dhe eventeve sezonale

- **Festa e mbledhjes së prodhimeve dimërore.** Nderimi i prodhimet dimërore me një treg ose festë të vogël, duke shfaqur ushqime sezonale si mjalti, frutat e ruajtura, ullinjtë dhe prodhimet e bulmetit. Mund të përfshihen demonstrimet e gatimit, degustimit dhe tendat që shesin produkte tradicionale të dimrit.
- **Tregu i Krishtlindjeve.** Ngritja e një tregu krishtlindjesh pranë liqenit të Belshit ose në qendër të qytetit me dekorime festive, zeje, ushqime lokale dhe muzikë festash. Artizanët vendas mund të shesin zeje, dekorime dhe ushqime, duke krijuar një atmosferë komode dhe festive.
- **Java Kulturore Dimërore.** Organizimi i një ngjarjeje njëjavore në fillim të dimrit me aktivitete të përditshme, si valle tradicionale dhe shfaqje muzikore, ëorkshope dhe sesione rrëfimesh që nxjerrin në pah folklorin dhe kulturën shqiptare.



3

Ofrimi i përvojave unike të agroturizmit

- **Qendrat dimërore të mirëqenies.** Promovimi i rajonit të Belshit si një destinacion të qetë tërheqjeje gjatë dimrit. Ofrimi i seancave të jogës dhe meditimit pranë liqeneve, me aktivitete si yoga buzë liqenit, shëtitje në natyrë dhe uorkshop-e ëellness-i (seanca zhvillimit të mirëqenies sociale, personale dhe profesionale).
- **Paketa të spa-ve dhe relaksit.** Partneritet me strukturat lokale të akomodimit për t'ë ofruar paketa të spa-ve dhe relaksit, ku përfshihen akomodime komode, masazhe, trajtime të trupit dhe vakte të ngrohtë me produkte sezonale të fermave lokale.
- **De-toksifikim digjital dhe ndërgjegjësim.** Reklamimi i Belshit si një vend ku vizitorët mund të çlodhen dhe të shpëtojnë prej teknologjisë. Një tërheqje "detoksi digjital" mund të përfshijë aktivitete si meditime të guiduara, vëzhgim yjesh, shëtitje në natyrë dhe punishte artizanale, duke i inkurajuar mysafirët të relaksohen dhe të ri-energizohen.



4

Promovimi i sporteve dhe aktiviteteve dimërore në natyrë

- **Turet dimërore në fermë.** Edhe pse aktivitetet bujqësore dimërore mund të jenë të kufizuara, mund t'u ofrohen vizitorëve eksperiencia në përgatitjet tradicionale të dimrit në ferma, të

tilla si kujdesi për kafshët, përgatitja e vajit të ullirit dhe ruajtja e ushqimit.

- **Punëtoritë e gatimit dhe ruajtjes së ushqimit.** Organizim i ëorkshop-eve (punëtorive) mbi metodat tradicionale shqiptare të gatimit dhe ruajtjes së ushqimit. Vizitorët mund të mësojnë të gatujnë pjata si fërgesë ose byrek duke përdorur përbërës sezonale, ose të mësojnë të ruajnë frutat dhe perimet në mënyra tradicionale.
- **Darka dimërore me produkte të fermës.** Ofrimi i përvojave të veçanta të ngrënies dimërore në fermat lokale, ku mysafirët mund të shijojnë pjatat e përzemërta shqiptare pranë vatrës së zjarrit. Kjo mund të përfshijë degustimin e specialiteteve sezonale si gatime me perime, mishrat e pjekur, pije alkoolike, pekmez, lëng frutash natyral dhe çajrat e ngrohtë të bërë me produkte lokale.



5

Promovimi i sporteve dhe aktiviteteve dimërore në natyrë

- **Ecje dhe vrap në shtigje natyrore.** Mirëmbatje e shtigjeve popullore të ecjes gjatë muajve të dimrit dhe nxitja e ecjes dimërore me ture të guiduara. Vrapimi në shtigje është gjithashtu i përshtatshëm për dimrin dhe mund të tërheqë entuziastët e sportit në kërkim të peizazheve unike dimërore.
- **Çiklizmi.** Për ata që kënaqen me çiklizmin dimëror, mund të ofrohen udhëtime të guiduara me biçikletë përgjatë rrugëve dhe shtigjeve të.
- **Turet e vëzhgimit të zogjve.** Shpesh dimri është shpesh një stinë e shkëlqyer për vëzhgimin e zogjve, pasi mund të jenë të pranishëm zogjtë shtegtarë. Mund të organizohen ture të vëzhgimit të zogjve me dylbi të marra me qira, si dhe mund të ofrohet një guidë lokale për t'u prezantuar vizitorëve faunën e egër unike të zonës.



6

Promovimi i Belshit si një destinacion për qëndrime të rehatshme

- **Paketat romantike të arratisjes në relaks.** Belshi mund të marketohet si një destinacion romantik dimëror me strehim komod pranë liqeneve. Mund të ofrohen paketa fundjave me veçori si dhoma të pajisura me oxhak me dru, darka me qirinj dhe shëtitje private buzë liqenit.
- **Qëndrime miqësore me familjen.** Mund të zhvillohen paketa miqësore për familjen, me aktivitete si punishte artizanale, klasa gatimi dhe shëtitje të shkurtra në natyrë të përshtatshme për fëmijët. Mund të theksohet ngrohtësia dhe mikpritja e vendasve, duke krijuar një atmosferë ftuese për familjet.
- **Paketat e fotografisë dhe shikimit të yjeve (stargazing).** Qielli i dimrit shpesh është i kthjellët, i përsosur për shikimin e yjeve. Mund të ofrohen paketa gjatë së cilave bëhen fotografi fantastike apo shikohen yjet, të shoqëruara me strehim komod, sesione të guiduara të shikimit të yjeve dhe spote fotografike skenike.

7

Nxitja e zbritjeve sezonit dhe paketat speciale

- **Normat e ulura për qëndrimet dimërore.** Ofrimi i zbritjeve (skontove) në akomodim, ture dhe aktivitete gjatë muajve të dimrit për të inkurajuar vizitat gjatë sezonit jashtë sezonit.

Aktivitete të mundshme në natyrë në Belsh

Peizazhet e bukura të zonës së Belshit me liqene, kodra të valëzuara dhe mjedise bujqësore u ofrojnë vizitorëve shumë mundësi për të angazhuar aktivitete në natyrë. Më poshtë paraqiten disa ide për aktivitete në natyrë që shfaqin bukurinë natyrore të Belshit, nxisin kulturën lokale dhe kujdesen për lloje të ndryshme udhëtarësh.

1

Piknikët buzë liqenit dhe shëtitjet skenike

- **Piknikët buzë liqenit.** Vendosen pika të caktuara pikniku rreth liqenit të Belshit dhe liqeneve të tjera aty pranë. Mund të ofrohen shporta pikniku me prodhime vendase si ullinjtë, buka e fshatit, djathi, frutat dhe vera, duke u lejuar vizitorëve të shijojnë një vakt tradicional shqiptar në një ambient të bukur buzë liqenit.
- **Shëtitjet në natyrë dhe shtigjet skenike.** Ravijëzohen shtigjet e ecjes rreth liqeneve dhe përmes kodrave aty pranë, me tabela informative rreth florës, faunës dhe historisë lokale. Kjo i lejon vizitorët të eksplorojnë ndërsa shëtisin me ritmin e tyre e shijojnë pamjen.

2

Kajak dhe lundrim me varkë në liqene

- **Ture me kajak.** Mund të ofrohen ture të guiduara me kajak që i orientojnë vizitorët nëpër liqenin Belshi dhe në disa nga liqenet e tjera më të mëdha të zonës, duke ofruar perspektiva unike të peizazhit. Turet mund të përfshijnë ndalesa për fotografi, pamje të florës dhe faunës dhe informacione historike.
- **Paddle Boats.** Mund të vendosen varka me pedale (paddle boats) me qira në liqenin Belshi për familjet dhe çiftet, që të shijojnë një përvojë relaksuese në ujë. Kjo është një mundësi e realizueshme për vizitorët e të gjitha moshave dhe është veçanërisht e këndshme në muajt më të ngrohtë.

3

Turet e çiklizmit përreth liqeneve

- **Biçikleta me qira dhe ture të guiduara.** Mund të ofrohet shërbimi i biçikletave me qira për vizitorët e interesuar në eksplorimin e zonës së Belshit duke i dhënë biçikletës. Turët e guiduara të çiklizmit mund të përfshijnë ndalesa në hotspotet skenike, fermat dhe tregjet lokale, duke kombinuar aktivitetin fizik me eksplorimin kulturor.



4

Turet në fermë dhe përvojat e agroturizmit

- **Mbledhja e ullirit dhe shijimi i vajit të ullirit.** Në partneritet me fermat lokale, mund të ofrohen përvoja sezonale të vjeljes së ullirit. Më pas, vizitorët mund të marrin pjesë në degustimet e vajit të ullirit, të mësojnë për metodat tradicionale të prodhimit dhe të blejnë produkte për të marrë në shtëpi.
- **Mbledhja e frutave.** Mund të organizohen sesione për mbledhjen e frutave për vizitorët gjatë stinës së mbledhjes së tyre. Ata mund të zgjedhin rrush, shëgë ose fruta të tjera të stinës dhe të mësojnë për praktikën bujqësore lokale.
- **Vaktet nga ferma në tryezë.** Organizohen përvojat e ngrënies nga ferma në tryezë ku vizitorët mund të shijojnë vaktet shqiptare të sapopërgatitura me prodhime vendase. Vetë vizitorët mund të angazhohen në mbledhjen e perimeve me të cilat gatuhet vaktet apo përgatitjen e ushqimit. Këto vakte mund të shijohen jashtë, me pamje nga liqeni ose nga fshatrat.

5

Vëzhgimi i zogjve dhe vëzhgimi i kafshëve të egra

- **Turet e vëzhgimit të zogjve.** Liqenet e Belshit janë habitate për lloje të ndryshme shpendësh, veçanërisht gjatë stinëve të migrimit. Mund të ngrihen vende të caktuara për vëzhgimin e zogjve dhe të ofrohen dylbi me qira dhe shëtitje të guiduara me ekspertë vendas.
- **Shëtitjet e vëzhgimit të florës dhe faunës.** Organizohen shëtitje të udhëzuara ku vizitorët mund të mësojnë për ekosistemin lokal, duke përfshirë bimët, zogjtë dhe kafshët e vogla që banojnë në zonë. Ky është një aktivitet edukativ dhe eko-miqësor që do të joshë entuziastëve të natyrës.

6

Ekskursionet peshkimi

- **Peshkimi dhe dhënie pajisje peshkimi me qira.** Për ata që janë të interesuar në peshkim, mund të ofrohen pajisje peshkimi me qira, si dhe mund të jepen këshilla dhe teknika për peshkimin. Kjo nxit praktikën e qëndrueshme dhe u lejon vizitorëve të përjetojnë traditat lokale të peshkimit.

7

Ecje në kodrat përreth Belshit

- **Ekskursionet të guiduara.** Organizimi i ekskursioneve të guiduara nëpër kodrat e zonës së Belshit, të përshtatshme për nivele të ndryshme aftësish. Këto ekskursionet mund të ofrojnë pamje panoramike të kodrave, liqeneve, arave e të fshatrave përreth.
- **Turet botanike dhe gjeologjike.** Organizimi i ekskursioneve me tematikë që përqendrohen në florën lokale, bimët medicinale dhe veçoritë gjeologjike. Këto ekskursionet mund t'i edukojnë vizitorët rreth mjedisit natyror dhe rëndësisë së tij ekologjike.

8

Joga dhe relaksim buzë liqeneve

- **Klasat e jogës dhe meditimit buzë liqenit.** Programohen klasa të jogës dhe meditimit të mëngjesit ose të mbrëmjes pranë liqeneve, me pamje të qetë të ujit dhe konturet e kodrave përreth. Kjo është një mënyrë perfekte për të joshur vizitorët e fokusuar në mirëqenie shpirtërore e mendore dhe që kërkojnë relaksim.



9

Kamping dhe glamping

- **Kamping buzë liqenit.** Caktimi i zonave specifike të kampingut përreth liqeneve ku vizitorët mund të ngrenë tenda dhe të shijojnë mjedisin natyror gjatë natës. Kjo mund të organizohet si kamping individual ose në grupe të vogla e të guiduara.
- **Vendet glamping.** Për ata që preferojnë një përvojë më luksoze, mund të ofrohen opsione glamping me tenda të mobiluara, shtretër, dhe komoditete si elektriciteti dhe banjot. Glamping siguron një përvojë të thellë në natyrë, por me komoditet të shtuar.

10

Shikimi i yjeve natën dhe kamping me zjarr

- **Netët e Shikimit të Yjeve.** Mjedisi rural i Belshit e bën atë një vend ideal për shikimin e yjeve. Mund të organizohen evente të mbrëmjes me teleskopë, ku ekspertët mund të shpjegojnë yjësitë dhe bazat e astronomisë.
- **Kampet me zjarre buzë liqeneve.** Strehojnë zjarret e kampeve pranë liqenit, ku vizitorët mund të kënaqen me rrëfime, këngë, muzikën tradicionale ose thjesht të relaksohen në qetësi.



11

Aktivitetet miqësore me familjen dhe zona e fermës së fëmijëve

- **Petting Zoo ose Zona e Fermës së Fëmijëve.** Në ferma mund të krijohet një zonë miqësore për fëmijët me kafshë bujqësore si dhitë, delet, pulat dhe lepujt, të cilët fëmijët mund t'i përkëdhelin dhe t'i ushqejnë.
- **Ditët e fermës familjare.** Organizimi i ditëve të veçanta familjare ku fëmijët mund të marrin pjesë në aktivitete të sigurta në fermë, si mbjellja e farave, mbledhja e frutave dhe kujdesi për kafshët. Kjo është një mënyrë shumë e mirë për të angazhuar familjet në përvojat edukative dhe praktike.

Promovimi i Belshit nëpërmjet mediave sociale

Promovimi i Belshit nëpërmjet mediave sociale është një mënyrë shumë efektive për të arritur vizitorët potencialë dhe për të paraqitur bukurinë natyrore të qytetit dhe zonës përreth, potencialin agroturistik dhe ofertat e tij kulturore. Më poshtë paraqiten disa orientime se si mund të promovohet strategjikisht Belshin në platforma të ndryshme të mediave sociale.

1

Krijimi i një identiteti të qëndrueshëm të markës për Belshin

- **Logo dhe Hashtags.** Zhvillimi i një logo-je që përfaqëson karakteristikat unike të Belshit (si liqenet apo bujqësia e tij) dhe përdorimi i hashtag-eve e markës si #VisitBelsh, #BelshLakes, #ExploreBelsh dhe #BelshAgritourism për të krijuar një identitet të unifikuar.
- **Paleta e ngjyrave.** Përdorimi i ngjyrave të frymëzuara nga peizazhet e Belshit, për të ruajtur një prezantim konsistent në të gjitha postimet në rrjetet sociale.
- **Stili i përmbajtjes.** Krijimi dhe ruajtja e një stili të qëndrueshëm përmbajtjeje (natyror, të qetë dhe ftues) që nxjerr në pah sharmin rural të thjeshtë të Belshit dhe peizazhet e qeta.

2

Përdorimi i Instagramit për rrëfimin (storytelling) vizual

Instagrami është një platformë ideale për promovimin e bukurisë natyrore dhe agroturizmit të zonës së Belshit nëpërmjet përmbajtjes vizuale bindëse.

- **Seria e fotografive.** Postimi i fotove me cilësi të lartë të liqeneve të Belshit, i veprimtarive bujqësore, festivaleve lokale dhe pikave të referimit kulturor. Një program i vazhdueshëm postimesh me pamje të bukura dhe tërheqëse do të ndihmojë në krijimin e interesit.
- **Instagram Stories.** Përdorimi i stories për të ndarë aktivitete të përditshme, si për shembull mbledhja e ullinjve, përgatitja e zahireve, perëndimet e diellit në liqene, apo çaste të gatimeve në kuzhina. Kjo u ofron ndjekësve një pamje të jetës në Belsh dhe i inkurajon ata të angazhohen.
- **Reels.** Krijimi i reels të shkurtër dhe dinamikë të cilët shfaqin përvojat më të mira të Belshit, si kayaking në liqen, degustimin e pijeve lokale, apo ecje nëpër pemishte që lulëzojnë. Reels mund të rrisin shikueshmërinë në faqen Explore të Instagramit.
- **Përmbajtjet e gjeneruara nga përdoruesit (UGC).** Inkurajimi i vizitorëve të ndajnë përvojat e tyre në Belsh duke etiketuar (tagg) faqen zyrtare dhe duke përdorur hashtag-et e markës. Më pas paraqitet UGC në stori të faqes zyrtare për të ndërtuar angazhimin e komunitetit dhe për të shfaqur përvojat autentike të vizitorëve

3

Promovimi i eventeve dhe festivaleve në Facebook

Facebook është një mjet shumë i mirë për promovimin e eventeve dhe angazhimin e komunitetit.

- **Faqet e ngjarjeve.** Krijimi i faqeve Facebook Event për festivale dhe festa të ndryshme që zhvillohen në Belsh Këto faqe ngjarjesh lejojnë ndjekësit në RSVP, të ndajnë ngjarjen dhe të marrin përditësime.
- **Albumet fotografike dhe video live.** Postimi i albumeve nga festivalet e kaluara apo turet skenike përreth Belshit për t'u treguar vizitorëve të mundshëm se çfarë mund të presin. Mund të përdoret Facebook Live për të transmetuar pjesë të ngjarjeve në vazhdim, si shfaqjet kulturore apo demonstrime të gatimeve lokale, për t'u dhënë ndjekësve një përvojë në kohë reale.
- **Reklamat e targetuara.** Mund të përdoren opsionet e reklamave të targetuara të Facebook për të promovuar Belshin tek audiencat e interesuara për natyrën, turizmin e qëndrueshëm, agroturizmin dhe kulturën shqiptare. Reklamat mund të targetohetn ndaj audiencës shqiptare dhe ndërkombëtare, veçanërisht në vendet e afërta.

4

Ekspozimi i bukurive piktoreske dhe traditave të Belshit në Pinterest

Pinterest është një platformë e fuqishme për promovimin e joshjes vizuale të Belshit dhe krijimin e përmbajtjeve afatgjata që drejtojnë trafikun e klikimeve.

- **Bordet e udhëtimit.** Mund të krijohen borde në Pinterest kushtuar Belshit me kategori si "Arratisjet buzë liqenit në Belsh", "Përvojat e agroturizmit Belsh" dhe "Festivalet Kulturore Shqiptare." Çdo pin mund të lidhet përsëri me faqen zyrtare të internetit ose profilet e tjera të mediave sociale për angazhim të mëtejshëm.
- **Pin-et e detajuar.** Përfshirja e përshkrimeve në çdo pin që përshkruan përvojat, të tilla si "Eksploroni liqenet mahnitës të Belshit me një tur me kajak" ose "Bashkohuni ne mbledhjen e ullirit në ullishtat e qëndisura të Belshit".
- **Përmbajtja sezonale.** Përmbajtja specifike pas sezonit (lulet e pranverës, aktivitetet verore të liqenit, korrjet e vjeshtës) për të joshur vizitorët që planifikojnë udhëtime gjatë periudhave specifike të vitit.

5

Përdorimi i YouTube për përmbajtje (content) më të gjatë

YouTube është ideal për krijimin e videove impresionuese, më të gjata, të cilat tregojnë një histori për ofertat e Belshit.

- **Videot e destinacionit.** Prodhim i videove të destinacionit të cilat nxjerrin në pah atraksionet kryesore të Belshit, që nga liqenet dhe agroturizmi e deri te festivalet, muzika dhe kuzhina lokale. Një video e prodhuar mirë mund të shpërndalet në të gjitha platformat e mediave sociale dhe është një mjet i shkëlqyer për të kapur vëmendjen.
- **Turet virtuale.** Mund të ofrohen ture virtuale të qytetit, duke u fokusuar në pikat kryesore si liqenet, fermat lokale, kuzhinat tradicionale të gatimit dhe pikë skenike.

- **Bashkëpunime me Influencerat.** Partneriteti me vloggerët e udhëtimeve dhe entuziastët e natyrës për të krijuar video në Belsh është një qasje shumë e mirë për të krijuar vizibilitet dhe besueshmëri. Ata mund të dokumentojnë përvojat që kanë patur në Belsh e të ndajnë videot në

6

Lançimi i një blog-u ose mikro-blog-u në LinkedIn ose Medium

Një blog mund të jetë një aset i çmuar për të dhënë informacion të thellë mbi kulturën, historinë dhe atraksionet e Belshit.

- **Artikuj të bazuar në përvojë.** Artikuj ose postime në blog si "Përvojat më të mira të agroturizmit në Belsh" ose "Si të kaloni një fundjavë në Belsh." Çdo artikull mund të ndahet në rrjetet sociale dhe jep vlerë SEO për të ndihmuar Belshin që të renditet sa më lart në kërkimet relevante për udhëtime nga vizitorët potencialë.
- **Njohja nga afër me vendasit (local insights).** Postime mbi traditat unike, recetat vendase dhe profilet e zejtarëve, artizanëve apo fermerëve të Belshit. Ndarja e këtyre artikujve në LinkedIn dhe Medium mund të tërheqë lexuesit e interesuar për turizmin e qëndrueshëm, kulturën lokale dhe agroturizmin.
- **Momente para eventeve apo përmbledhje pas tyre.** Ndahen përgatitjet për eventet apo festivalet përpara ndodhjes së tyre dhe më pas paraqitet një përmbledhje. Këto postime mund të nxisin interes përpara ngjarjes dhe të mbajnë gjallë interesin më pas.

7

Bashkëpunimi me influencersit dhe blogerët e udhëtimeve

Bashkëpunimi me influencersit dhe blogerët e mediave sociale mund të ndihmojë në promovimin e Belshit në një audiencë më të gjerë dhe shumë të angazhuar.

- **Eko-Turizmi dhe Influencuesit e Udhëtimit.** Mund të ftohen influencersit e njohur për turizmin e qëndrueshëm, agroturizmin, apo udhëtimet kulturore për të vizituar Belshin. Përmbajtja e tyre postimeve dhe publikimeve të tyre mund të përfshijë fotografi mahnitëse, rrëfime, postime në blog dhe video në YouTube që detajojnë përvojën që kanë patur apo që po përjetojnë në zonën e Belshit.
- **Partneritetet lokale.** Bashkëpunim me influencersit shqiptarë ose ata brenda rajonit të Ballkanit që mund të promovojnë Belshin tek vizitorët potencialë aty pranë.
- **Press and FAM (Familiarization) Trips.** Organizimi me ftesa i udhëtimeve me përfaqësues të shtypit, prezantues emisionesh apo influencers për t'u ofruar një eksperiencë të plotë unike të Belshit. Në këmbim, ata krijojnë dhe ndajnë përmbajtje me ndjekësit e tyre, duke ofruar shtrirje të gjerë dhe materiale promovuese me cilësi të lartë.

8

Zhvillimi i një kalendari përmbajtjesh për platformat e mediave sociale

Një kalendar i strukturuar i përmbajtjes (kontentit) mund të ndihmojë në organizimin dhe kohën e postimeve nëpër platforma për angazhim maksimal.

- **Përmbajtja sezonale.** Theksohen atraksionet sezonale dhe festat në Belsh, si aktivitetet e liqenit në verë apo mbledhjen e ullirit në vjeshtë.
- **Temat javore.** Caktohen ditë specifike për temat e përmbajtjes, të tilla si "Monday Market Finds" me produkte lokale, "Wellness Wednesdays" për seancat e joga në natyrë pranë liqeneve, ose "Farm Fridays" duke u fokusuar në agroturizëm.
- **Promovime të bazuara në evente.** Për të krijuar pritshmëri, përdoren numërimin mbrapsht, postimet teaser dhe përkujtuesit (reminders), të cilët çojnë ngradualisht në event.
- çës shqiptare dhe ndërkombëtare, veçanërisht në vendet e afërta.

9

Angazhimi me komunitetin online

Pinterest është një platformë e fuqishme për promovimin e joshjes vizuale të Belshit dhe krijimin e përmbajtjeve afatgjata që drejtojnë trafikun e klikimeve.

- **Bordet e udhëtimit.** Mund të krijohen borde në Pinterest kushtuar Belshit me kategori si "Arratisjet buzë liqenit në Belsh", "Përvojat e agroturizmit Belsh" dhe "Festivalet Kulturore Shqiptare." Çdo pin mund të lidhet përsëri me faqen zyrtare të internetit ose profilet e tjera të mediave sociale për angazhim të mëtejshëm.
- **Pin-et e detajuar.** Përfshirja e përshkrimeve në çdo pin që përshkruan përvojat, të tilla si "Eksploroni liqenet mahnitës të Belshit me një tur me kajak" ose "Bashkohuni në mbledhjen e ullirit në ullishtat e qëndisura të Belshit".
- **Përmbajtja sezonale.** Përmbajtja specifike pas sezonit (lulet e pranverës, aktivitetet verore të liqenit, korret e vjeshtës) për të joshur vizitorët që planifikojnë udhëtime gjatë periudhave specifike të vitit.

10

Përdorimi i YouTube për përmbajtje (content) më të gjatë

- **Reagimi ndaj komenteve dhe mesazheve.** Është i rëndësishëm angazhimi me ndjekësit, duke iu përgjigjur komenteve dhe mesazheve të tyre, qoftë në Instagram, Facebook, apo YouTube. Përgjigjet e shpejta dhe komunikimi miqësor ndihmojnë në krijimin e besimit dhe inkurajimin e ndërveprimit.
- **Ndarja e kontentit të vizitorëve.** Ripostohen përmbajtjet nga vizitorët që etiketojnë Belshin ose përdorin hashtags të markës. Kjo i nxit të tjerët të postojnë rreth përvojave të tyre në Belsh, duke krijuar përmbajtje autentike të gjeneruara nga përdoruesit.

- **Kryerja e sondazheve dhe e Q&A sesioneve Q&A (pyetje dhe përgjigje).** Mund të organizohen sesione Q&A në Instagram Stories ose Facebook Live ku vendasit mund t'u përgjigjen pyetjeve rreth ofertave të Belshit. Sondazhet në Instagram Stories mund të jenë gjithashtu një mënyrë argëtuese për të angazhuar ndjekësit, duke bërë pyetje si "Cilën do të provonit të parët në Belsh – shëtitje me varkë apo peshkim?"

11

Gjurmimi dhe matja e suksesit të mediave sociale

Efektiviteti i përpjekjeve të mediave sociale duhet të matet rregullisht, për të kuptuar se çfarë përmbajtjeje funksionon më mirë dhe ku të bëhen përmirësime.

- **Metrikët e angazhimit.** Monitorohen pëlqimet (like), ndarjet (share), komentet dhe shikimet e story për të vlerësuar atë që i bën më shumë përshtypje audiencës.
- **Trafiku i faqes ueb dhe konvertimet:** Përdoret Google Analytics për të ndjekur trafikun nga mediat sociale tek faqa ueb e turizmit të Belshit, veçanërisht për faqet kyçe si eventet apo informacioni mbi prenotimet.
- **Rritja e ndjekësve.** Gjurmohet rritja e ndjekësve përgjatë e kohës për të parë nëse fushatat promovuese online realisht po ndërtojnë efektivisht një audiencë në mënyrë efektive.
- **Feedback-u dhe rregullimet.** I kushtohet vëmendje feedback-ut të ndjekësve dhe bëhen rregullime në stilin e përmbajtjes ose frekuencën e postimit bazuar në preferencat e audiencës.

