

JAK WPROWADZIĆ NA RYNEK I PROMOWAĆ PRODUKT DOSTĘPNY



ACCESS IT

1. CZEGO DOTYCZĄ TE WSKAZÓWKI?

Niniejsze wytyczne podsumują praktyki dotyczące ułatwiania dostępu do materiałów marketingowych dla wszystkich, w tym dla osób niepełnosprawnych. Może to pomóc firmom rozszerzyć ich zasięg i poprawić komunikację, zwiększając w ten sposób pulę potencjalnych odwiedzających i lojalność wobec marki obecnych klientów.

2. KTO MOŻE SKORZYSTAĆ Z TYCH WSKAZÓWEK?

Niniejsze wytyczne zostały stworzone z myślą o pracownikach zajmujących się usługami turystycznymi, czy to w dziedzinie marketingu i komunikacji, twórcami/projektantami stron internetowych czy innym personelem.

3. JAK W PRZYSTĘPNY SPOSÓB PROMOWAĆ SWÓJ BIZNES?

Aby zapewnić dostępność dla wszystkich, firmy powinny promować swoje obiekty i usługi poprzez materiały marketingowe, które są dostępne i integracyjne.

3.1. PLATFORMY

Udostępnianie witryny internetowej firmy i dostęp do informacji na platformach, takich jak witryny z recenzjami i fora dla osób o specjalnych potrzebach dostępu, może być bardzo korzystne w podnoszeniu świadomości na temat dostępnych obiektów. Oto kilka świetnych przykładów:

[TripAdvisor \(Travelling with Disabilities Forum\)](#), [ENAT Accessible Tourism Group on Facebook](#), [Euan's guide](#), [Pantou](#), [Lonely Planet Forum](#), itp.

3.2. STRONY INTERNETOWE

Twoja witryna jest ważną bramą do informacji, szczególnie dla osób o specjalnych potrzebach dostępu, aby ocenić, czy Twoja firma jest dla nich odpowiednia. Zapewnienie wiarygodnych informacji o dostępie ma kluczowe znaczenie w przyciąganiu i przekonywaniu potencjalnych klientów do odwiedzenia.

Idealnie, Twoje informacje dostępne powinny:

- być szczegółowe, dokładne, aktualne i łatwe do znalezienia
- zawierać zdjęcia dostępnych obiektów i oficjalne oświadczenie o dostępie
- Pliki PDF z przydatnymi informacjami można pobrać ze strony internetowej
- oferuje dostosowane sugerowane trasy i opcje transportu
- pokaż zdjęcia z różnorodnymi zwiedzającymi i referencjami od poprzednich odwiedzających



Upewnij się, że Twoja witryna również:

- jest dostępny w różnych formatach i działa na różnych urządzeniach
- jest zorganizowany i sformatowany w celu poprawnej interpretacji przez czytniki ekranu
- oferuje możliwość dostosowania wyświetlania, czcionki i rozmiaru czcionki
- został przetestowany ręcznie w celu zapewnienia użyteczności przez osoby niepełnosprawne

3.3. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE - ZAWARTOŚĆ

Angażuj swoich odbiorców i komunikuj się z nimi, tworząc integracyjne i dostępne treści w mediach społecznościowych:

Dostępny tekst

- używaj prostego języka, używaj krótkich zdań
- przeliteruj akronimy i skróty
- unikaj używania emotikonów i GIF-ów, znaków specjalnych i czcionek
- hashtagi i wzmianki @ mogą przeszkadzać czytnikom ekranu
- zapewnić wysoki współczynnik kontrastu tekstu w stosunku do tła

Dostępne obrazy

- Dołącz opisowe podpisy i tekst alternatywny
- zapewniają wysoki kontrast kolorów
- unikaj umieszczania tekstu na obrazie

Dostępne filmy

- zawierać podpisy kodowane lub napisy, a także pisemną transkrypcję filmu

3.4. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE - KANAŁY

Dostawcy usług turystycznych, którzy chcą promować swoje dostępne usługi, mogą chcieć skontaktować się z niektórymi blogerami i poprosić ich o publikowanie artykułów przeglądowych na temat ich obiektów w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, blogi i kanały YouTube. Oto kilka świetnych przykładów do sprawdzenia:

- **Blogi:** [Martin Sibley](#), [Curb free with Cory Lee](#), [The Bimblers](#), itp.
- **Kanały YouTube:** [Wheels no Heels](#).
- **Aktywne grupy na Facebook-u:** [Accessible Travel Club](#) i [Accessible Tourism](#).

3.5. MAILE

E-maile z ułatwieniami dostępu są nie tylko cenne dla osób niepełnosprawnych, ale ogólnie poprawiają użyteczność, zapewniając bardziej logiczną i czytelną treść.

- e-mail powinien być wyświetlany we właściwej kolejności, niezależnie od używanego urządzenia
- temat powinien być krótki, ale opisowy i znaczący
- weź pod uwagę kontrast kolorów i rozmiar czcionki
- zapewnić alternatywy tekstowe dla obrazów
- podczas udostępniania linków, dołącz zrozumiały opis linku
- używaj w kodzie elementów nagłówka HTML

3.6. WYDARZENIA NA ŻYWO

Rozważ udział w targach i innych wydarzeniach promujących Twoją firmę, takich jak targi międzynarodowe, targi lokalne, targi specjalizujące się w dostępnej turystyce.

Współpracuj z lokalnymi grupami i klubami oraz rozważ zorganizowanie dnia otwartego, aby zaprezentować dostępne dla Ciebie udogodnienia i usługi.