

[illegible]

Open Walking Tour	Memasarkan Jasa Wisata Open Trip	Value Proposition	Segmentasi pasar	Strategi Promosi	Media Sosial	13	16	1. Bermitrakan di media sosial dengan lembaga yang memiliki foto event yang bagus untuk menarik minat pelanggan. 2. Memberikan form terlink kepada konsumen yang telah membeli walking tour kami untuk kami jadikan kajian evaluasi.	1500000	500000	5100000	200000	Instagram Swarga Lumen	Instagram Explore Rimbeng Updat	Kan Jam, Berdan, Baur	Media dan Video Promosi Walking Tour	Untuk lebih lanjut ini Buss Walking Tour di kembangkan Keibahan Rimbeng Link Ins https://instagram.com/ibusswalkingtour
Lumen memiliki beberapa layanan yang berbeda-beda, seperti yang berikut ini: 1. Open Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 2. Private Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 3. Group Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 4. Custom Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 5. Adventure Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 6. Relax Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 7. Family Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 8. Corporate Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 9. Event Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan. 10. Special Trip: Layanan wisata yang bisa di booking langsung ke bus yang akan berangkat ke destinasi wisata yang diinginkan.	Jasa Wisata Open Trip 1. Destinasi Wisata: Destinasi wisata yang akan dikunjungi. 2. Transportasi: Transportasi yang akan digunakan. 3. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 4. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 5. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 6. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 7. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 8. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 9. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 10. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi.	Proposition 1. Destinasi Wisata: Destinasi wisata yang akan dikunjungi. 2. Transportasi: Transportasi yang akan digunakan. 3. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 4. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 5. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 6. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 7. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 8. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 9. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 10. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi.	Segmentasi pasar 1. Destinasi Wisata: Destinasi wisata yang akan dikunjungi. 2. Transportasi: Transportasi yang akan digunakan. 3. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 4. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 5. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 6. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 7. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 8. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 9. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 10. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi.	Strategi Promosi 1. Destinasi Wisata: Destinasi wisata yang akan dikunjungi. 2. Transportasi: Transportasi yang akan digunakan. 3. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 4. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 5. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 6. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 7. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 8. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 9. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 10. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi.	Media Sosial 1. Destinasi Wisata: Destinasi wisata yang akan dikunjungi. 2. Transportasi: Transportasi yang akan digunakan. 3. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 4. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 5. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 6. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 7. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 8. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 9. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi. 10. Rekomendasi: Rekomendasi tempat wisata yang akan dikunjungi.	13	16	1. Bermitrakan di media sosial dengan lembaga yang memiliki foto event yang bagus untuk menarik minat pelanggan. 2. Memberikan form terlink kepada konsumen yang telah membeli walking tour kami untuk kami jadikan kajian evaluasi.	1500000	500000	5100000	200000	Instagram Swarga Lumen	Instagram Explore Rimbeng Updat	Kan Jam, Berdan, Baur	Media dan Video Promosi Walking Tour	Untuk lebih lanjut ini Buss Walking Tour di kembangkan Keibahan Rimbeng Link Ins https://instagram.com/ibusswalkingtour

Mengetahui,

Pembina Desa

Pembina Kabupaten

Disporapar Provinsi
Jawa Tengah



Proses PKKP 2023

Pada Tanggal

[Handwritten signature]

