

IDENTIFICIRANJE TURISTIČNE PONUDBE NA DESTINACIJI IN NJENO POVEZOVANJE V INOVATIVNE TURISTIČNE PROIZVODE

SPLETNA DELAVNICA, 9.FEBRUAR 2021
VODILNA DESTINACIJA POSAVJE

MAG. DARJA RADIĆ

I FEEL
SLOVENIA



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

IZHODIŠČE – KAKO SE TURISTI ODLOČAJO ZA POTOVANJA / POČITNICE?



KAJ STORITI, DA NAS GOSTI NAJDEJO IN IZBEREJO NAS?



RAZVITI INOVATIVNI TURISTIČNI PRODUKTI / DOŽIVETJA SO VSTOPNICA NA TURISTIČNI TRG

- Turistični produkt je tisto kar kupimo.
- **Doživetje je tisto kar si zapomnimo za celo življenje.**

EDINSTVENOST, AVTENTIČNOST, PRESENETLJIVOST, POSEBNOST

VIRI ZA ČRPANJE EDINSTVENIH PRODAJNIH PREDNOSTI

- lokalna domača in umetna obrt;
- raznovrstne športne dejavnosti, športni objekti, igre, pustolovščine;
- vsakodnevno življenje in način življenja domačinov;
- posebni običaji in tradicija;
- lokalna hrana: zgodovina, gastronomija;
- poljedelstvo, živinoreja, ribištvo, gozdarstvo;
- kulturna dediščina, spomeniki, muzeji, galerije;
- krajina: naravna dediščina, biotska raznovrstnost, obstoj edinstvenih živalskih ali rastlinskih vrst, ekologija, zgodovinska najdišča, negovana in obdelana pokrajina;
- varnost;
- gostoljubnost, pristnost domačinov.

RAZVITI INOVATIVNI TURISTIČNI PRODUKTI / DOŽIVETJA SO VSTOPNICA NA TURISTIČNI TRG

EDINSTVENOST, AVTENTIČNOST, PRESENETLJIVOST, POSEBNOST
ZMAGOVALNI SO TISTI PRODUKTI IN DOŽIVETJA, KI PRITEGNEJO
POZORNOST POTENCIALNIH GOSTOV



KAKO PRITEGNITI POZORNOST?

➤ PRVOVRSTNA DOŽIVETJA

➤ ODMEVNE PRIREDITVE

➤ ZNANE OSEBNOSTI

➤ SPODBUJANJE DELJENJA DOŽIVETIJ



POSAVJE ŠE NI PREPOZNANA BLAGOVNA ZNAMKA – PRITEGNITI POZORNOST JE ZATO ŠE TOLIKO BOLJ ZAHTEVNO

- [PRIMER: kolesarjenje; gradovi](#)
- [Uradni slovenski turistični portal | I feel Slovenia](#)

KAJ PREPRIČA GOSTA, DA NAREDI REZERVACIJO?

- TAKOJŠNJA IN CELOVITA INFORMACIJA
- ČIM MANJ KLIKOV DO REZERVACIJE
- MOŽNOST TAKOJŠNJE REZERVACIJE
- PONUDBA PAKETOV S CENAMI
- TRANSPARENTNOST CEN
- HITRI ODZIVI NA VPRAŠANJA/POVPRAŠEVANJA – OSEBEN PRISTOP
- OCENE, MNENJA

SPLET 2.0 in 3.0

- ✓ 1.6 milijarde ljudi je na spletu
- ✓ Splet je 1. vir informacij za popotnike
 - ✓ 63 % turističnih potovanj (leisure travelers)
 - ✓ 69 % poslovnih potovanj (business travelers)
- ✓ pregledovanje vsebin je eno od pomembnih področij v oglaševanju
 - ✓ 85 % iskanj o potovanju se zgodi na spletu
 - ✓ 56 % odločitev o potovanju se zgodi na spletu
- ✓ pomanjkanje zaupanja na spletu zapolnjujejo osebna priporočila



KO GOST OPRAVI REZERVACIJO IN PRIDE V DESTINACIJO

IMA VRSTO VPRAŠANJ, NE LE O PRODUKTU ALI STANOVANJU, KI GA JE KUPIL, TEMVEČ O OSTALI PONUDBI V DESTINACIJI.

Zdravo, jutri pridemo k vam. Vse kaže, da bomo imeli slabo vreme, pa ne bomo mogli kolesariti. Nam lahko priporočite kaj lahko počnemo na slabem vremenu?

V apartma na mizi vidi potico. Je to potica? Super. Ali mi lahko priporočite, kje lahko poskusimo še ajdove krape, ajdove štruklje, kranjsko klobaso, pa ali je še kakšna posebna jed pri vas?

TAKOJ!

GOSTI DELIJO SVOJO IZKUŠNJO – POZITIVNO ALI NEGATIVNO

MORA POZNATI PONUDBO DESTINACIJE

KAJ LAHKO PRIPOROČI – KAKOVOST JE ZLATO!

Priporočila najboljnega gosta je najcenejša in najučinkovitejša pot do novih gostov.

GOSTI PRIČAKUJEJO CELOVITO STORITEV IN DOŽIVETJE

SODELOVANJE IN POVEZOVANJE TURISTIČNIH IN DRUGIH PONUDNIKOV V DESTINACIJI JE KLJUČNO

- ZA RAZVOJ EDINSTVENIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ
- ZA TRŽNO KOMUNICIRANJE CELOVITE PONUDBE DESTINACIJE
- ZA SPREMLJANJE ZADOVOLJSTVA GOSTOV V DESTINACIJI

KDO NAJ TO POČNE?

➤ RAZVOJ EDINSTVENIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ

- PONUDNIKI,
- DMO MORA POSKRIBETI ZA ORGANIZACIJO, KOORDINACIJO, FINANCIRANJE START-UP

➤ ZA TRŽNO KOMUNICIRANJE CELOVITE PONUDBE DESTINACIJE

- DMO
- PONUDNIKI Z INTER-LINKI DO DOŽIVETIJ DESTINACIJE

➤ ZA PRODAJO DOŽIVETIJ

- TURISTIČNE AGENCIJE
- VODILNI PONUDNIK DOŽIVETJA
- DMO – START-UP

➤ ZA IZVAJANJE DOŽIVETIJ

- PONUDNIKI
- TURISTIČNE AGENCIJE
- DMO

➤ ZA SPREMLJANJE ZADOVOLJSTVA GOSTOV V DESTINACIJI

- DMO

KAKO VZPOSTAVITI USPEŠNO SODELOVANJE V DESTINACIJI?

- REDNO KOMUNICIRANJE S TURISTIČNIMI PONUDNIKI IN PREBIVALCI
 - Obveščanje o novostih; poudarjanje uspehov; opozarjanje na slabosti
 - Srečanja, okrogle mize, predstavitve
 - Skupno reševanje izzivov.
- IZVEDBA USPEŠNIH SKUPNIH PROJEKTOV
 - ki prinašajo „otipljive“ koristi za vse udeležence (win win)
 - in gradijo zaupanje med njimi.

RAZPRAVA IN VPRAŠANJA