

Razvoj butične ponudbe:
POSAVJE GREEN & SAFE
SKUPNI PRESKOK V
KAKOVOSTI IN BUTIČNOSTI



Turizem UP



Uspeh. Pogum.

Kako iziti iz krize in kaj potegniti iz nje?

pravila in
usmeritve



**varno okolje
za zaposlene
in goste**



strateška
komunikacija



**ohranjena
vrednost
na trgu**



standardi
in procesi

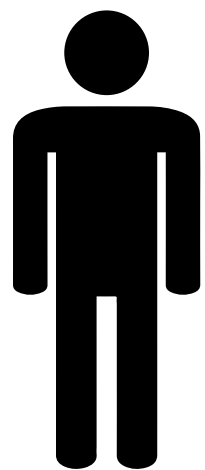


**izboljšana
izkušnja
gostov**



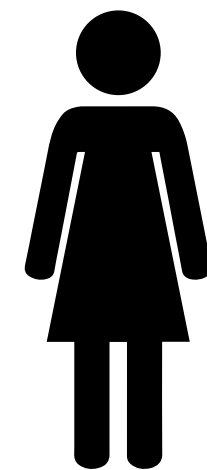
Vračanje gostov





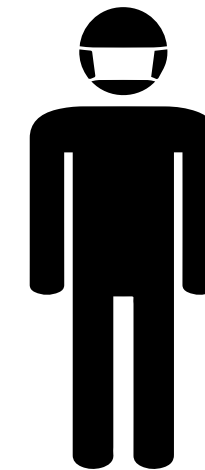
MARK

Ne-previdni
33%



MOJCA

Finančno previdni
25%



JANEZ

Zdravstveno previdni
42%

PO STAREM

Močnejša potrošnja
na **očitnih gradnikih**
turističnih storitev,
z veliko manj
omejitvami.

PONUJA SE JIM VSE

NIŽJA POTROŠNJA

Zelo verjetno razdelitev
v dva dela:
1. Prestop v optimizacijo
ali
2. Varčnost/nižja
potrošnja

RAZUMEMO

Niso zapravljali, niso
direktno finančno
ogroženi.
So **prestrašeni**.
Želijo si nazaj, ampak
so se spremenili.

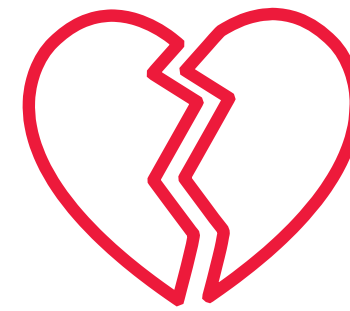
POTREBNO OPAZOVATI

Kaj lahko storimo v vmesnem času?





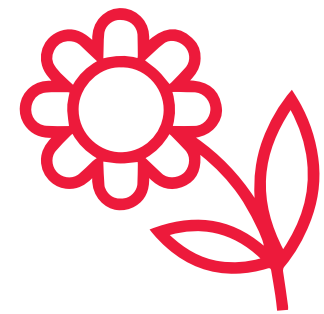
Rast **domačega turizma**



Zmanjšano zaupanje
potnikov



Varnost in higiena kot
ključni kriterij za izbor



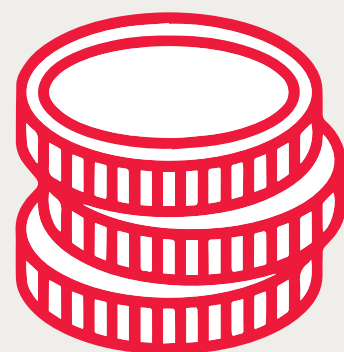
Trajnost kot dejavnik
pri odločanju turistov



Strukturne spremembe
v turistični ponudbi



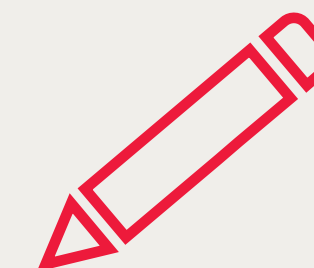
Primanjkljaj izurjene
delovne sile



Zmanjšane
investicije



Digitalizacija v komunikaciji,
operativi in izkušnji



Potreba po **aktivni**
turistični politiki

Nove razmere, nove navade gostov in kupcev: pomiritev in prilagodljivost sta ključna



VARNOST IN ČISTOČA

Trenutno so gostje zelo občutljivi in pozorni na vse, kar je povezano z **zdravjem, varnostjo in higieno**.

Protokoli varnosti postajajo konkurenčna prednost in nakupna zahteva.



STRAH PRED MNOŽICAMI

Družbeno distanciranje in omejitve gibanja so nas pripeljali do **nezavednega strahu** drug pred drugim.

To neizogibno vpliva na naš **odnos z množico** in na naš **občutek udobja ter varnosti**.

Nove razmere, nove navade gostov in kupcev: pomiritev in prilagodljivost sta ključna



E-POSLOVANJE IN NAKUPNE NAVADE

Več spletnega nakupovanja in online druženja je potrebno upoštevati tudi pri razvoju naših storitev in znamk.



DIGITALIZACIJA

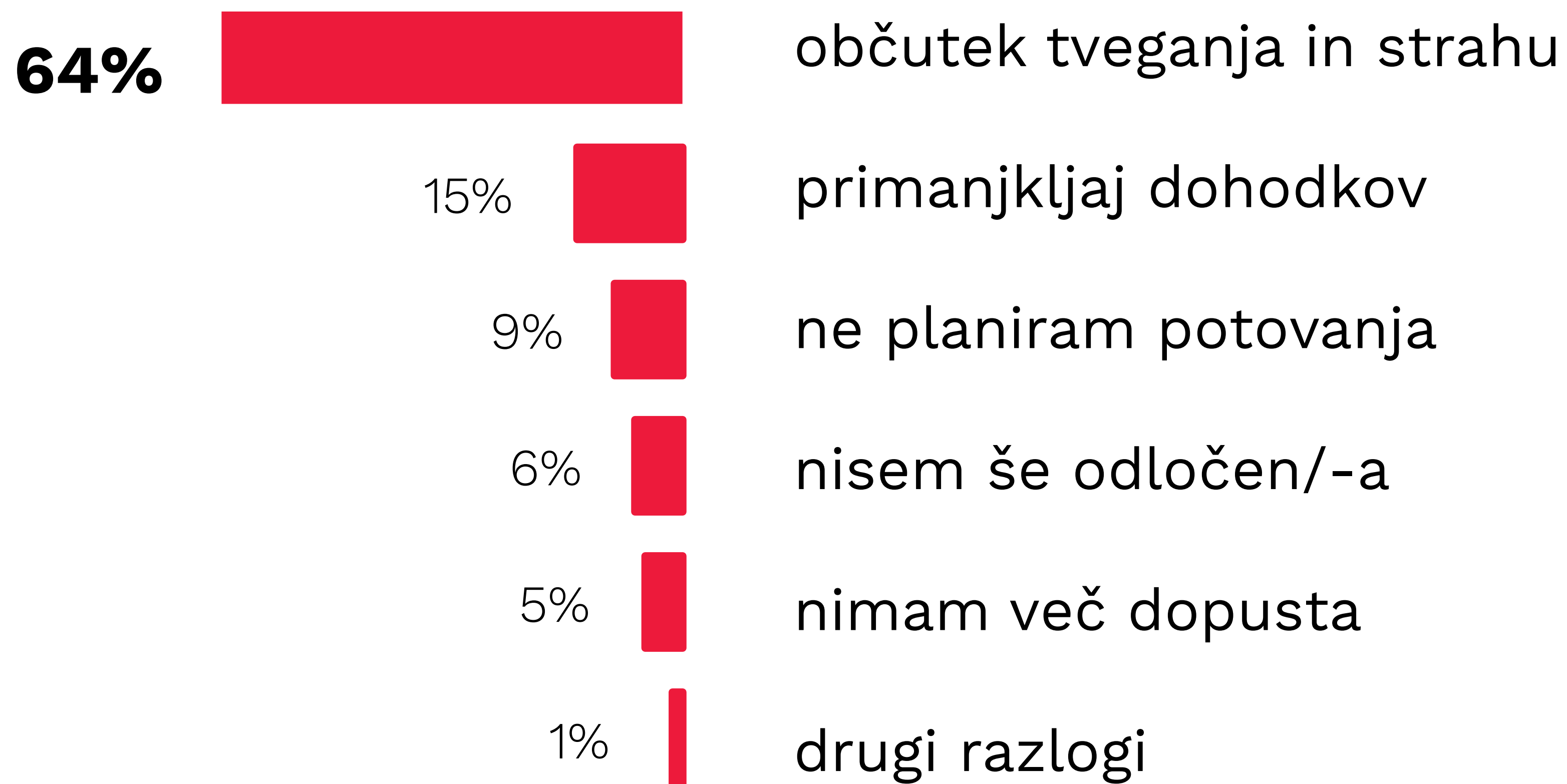
Digitalna preobrazba:
več online ponudbe in izdelkov

Spletna srečanja in delo od doma vplivajo na našo industrijo

Digitalizacija na zahtevo in personalizacija

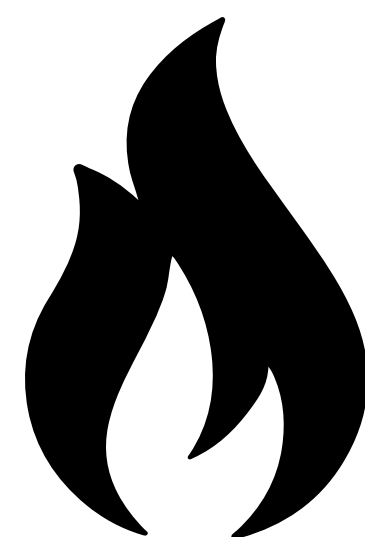
Brezgotovinsko in brezstično plačevanje

Strah premaguje željo





...

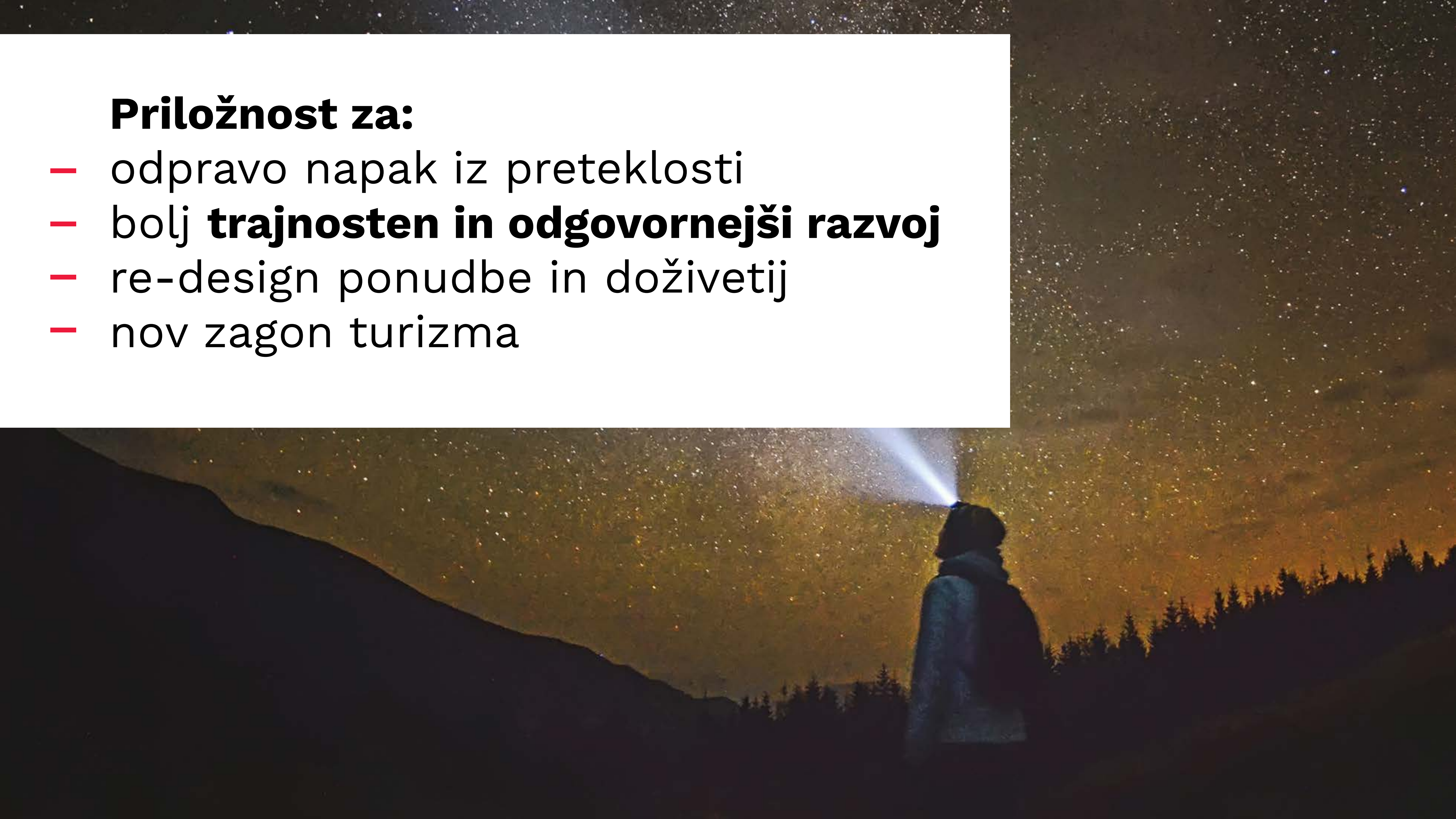


19

?!

Priložnost za:

- odpravo napak iz preteklosti
- bolj **trajnosten in odgovornejši razvoj**
- re-design ponudbe in doživetij
- nov zagon turizma



Vpeljava prilagoditev



**Politika
poslovanja**



**Varnost
in higiena**



Komunikacija

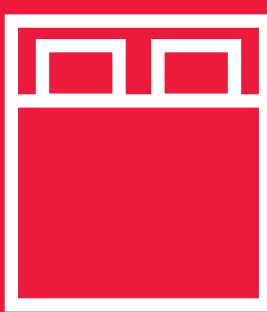
Pričakovanja gostov še naprej odražajo negotovost zaradi COVIDA-19

Ne glede na MOTIV
PRIHODA (prosti čas
/ posel - B2C / B2B),
imajo gostje **3 glavna
pričakovanja**



PRILAGODLJIVOST

pogodb / ponudb (odpoved, ni razstave ...),
saj je negotovost še vedno zelo visoka



UKREPI ZAŠČITE IN VARNOSTI

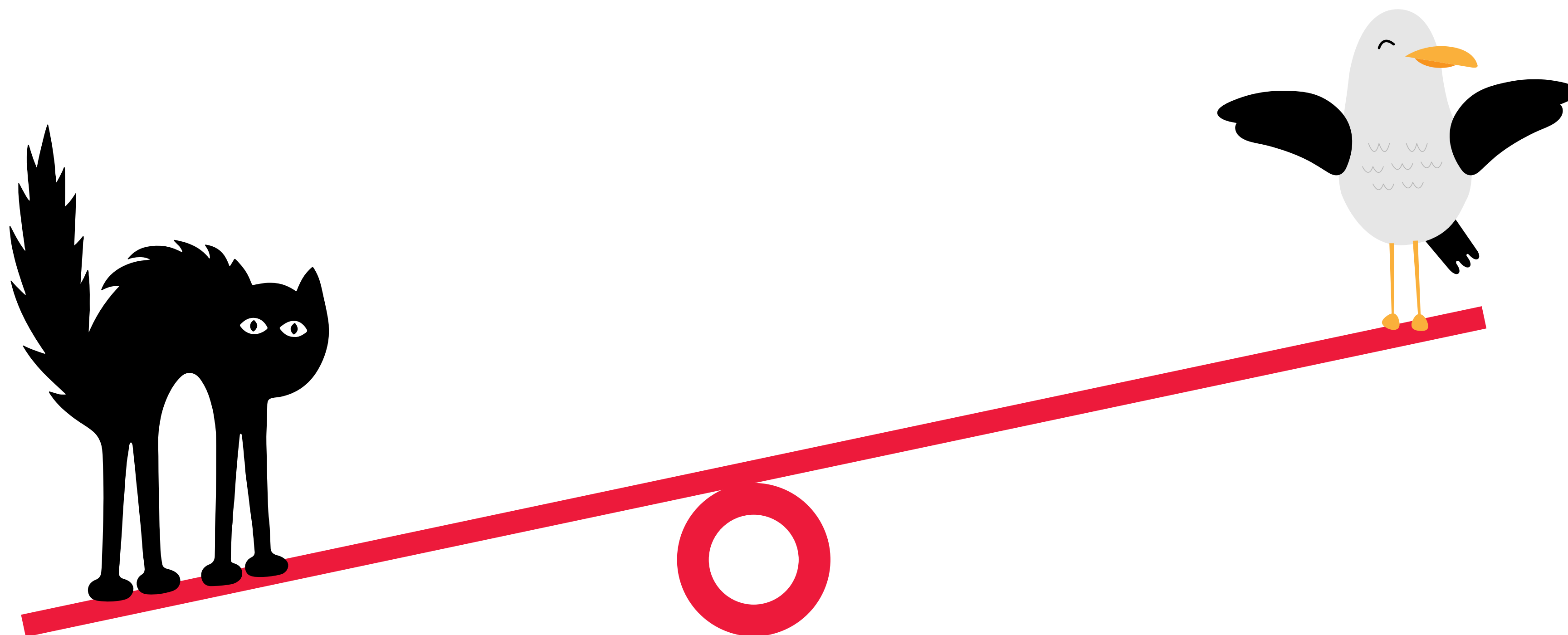
so najpomembnejši, vključno s čistočo na visoki
ravni, zaščito osebja in strank ter zagotovitvijo
distance. Certifikat bi prepričal več kot 80% strank
(B2C / B2B)



IZKUŠNJE V NASTANITVAH

Higiena in varnost postajata novi standard - gostje
se izogibajo nastanitvam, ki zapirajo dele storitev
(kot so bazeni), pričakujejo, da bodo navdušeni nad
še izboljšano ponudbo in spodbudami glede nakupa
(npr. bife). Spoštovanje distance je ključnega pomena,
vendar se kljub temu izogibajo prostoru brez
življenja ali celo praznim prostorom.

Če prej gostje niso prenehali
SANJARITI o naslednjem
potovanju, zdaj večina ne bo
prenehala **SKRBETI** za varnost.



Zakaj v Slovenijo in Posavje?

Prizadevanje
za **trajnostno**
delovanje in
odgovorno
ravnanje
do narave

Prva
Zelena država
na svetu

Upoštevanje
visokih higienskih
standardov

Zaveza k
ustvarjanju pogojev
za varen oddih
v obliki **znaka**
Green & Safe

Green & Safe zaveza gostom za varen oddih



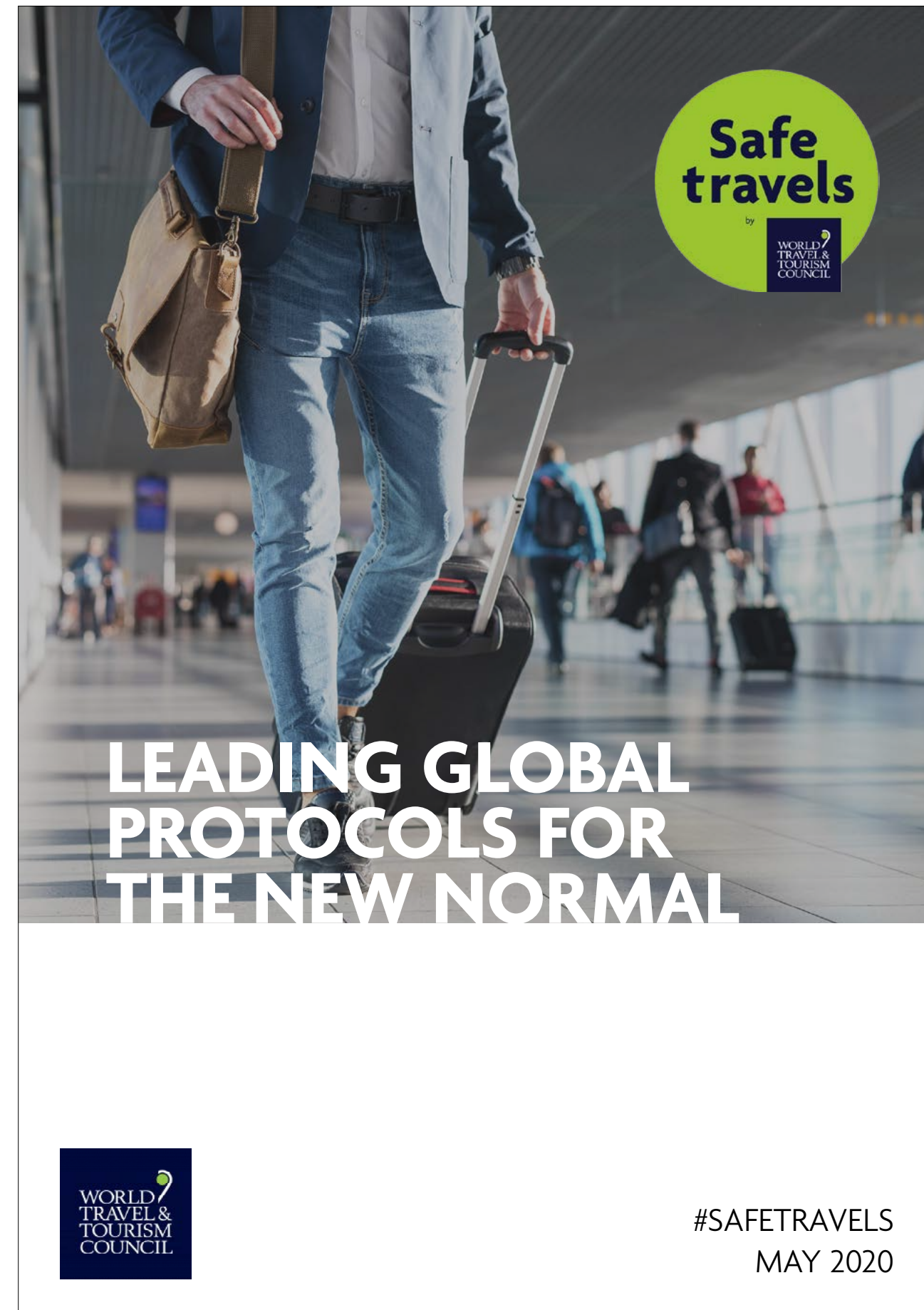
- ✓ Vzpostavljene **visoke higienske zahteve in priporočila za varovanje zdravja**
- ✓ Smo **ena od najbolj varnih držav na svetu**
- ✓ Trajnostna prihodnost: Slovenija ima naziv Green Destination, **Dolina Soče pa je Green Destination Gold**
- ✓ Radi živimo aktivno, zdravo in zeleno, Slovenija zavzema kar 66% površine gozda
- ✓ Prisegamo na **butična in edinstvena doživetja**

Vpeljava standardov in dvigovanja ugleda na nacionalnem nivoju



Potovalni standardi slovenskega
turizma in znamka **Green&Safe**

Globalni standardi WTTC (World Travel Tourism Council)



Partnerji pri razvoju globalnih standardov













Partnerji pri razvoju globalnih standardov



OUTDOOR RETAIL PROTOCOL





Z aktivnostmi, ki temeljijo na **varnosti, odgovornosti in trajnosti**, povečujemo kredibilnost pri gostih in ohranjamo našo tržno pozicijo.



Zdaj je čas, da ukrepov ne dojemamo kot obvezo,
ampak kot priložnost in skupno poslanstvo.



Gostinstvo po času korone

- gostje so prepoznali določene **prednosti osebnega prevzema izdelkov** iz restavracije in barov
- gostinci se **prilagodijo trgu in vidijo priložnost** pri ponudbi izdelkov za seboj
- **ohraniti in razviti ponudbo za seboj** tudi v času po koroni - segment za seboj se je in bo razvil v obrate, ki bodo ponujali zgolj tovrstne izdelke (v tujini je to prisotno že vrsto let, e.g. coffee shop) - **ustvarimo novo panogo ponudbe**



Doživetja

- v začetku **ne bo masovnega turizma**
- zaradi manjših skupin, posledično bolj 'butičnih' doživetij, je potrebno imeti **zadostno usposobljen kader**
- smiselno je **ustvarjati pakete doživetij**, s čimer zvišamo RVC določene storitve ali pridobimo na količini storitev



Strategije destinacij in ponudnikov bodo morale nagovoriti **strah popotnikov** v zvezi z virusom, higienskimi standardi in varnostjo.

Potrebno je **obnoviti zaupanje v varno potovanje.**

7 korakov

1 »»

**Gradimo
zaupanje**

Ukrepi za
zagotavljanje
varnosti
gostov in
zaposlenih

2 »»

**Pridobimo
zaupanje**

Komuniciramo
prakse in
protokole

3 »»

**Pokažemo
skrbnost**

Verifikacija
protokolov in
certificiranje

4 »»

**Delujemo
kot
povezovana
skupnost**

Varnost je
zaveza vseh
deležnikov
in/ali
zaposlenih

5 »»

**Pridobivamo
goste**

Nagovor
ključnih
person in
ciljnih skupin

6 »»

**Ne nižamo
cen**

Fokus na
inovativni
ponudbi,
paketi

7

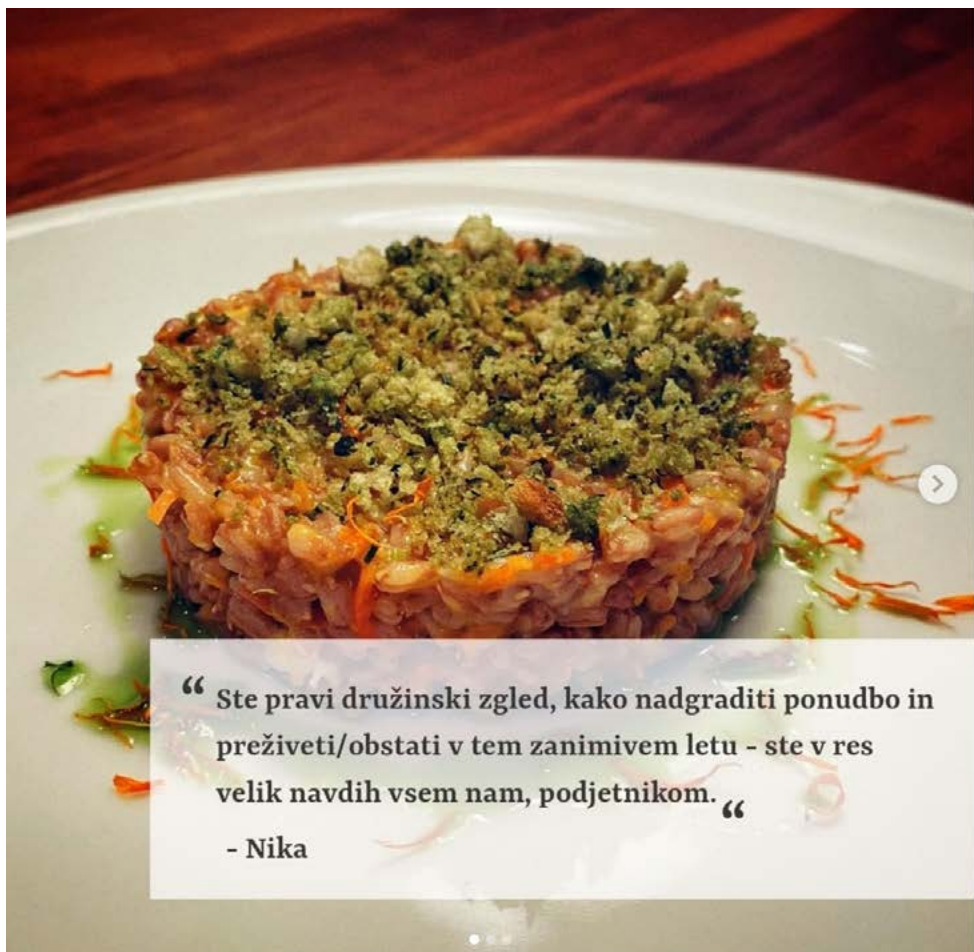
**Gledamo in
se učimo**

Iskanje rešitev
in spremljanje
kolegov



KAKO KOMUNICIRAMO
trenutno situaciju?

Smo v stiku z našimi gosti? Nudimo informacije?



gostilnarepovz · Follow
Gostilna Repovž

gostilnarepovz Vaše mnenje nam veliko pomeni, zato smo navdušeni nad vašimi odzivi. V zadnjih tednih prejemo povratne informacije vaših kreacij, ki jih ustvarjate iz naših predpripravljenih paketov in ostalih izdelkov iz spletne trgovine.

Ste že naročili naše produkte? Kako ste zadovoljni z njimi? Pošljite nam fotografije domačih kreacij 📷 in nam sporočite vaše mnenje 💬.

Odgovore sprejemamo v komentarje, v zasebna sporočila ter na email naslov: info@gostilna-repovz.si

#gostilnarepovz #dolenjska #posavje

162 likes
DECEMBER 11, 2020

Add a comment... Post

“Ste pravi družinski zgled, kako nadgraditi ponudbo in preživeti/obstati v tem zanimivem letu - ste v res velik navdih vsem nam, podjetnikom.”
- Nika



gostilnarepovz · Follow
Gostilna Repovž

gostilnarepovz Vaše mnenje nam veliko pomeni, zato smo navdušeni nad vašimi odzivi. V zadnjih tednih prejemo povratne informacije vaših kreacij, ki jih ustvarjate iz naših predpripravljenih paketov in ostalih izdelkov iz spletne trgovine.

Ste že naročili naše produkte? Kako ste zadovoljni z njimi? Pošljite nam fotografije domačih kreacij 📷 in nam sporočite vaše mnenje 💬.

Odgovore sprejemamo v komentarje, v zasebna sporočila ter na email naslov: info@gostilna-repovz.si

#gostilnarepovz #dolenjska #posavje

162 likes
DECEMBER 11, 2020

Add a comment... Post

“Pozdravljeni, pravkar smo pojedli vaše predpripravljene jedi. Bile so ODLIČNE!”



gostilnarepovz · Follow
Gostilna Repovž

gostilnarepovz Bliža se valentinovo. Čas, ko se lahko brez sramu stiskate. Edinstven Red Love jabolčni sok smo za vas stisnili mi.

Jabolčni sok je stisnjen iz ekoloških jabolk Red love, ki rastejo na kmetiji Repovž. Predelamo ga v bister jabolčni sok posebne rdeče barve. Polnimo ga brez dodajanja sladkorja, aditivov in z minimalno pasterizacijo. Tako dosežemo prijeten okus jabolk, ki se prelivajo v sok.

Grega ponudi ohlajen sok svojim strankam, Meta pa jeseni sveža jabolka uporablja v kuhinji za pripravo jedi in dekoracijo.
#gregovkevder #jozetovakmetija

55 likes
FEBRUARY 5

Add a comment... Post



gostilnarepovz · Follow
Gostilna Repovž

gostilnarepovz Grega (@gregarepovz) je mladi šef ter očka male Vite. Je pogon, ki ekipo neumorno vleče naprej in naprej. Perfekcionista, ki ne mara polovičarstva in želi od vsakega le maksimum. Njegova strast je iskanje posebnih, manj poznanih vin, s katerimi lahko preseneti svoje prijatelje in goste ter jim predstavi tudi kaj novega na vinski sceni.
#gregovkevder

#dolenjska #posavje #tasteslovenia #jre #jeunesrestaurateurs #neverendingpassion #jreslovenija #jreslovenia #ifeelslovenia @jre_slovenija #michelinguide @gaultmillau_slovenia @feelslovenia

184 likes
SEPTEMBER 15, 2020

Add a comment... Post

Vir: Facebook in Instagram
Gostilne Repovž

Certifikati in znamke so učinkovit način hitre komunikacije izvajanja varnostnih standardov in protokolov



Accor = Allsafe



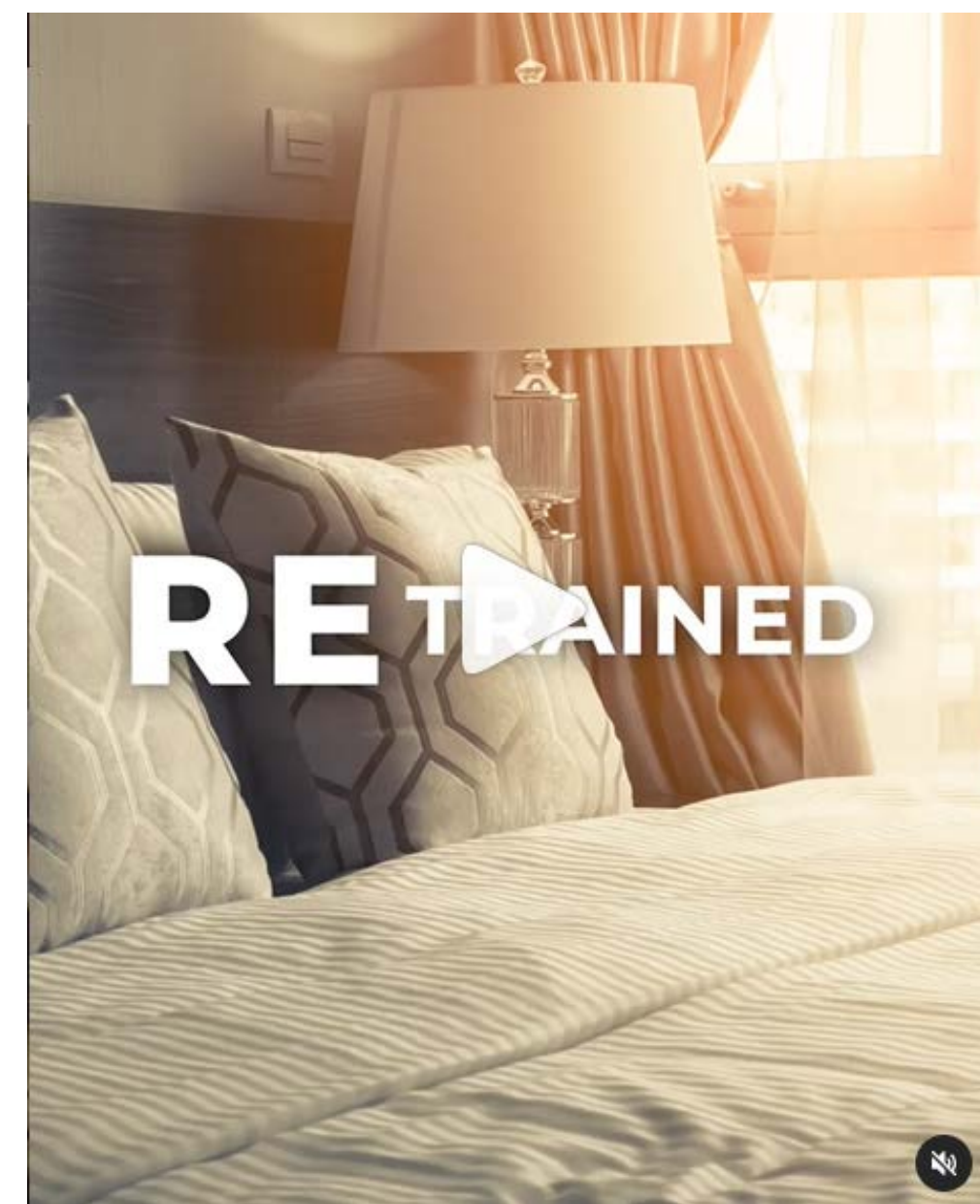
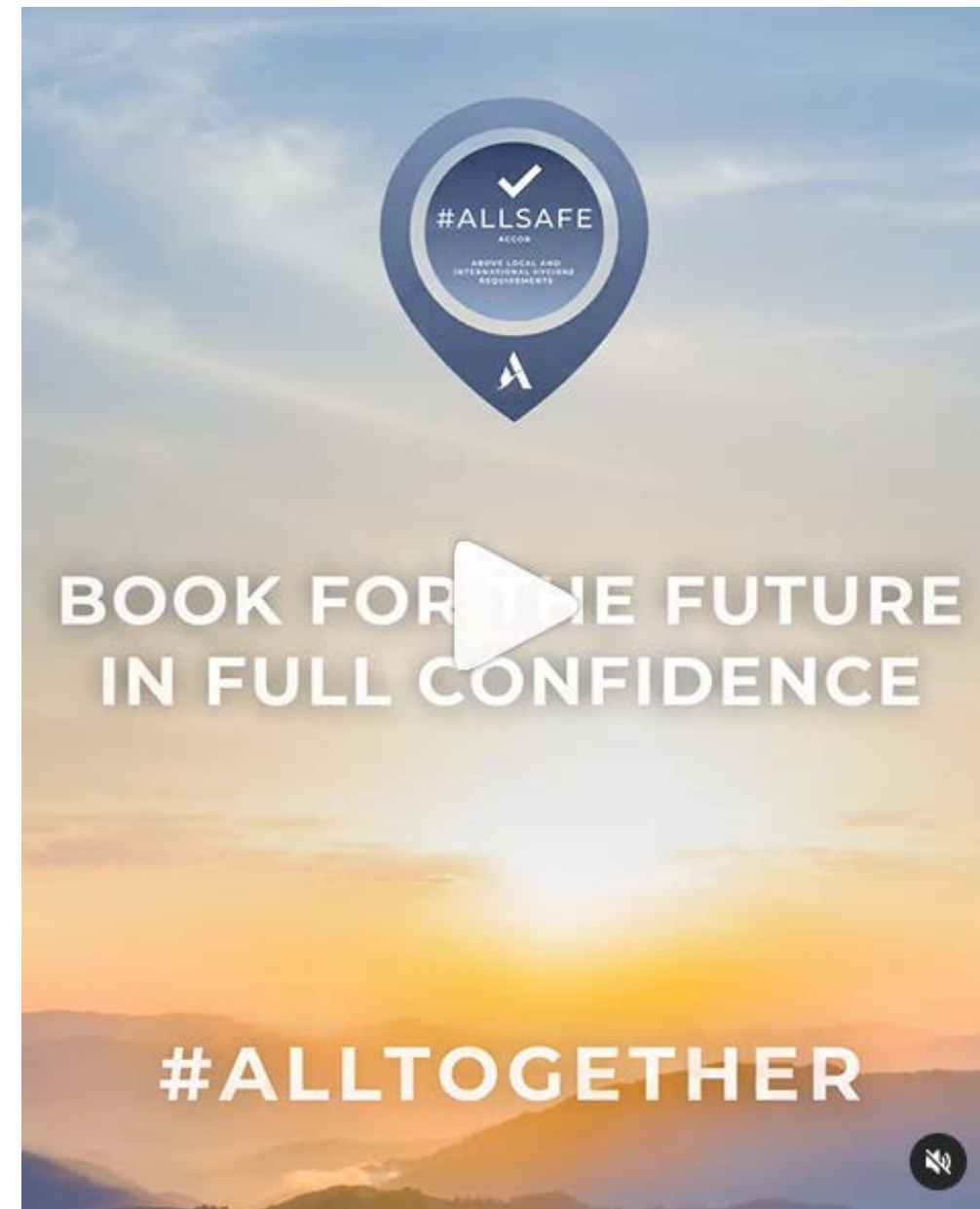
Hilton CleanStay



Sava Hotels in Resorts
HIGIENSKI STANDARD PLUS

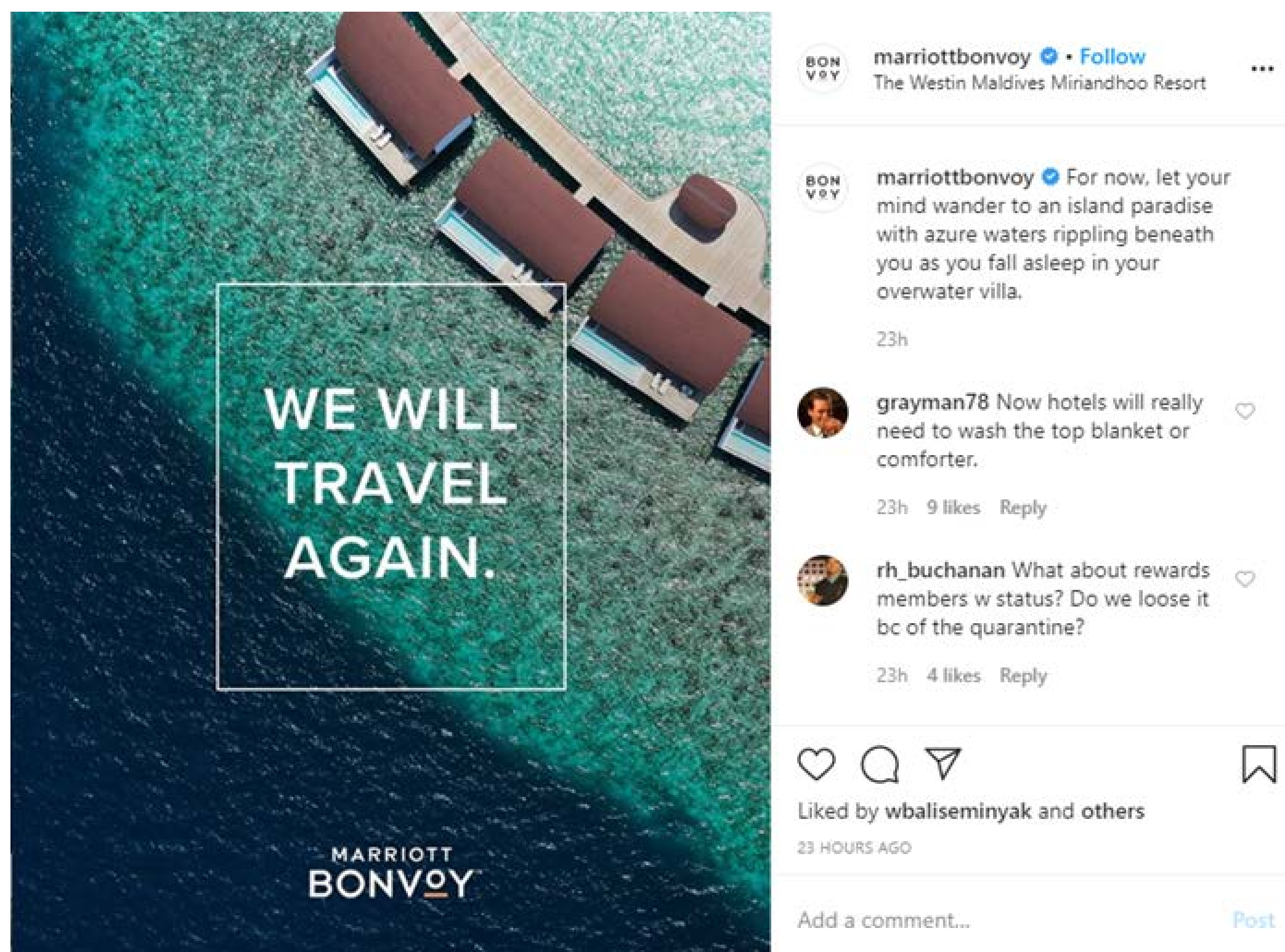
Ohranjamo jezik gostoljubja

Accor



RE-ASSURED travel / taste / experience / ...

Vzporedne kampanje za ohranjanje želje



Pozitivna naravnost

No gym? No problem.

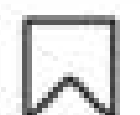
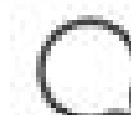


shangrilahotels  • [Follow](#)



shangrilahotels  No gym? No problem. For our followers in need of home workout inspiration, keep moving with a little help from our wellness experts @kerrysportsmanila. A moment of Shangri-La
[#myshangrila](#) [#shangrilamoments](#)
[#shangrilaathome](#)

...



2,168 views

JUNE 24

Obveščanje gostov

Občutek strahu



Občutek ugodja



Ton komunikacije



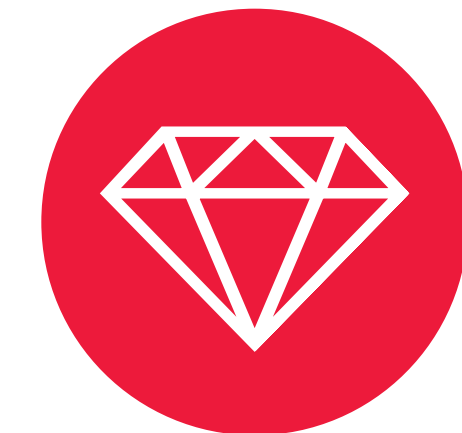
NE alarmiramo



**smo empatični
do gostov**



**podajamo resnične/
uradne informacije,
hkrati ohranjamo jezik
gostoljubja** (vabilo na
koncu, prijazen pozdrav
na začetku)



**ostanemo zvesti
svoji znamki z nekaj
prilagoditvami**



**komuniciramo
prilagoditve**
(fleksibilnost, varnostni
protokoli, gostoljubje)



smo **odkriti do gostov**,
katere storitve nudimo,
kaj lahko pričakujejo na
destinaciji



pokažemo gostom, da
smo poskrbeli zanje
(standardi, certifikati)



vzpostavimo **klicni
center** za dodatna
vprašanja



smo ažurni,
delujemo kot
informacijska točka



STANDARDI VARNOSTI IN HIGIENE

Izobraževanje

Temeljito in redno
izobraževanje zaposlenih

Opozarjanje na navodila
(vsakič, ko opazimo napako)



Omogočiti varno delovno okolje

Zagotoviti ustrezna
delovna sredstva

Zagotoviti OVO



Koristi

Z dodatnim
izobraževanjem
**izboljšamo storitve
in ponudbo
dejavnosti**

Pridobimo
**pogoje za dvig
cene storitev**

Pridobimo
možnost in
sredstva, da
**dvignemo raven
komunikacije
in kategorizacije
dejavnosti**

**Pripadnost
podjetju pride
do izraza**, kar
se da uspešno
diagnosticirati
in ustrezno
nagraditi

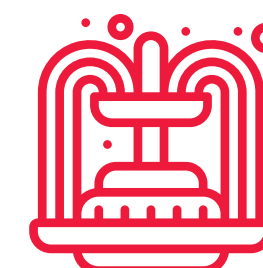
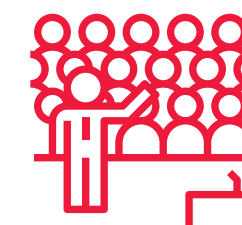
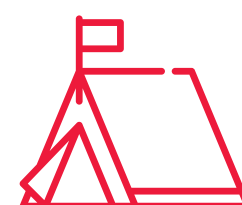
Izzivi

Zaposleni se upirajo navodilom zaradi lastnega prepričanja o Covid-19 (ne obstaja, ni nevaren, ...)

Zaposlene je potrebno **vsakodnevno opozarjati na nošenje maske;** to pripelje do tega, da je nenazadnje potrebna menjava kadra.

Vestnost pri izvajanju navodil s strani vodij in nadrejenih (ključnega pomena je, da nadrejeni upoštevajo in opozarjajo na navodila).

Splošna priporočila za gostitelje storitev

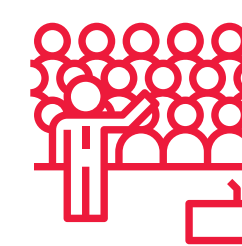
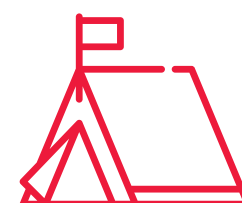


- **Dela samo zdravo osebje, brez simptomov ali znakov akutne okužbe dihal** (povišana telesna temperatura, kašelj, izcedek iz nosu, kihanje, bolečine v žrelu, težko dihanje, bolečine v prsih ...).
- Izvajalci dejavnosti in storitev naj **sledimo priporočilom in izvajamo ukrepe, ki so smiselni za vrsto in obseg dejavnosti**, katere nosilci smo.
- Osebje naj bo redno seznanjeno z načinom izvajanja zaščitnih ukrepov, zaščitnim delovanjem ter planom čiščenja za površine in prostore.
- Osebje naj ves čas zagotavlja **zadostno medosebno razdaljo**, med izvajanjem gostinske dejavnosti pa **največjo možno razdaljo**.
- **Stik med osebjem in gosti naj bo čim manjši** (svetujemo uvedbo rezervacij ter brezstičnega plačevanja ali brezstičnega naročanja hrane in pijače).

Kako narediti plan čiščenja zase?

1. Pripravimo **natančna navodila** za vse zaposlene
2. Pripravimo **plan čiščenja površin** ob določenih urah v dnevu
3. **Briefing z zaposlenimi** opravimo vsak dan pred in po izmeni
4. **Upoštevamo zlata pravila briefinga** (jasnost - učinkovitost (ne več kot 5 min) - pohvala - pomanjkljivost - motivacija)

Splošna priporočila za gostitelje storitev



- Za stalno seznanjanje z ukrepi tako osebja kot gostov svetujemo, da so **kratka navodila za preventivno zaščitno ravnanje** (po potrebi v več jezikih) nameščena na vidnih mestih, vedno pa ob ali po vstopu v objekte / kampe / postajališča / različne objekte zdravilišča.
- Izvajalec storitve naj zagotavlja namestitev podajalnikov za razkužilo.
- Delovna oblačila in tekstil (krpe, prti) naj bodo iz materiala, ki se lahko pere na najmanj 60 °C, v kolikor to ni možno, naj se med pranjem doda sredstvo za dezinfekcijo perila (npr. belilno sredstvo na osnovi natrijevega hipoklorita ali drugo sredstvo za tekstil s podobnim učinkom).
- Za osebje uporabo zaščitne opreme ali fizične zaščite delovnega mesta opredeli specialist medicine dela.
- Uporaba otroških igral je trenutno odsvetovana.

Gostom vlivamo **občutek varnosti**



Kjerkoli se gost giba in kadarkoli ima stik z zaposlenim, mora imeti **občutek, da navodila dosledno izvajamo.**



RESTAVRACIJE, GOSTINSKI LOKALI

Kuhinje





- Striktno upoštevanje **Pravilnika o zdravstvenih zahtevah za osebe, ki pri delu prihajajo v stik z živili (Ur.l.RS št.82/03 in 25/09)**. Poleg ostalih določil navedenega pravilnika naj se upošteva, da **ne delajo, če so bili v stiku z bolnikom, obolelim s COVID-19 v zadnjih 14 dneh ali če prebolevajo akutno okužbo dihal**.
- Zagotavljanje skladnost z **Uredbo 852/2004 o higieni živil**.



Jedilnica, terasa, letni vrt



- V prostorih za goste naj bo nameščenih več **podajalnikov za razkužilo za goste, obvezno pa ob vhodu in izhodu.**
- **Ločen vhod in izhod.**
- **Razpored miz** (pleksi omejevalniki).
- Odstranimo **predmete, ki bi se jih lahko dotikalo več gostov.**
- **Uporabo otroških igral trenutno odsvetujemo.**



- **Odstranimo samopostrežne načine ponudbe.**
V kolikor je vseeno prisotna, **vse nudi strežno osebje.**





- Jedilni pribor naj bo **pripravljen za posameznega gosta** in naj mu bo postrežen na način, ki **onemogoča nezaščiten stik in morebitno onesnaženje**.
- **Preprečevanje zbiranja gostov ob čakanju na storitev** (oznake na tleh, predhodna rezervacija).
- Uporabljeni jedilni pribor in posodo naj izvajalci storitev **čistijo z uporabo rokavic, detergenta za posodo, ki ga tudi sicer uporabljajo, in vroče vode ali pomivalnega stroja**.
- **Po vsakem gostu** naj se **dosledno razkužijo površino mize**, po potrebi pa tudi druge površine, ki se jih gosti pogosto dotikajo. **Odsvetujemo uporabo namiznih prtov**.



- **Odsvetujemo uporabo blazin za stole.**
- Poteka naj **redno razkuževanje površine blagajne, blagajniškega pulta in terminala POS** po vsaki uporabi ter **umivanje ali razkuževanje rok**.
- **Čiščenje lokala z vso opremo poteka vsaj 1 x dnevno**, skladno z Navodili za čiščenje in razkuževanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.
- Zaprte prostore **redno zračimo**, skladno z Navodili za prezračevanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.



Sanitarije



- **Gostje naj sanitarije uporabljajo posamično** oziroma glede na velikost in razporeditev prostorov tako, da je **omogočeno zagotavljanje zadostne medosebne razdalje**. Gostu morajo biti na razpolago **tekoča voda, milo in papirnate brisače za enkratno uporabo**. Sušilnik za roke mora biti izključen. Koši za smeti za osebne odpadke naj imajo pokrove, po možnosti s sistemom za nožno dvigovanje pokrovov.
- **V sanitarijah je priporočljiva uporaba obrazne maske.**



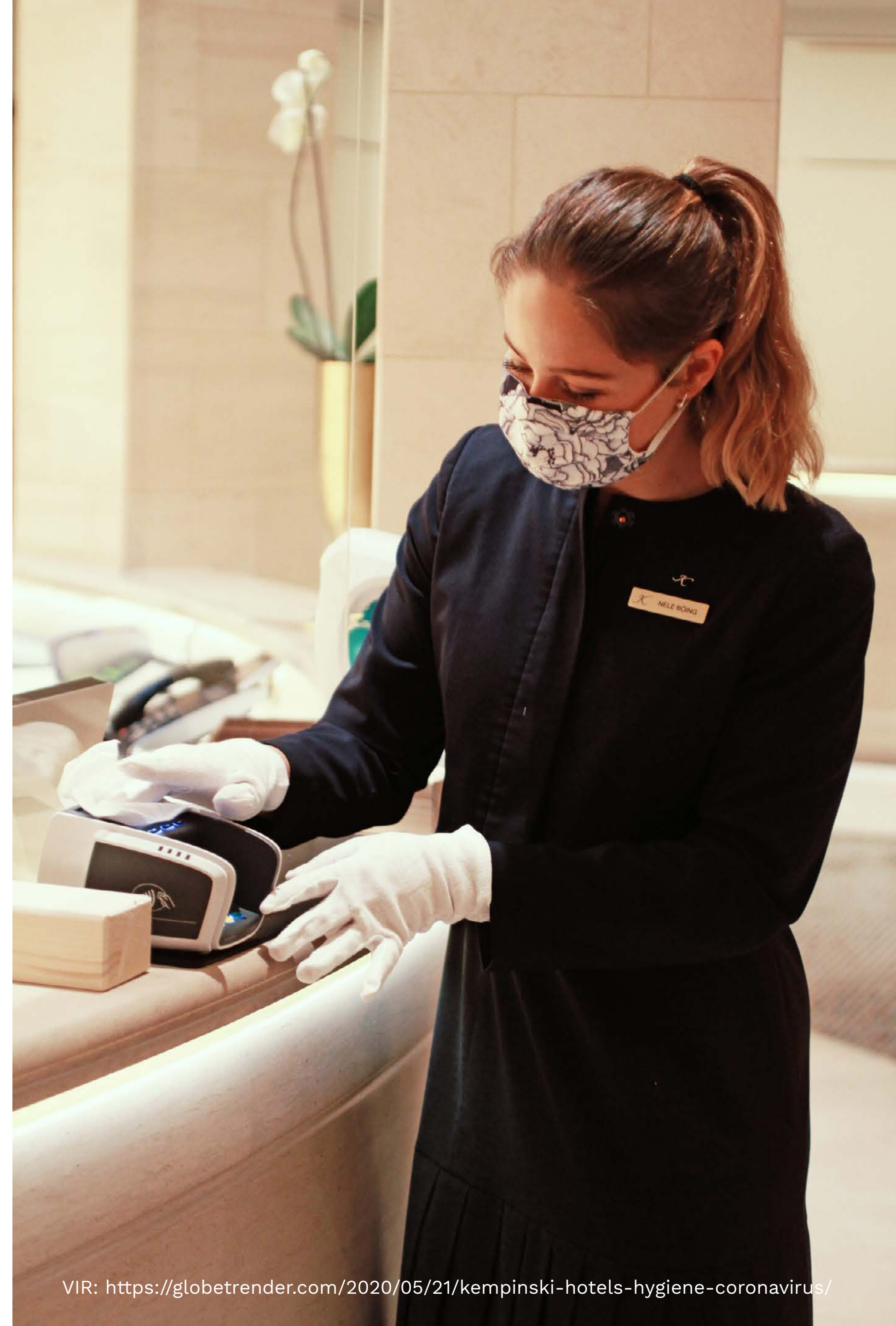
- Izvajalci storitev naj zagotovijo **redno in učinkovito zračenje sanitarij. V primeru mehanskega prezračevanja naj se zrak izmenja le s svežim zunanjim zrakom, brez recirkulacije zraka**, skladno z Navodili za čiščenje in razkuževanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.
- Izvajalci storitev naj zagotovijo **čiščenje in razkuževanje sanitarij vsaj vsako uro oziroma prilagojeno frekvenci obiskov**. Svetujemo, da se pri čiščenju in razkuževanju sanitarij v času novega koronavirusa (SARS-CoV-2) upošteva že ustaljene postopke čiščenja sanitarij in Higienška navodila za uporabo in čiščenje javnih sanitarij v času širjenja bolezni COVID-19.



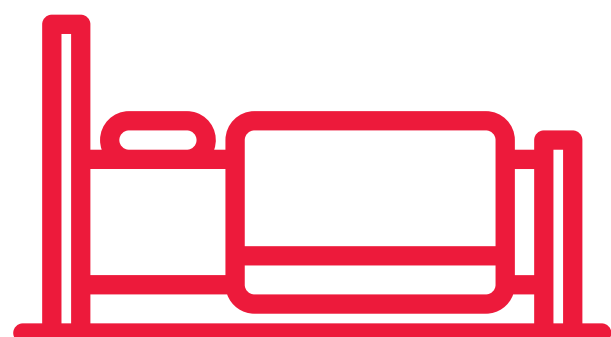
OBRATI Z NASTANITVENIMI ENOTAMI

(hoteli, apartmaji, zasebne sobe,
stanovanja, turistične kmetije
z nastanitvijo, planinske koče ...)

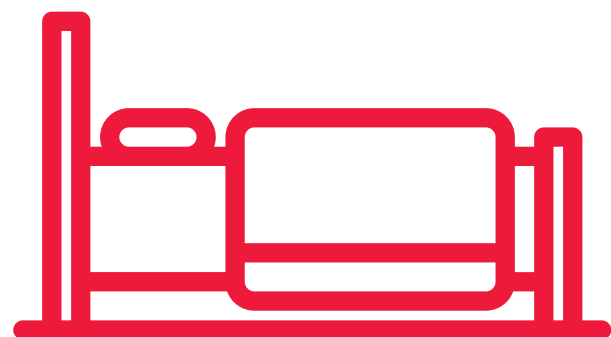
Recepcija



VIR: <https://globetrender.com/2020/05/21/kempinski-hotels-hygiene-coronavirus/>



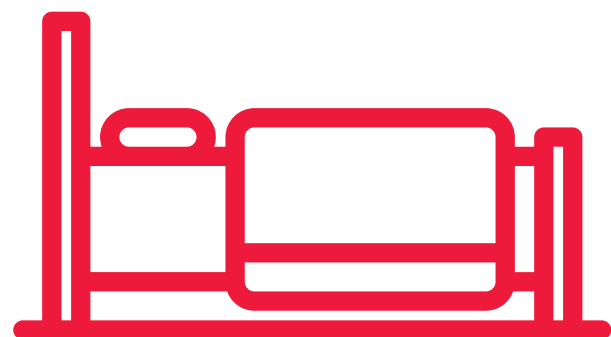
- Na recepciji naj gostje **ohranjajo zadostno medsebojno razdaljo**, za čakajoče naj se uvedejo **talne oznake gibanja ali količki** z omejevalnimi prehodi.
- **Sprejem in odjava gostov naj se po možnosti izvajata ločeno** (drugo delovno mesto).
- Svetujemo, da so gostom na voljo **sredstva za razkuževanje in obrazne maske**.



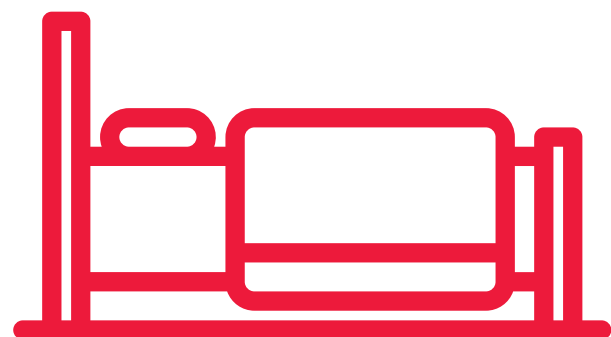
- Roke si je potrebno **razkužiti pred in po dotikanju predmetov, s katerimi rokuje več oseb.** Za goste naj bo na voljo **ločen pisalni pribor, ki se razkuži za vsakim uporabnikom.**
- Izvajalci storitev naj promocijske materiale ponudijo gostom **le na njihovo željo.**
- Po vsakem gostu naj se **razkužijo površine, ki se jih je dotikal.**
- **Zaprti prostori recepcije naj se redno in pogosto zračijo,** skladno z Navodili za prezračevanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.

Nastanitvene enote (soba)

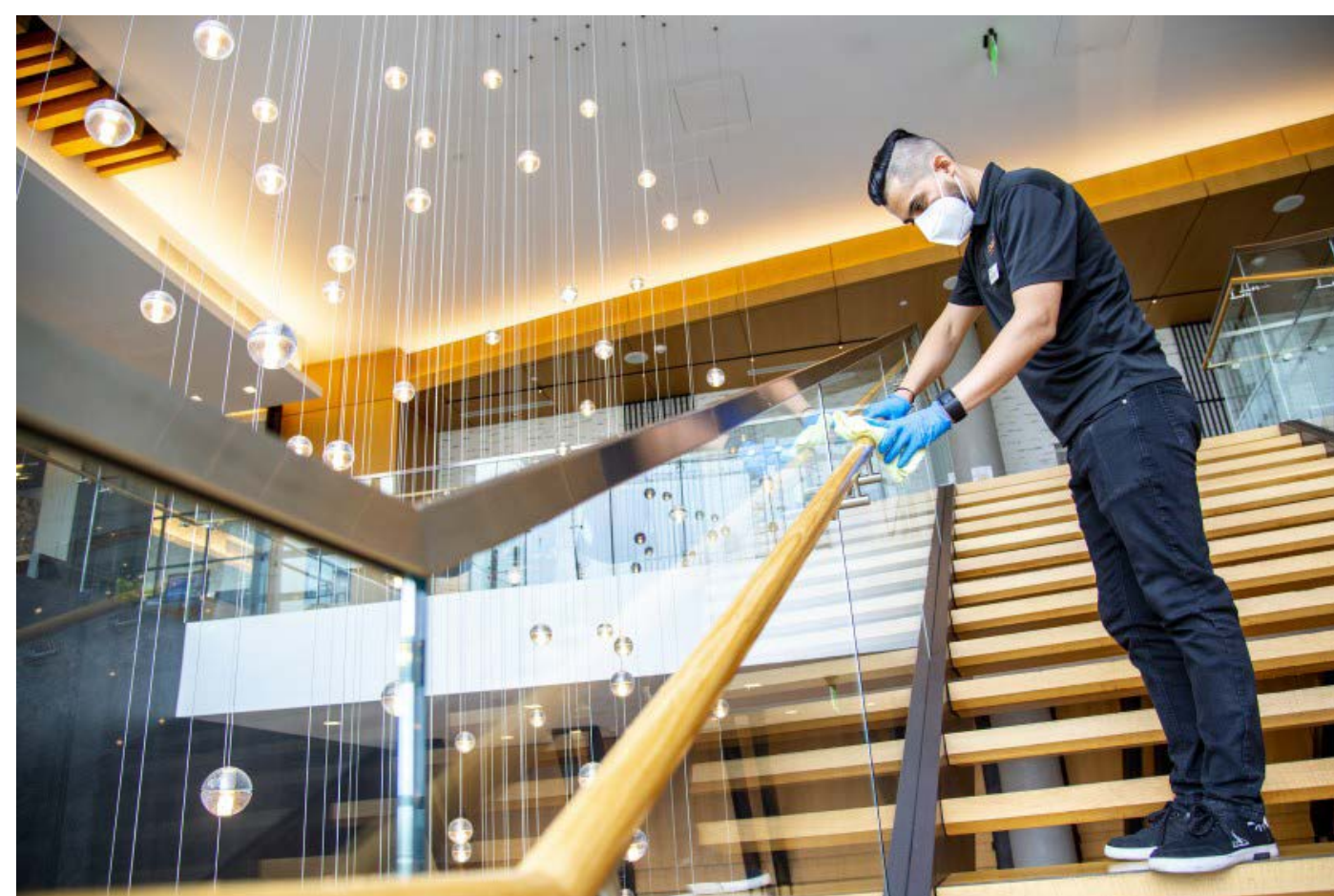




- V nastanitvenih **enotah z več posteljami** so lahko le **gosti iz istega gospodinjstva** ali **gosti, ki potujejo skupaj** in so že sicer v tesnem stiku.
- **Tekstilni dekorativni elementi na oblazinjenem pohištvu in postelji se odstranijo** (blazine, trakovi, posteljna pregrinjala...).
- Pred oddajo nastanitvene enote mora biti ta **očiščena in razkužena** smiselno po Navodilih za čiščenje in razkuževanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.
- V primeru večdnevnega bivanja gosta v nastanitveni enoti je možno, da **osebje dnevno čiščenje opravi le, če gost to izrecno želi**.



- Pri čiščenju več nastanitvenih enot je treba biti **pozoren na možnost prenosa virusa z onesnaženimi oblačili ali zaščitno opremo osebja iz ene nastanitvene enote v drugo.**
- Svetujemo, da postopke čiščenja prilagodite na način, da bo tak prenos onemogočen (npr. uporaba zaščitnih oblek/predpasnikov za enkratno uporabo, vsakokratna menjava zaščitnih oblek, ipd.).



10 najpogostejših površin dotika v sobi

POSEBNA POZORNOST PRI RAZKUŽEVANJU.



Vir: Povzeto po Hilton CleanStay

1. STIKALA IN SVETILA

Luči, svetilke in stikala.

2. KLJUKE IN ROČAJI

Vrata, omare, predali, pohištveni ročaji.

3. KOPALNIŠKE POVRŠINE

WC školjka, kotliček, ročaji, pipe, umivalnik, tuš/kad.

4. NADZORNE PLOŠČE KLIMATSKIH NAPRAV

5. TELEFONI, DALJINSKI UPRAVLJALNIKI

Telefonske slušalke in tipke, daljinec za TV.

6. POSTELJA & POSTELJINA

Posteljina, odeje, prevleke za blazine in rjuhe.

7. KOPALNIŠKA OPREMA

Milniki, toaletne potrebščine in sušilnik za lase.

8. POVRŠINA OPREME

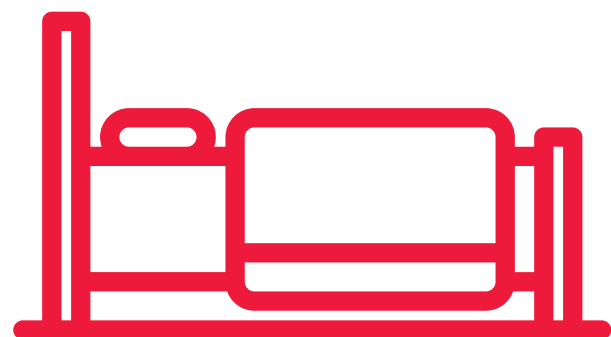
Mize, pisalne mize in nočne omarice.

9. DODATNA OPREMA V SOBI

Likalnik in sef.

10. HRANA IN PIJAČA V SOBI

Jedilni pribor, kozarci, mini bar/hladilnik, grelnik vode ip.



- Poseben poudarek mora osebje zagotavljati **čiščenju in razkuževanju predmetov, ki se jih dotakne veliko število rok** (npr. stopniščna ograja, stikala, ročaji, držaji, kljuke, tipke v dvigalu).
- **Prostori naj bodo redno prezračeni**, skladno z Navodili za prezračevanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.

IZKUŠNJE GOSTOV: PRIHAJA DO VELIKE SPREMEMBE

HOTEL SOP IN PROTOKOL DOBRODOŠLICE

Zelo pomembni koraki za zagotovitev varnosti in za ohranjanje poslovanja.

VARNOST IN SKRB

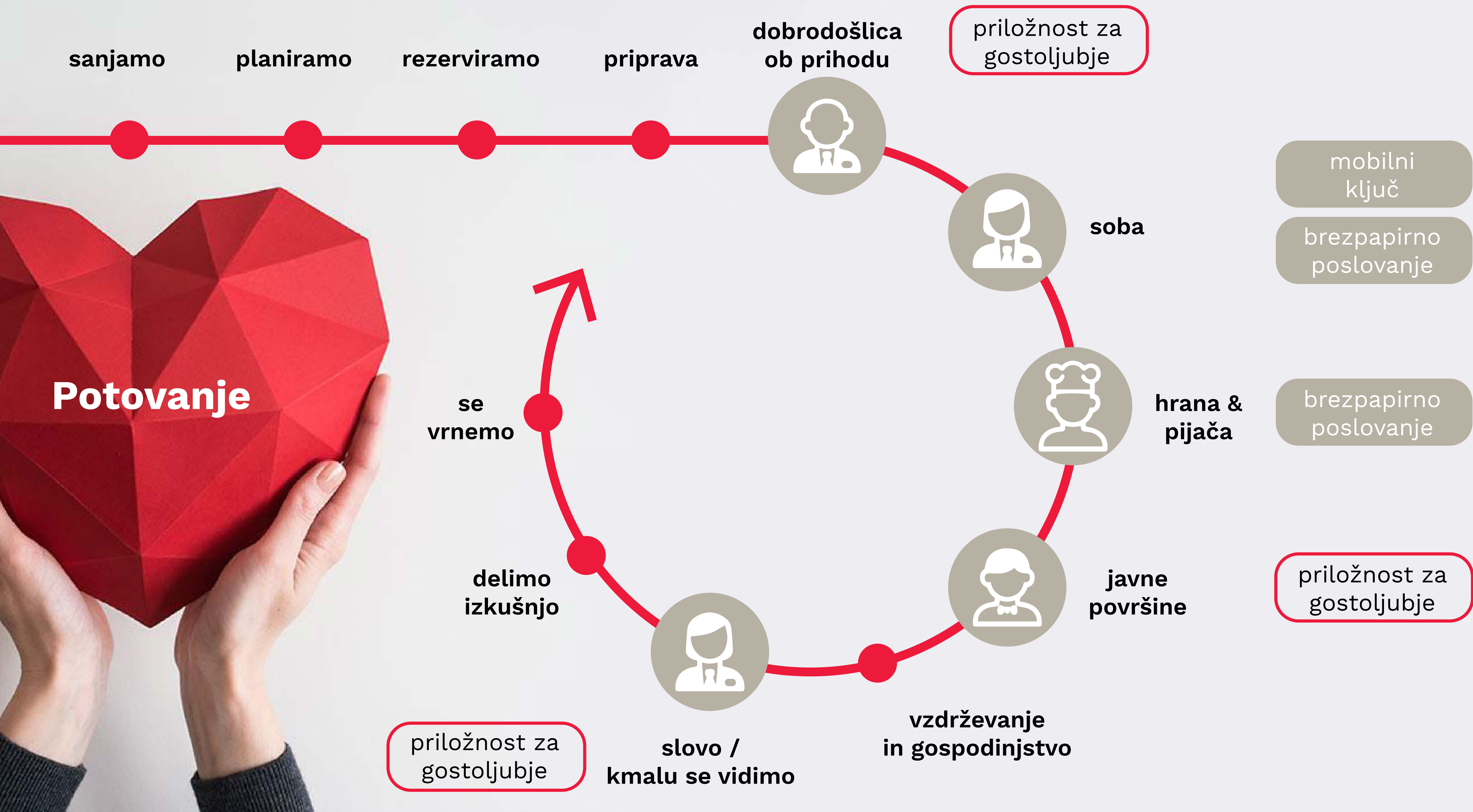
Mednarodni, nacionalni, lokalni in/ali lasten certifikata.

DIGITALNO POTOVANJE GOSTOV

Brezstične rešitve za obravnavanje vedenja gosta na vsakem koraku njegovega potovanja: od prihoda, dostopa do sobe, plačila, naročanja in odhoda.

KREPITEV GOSTOLJUBJA

Izkušnje in človeška povezanost
Priložnost za ponovno povezavo z gosti
Vzpostavitev drugačnih tipičnih poti





Nova vloga gostitelja

Gostitelj je nekdo, ki pozna vse procese dela in ima toliko izkušenj dela z gosti, da je sposoben prepoznati gostove potrebe, še preden gost o njih spregovori.

- **Poznavanje** vseh procesov dela je ključno za uspešno koordinacijo naročenih storitev.
- **Intuitivno prepoznavanje** gostovih potreb je pomembno, kadar z gostom komuniciramo kratek čas ali 'na daljavo'
- **Poznavanje tujih jezikov** je pomembno, da gostu učinkovito predajamo informacije in navodila

Nikoli ne smemo pozabiti, da je **naše glavno poslanstvo, da se gost pri nas počuti udobno in da je zanj poskrbljeno**, saj samo zadovoljen gost ponovno pride k nam in nam nameni visoko oceno.



**KAKOVOST IN
BUTIČNOST PONUDBE**

**Vrhunska
vinorodna dežela**



**Kakovostni
prehranski
proizvodi**



Vir: Tri lučke



Vir: Vina Posavja

Ohranjena narava



Vir: Tri lučke

**Posebna
doživetja
gastronomije
in kulture**

**Gradovi posavja in
kulturna dediščina**



**Ponudniki znamke
okusiti Posavje**

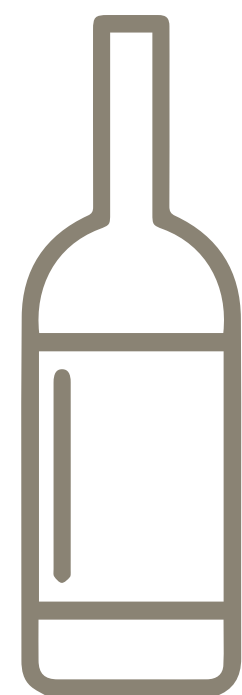


Vir: Facebook Gostilne Repovž



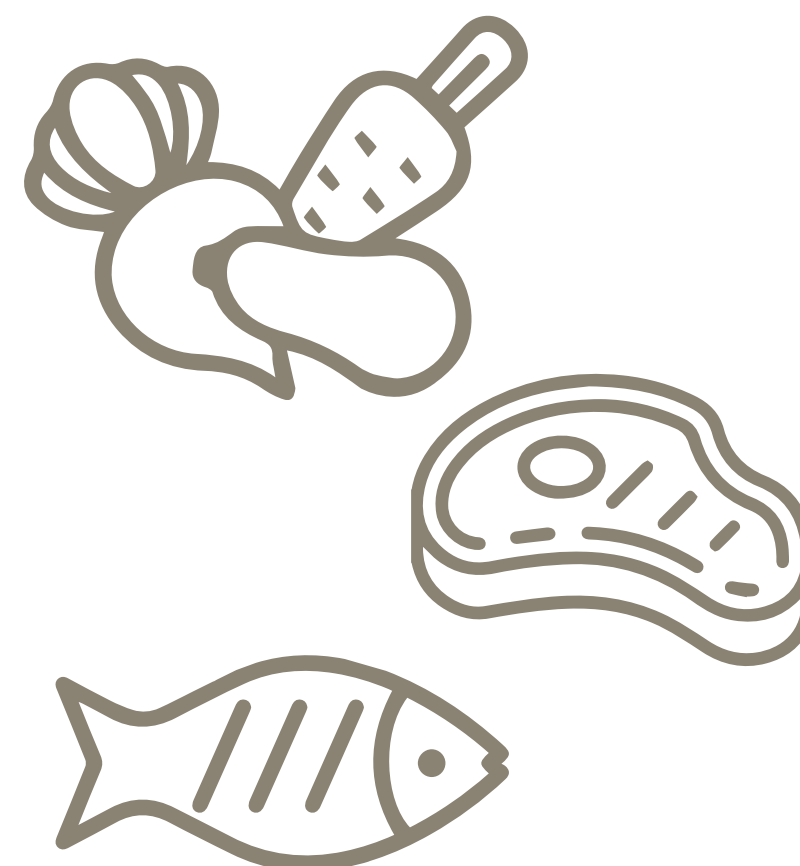
gradovi

največja skupina
gradov Slovenije



vina

Istenič,
oče slovenskih
penin
nagrajena vina
in penine



gastronomija

Ošterija Debeluh
Michelinov krožnik,
JRE in CDR

Gostilna Repovž
Bib Gourmand in JRE
Izpostavljenost
v Gault & Millau
(med najboljšimi
restavracijami in
najboljši sommelier)



kulturni turizem

kulturna krajina
in dediščina,
enogastronomija,
življenjski slog

**Zahtevni gostje danes iščejo butično,
originalno, lokalno, pristno, trajnostno
in edinstveno izkušnjo, ki je drugje
ni mogoče izkusiti**



Posavje in preskok
v prepoznavnosti terroirja

Preskok v kakovosti in butičnosti

1. **Na ravni celotne destinacije**, ki za prepoznavnost potrebuje povezano in kakovostno ponudbo
2. **Na ravni posameznih segmentov ponudbe** (vrhunska doživetja)
3. **Na ravni ponudnikov** (vrhunska ponudba storitev)
4. **Na ravni proizvodov** (zaščita in standardizacija)



Vir: Facebook Gostilne Repovž

Vrhunske restavracije in chefi



Vir: Facebook Klet Krško

Vrhunski vinarji

Edinstveni dogodki in doživetja na gradovih



Vrhunski proizvajalci in predelovalci



Vir: Kmetija Grobelnik



**Krepitev ugleda in ponudbe prepoznavne
vinske in gastronomske destinacije**

Razvite vinske destinacije Slovenije in Evrope

Kras
teran



Chablis
chardonnay



**desni breg/
Bordeaux**
merlot



Šampanja
šampanjec



A scenic landscape of a Slovenian village. In the foreground, a calm lake reflects the sky and the buildings. The middle ground features a cluster of houses with red-tiled roofs and two churches with spires. Behind the village, a green hill rises, topped by a large, white, multi-story castle with a red roof. The background shows more green hills under a bright blue sky with scattered white clouds.

**Krepitev ugleda, vsebin in dogodkov
prepoznavne grajske destinacije**





**Krepitev
identitete**

**Krepitev
standardizacije**

**Krepitev
gostoljubja**

IDENTITETA

- Avtohtona vina
- Modra frankinja
- Vrhunske penine
- Gradovi

STANDARDIZACIJA

- Standardi ponudbe
- Standardi posameznega vina
- Standardi prehranskega proizvoda
- Certifikati in zaščita

GOSTOLJUBJE

- Osebni stik in toplina
- Profesionalnost
- Personalizacija
- Preseganje pričakovanj

**Vzpostavitev prepoznavnega
skupnega produkta**

KRASPASS PREMIUM





**povezovanje
in medsebojna pomoč**



**promocijska digitalna
kampanja mreže**

slovenski trg, bližnje
pokrajine Italije in Avstrije

KRAS
PAS
GOURMET

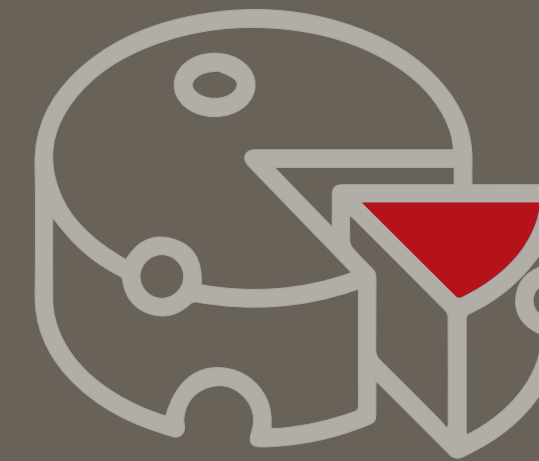
4 sklopi ponudbe



Degustacija
v vinskih
kleteh



Degustacija
suhih
mesnin



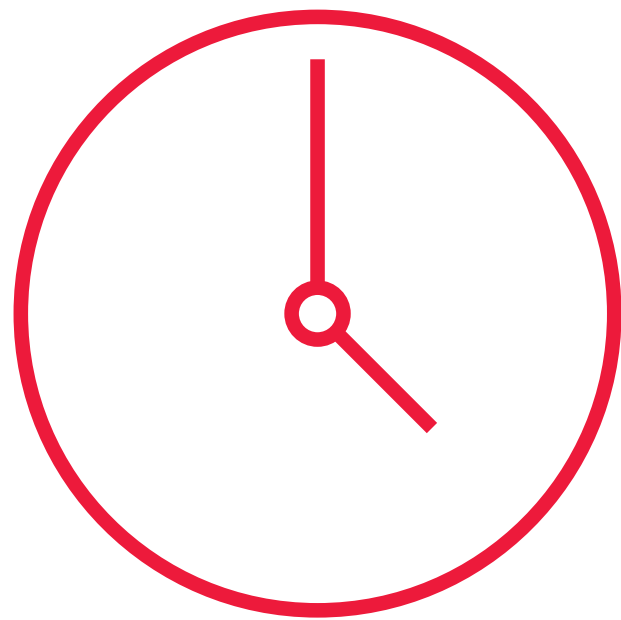
Doživetja
lokalnih
dobrot



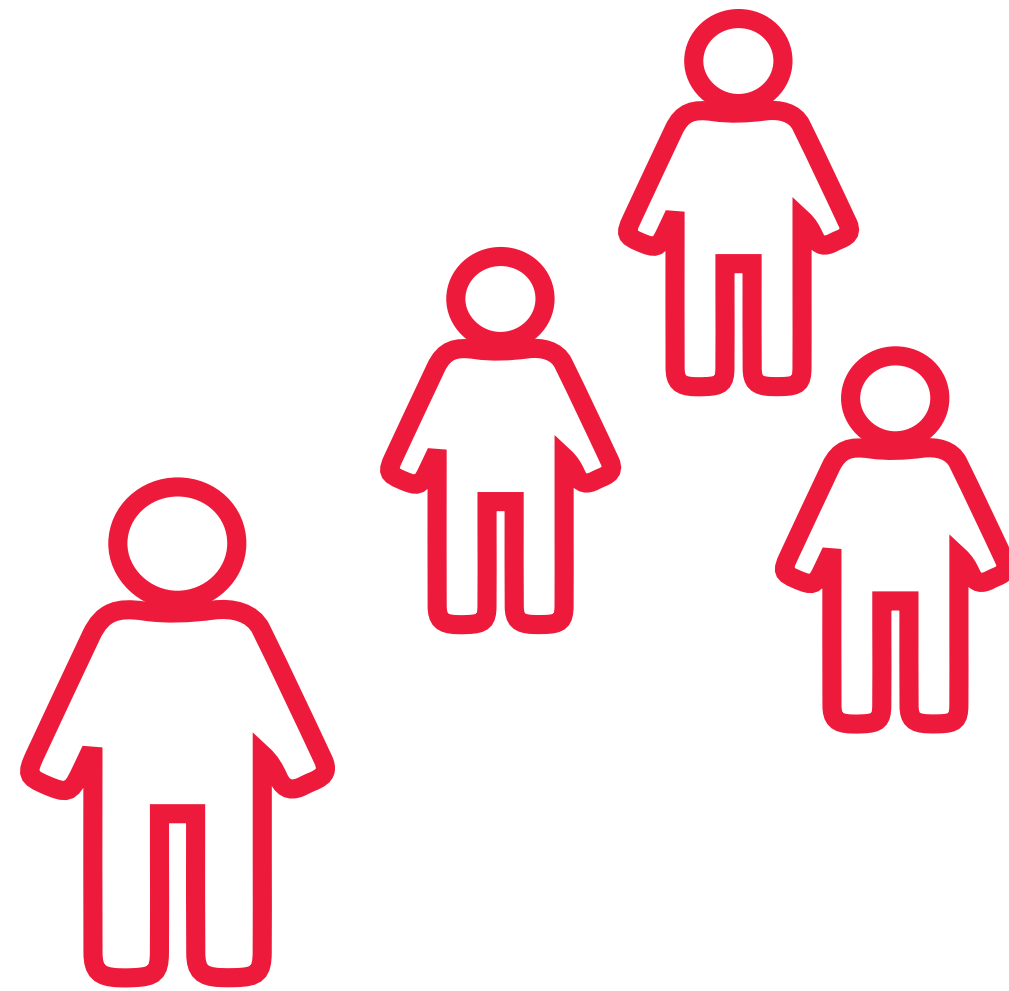
Doživetje
kamna

Kras:

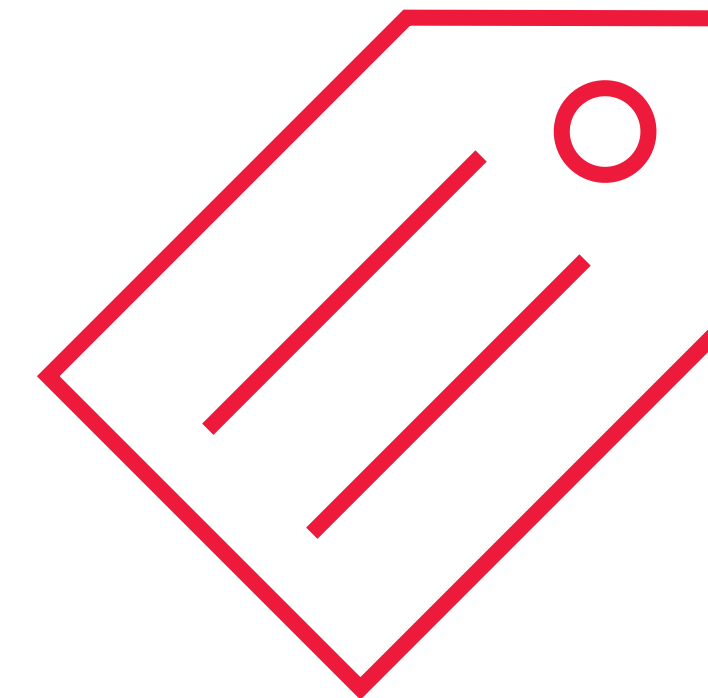
doživljajsko-kulinarična destinacija



Redna ponudbo
kulinaričnih doživetij
za individualne goste

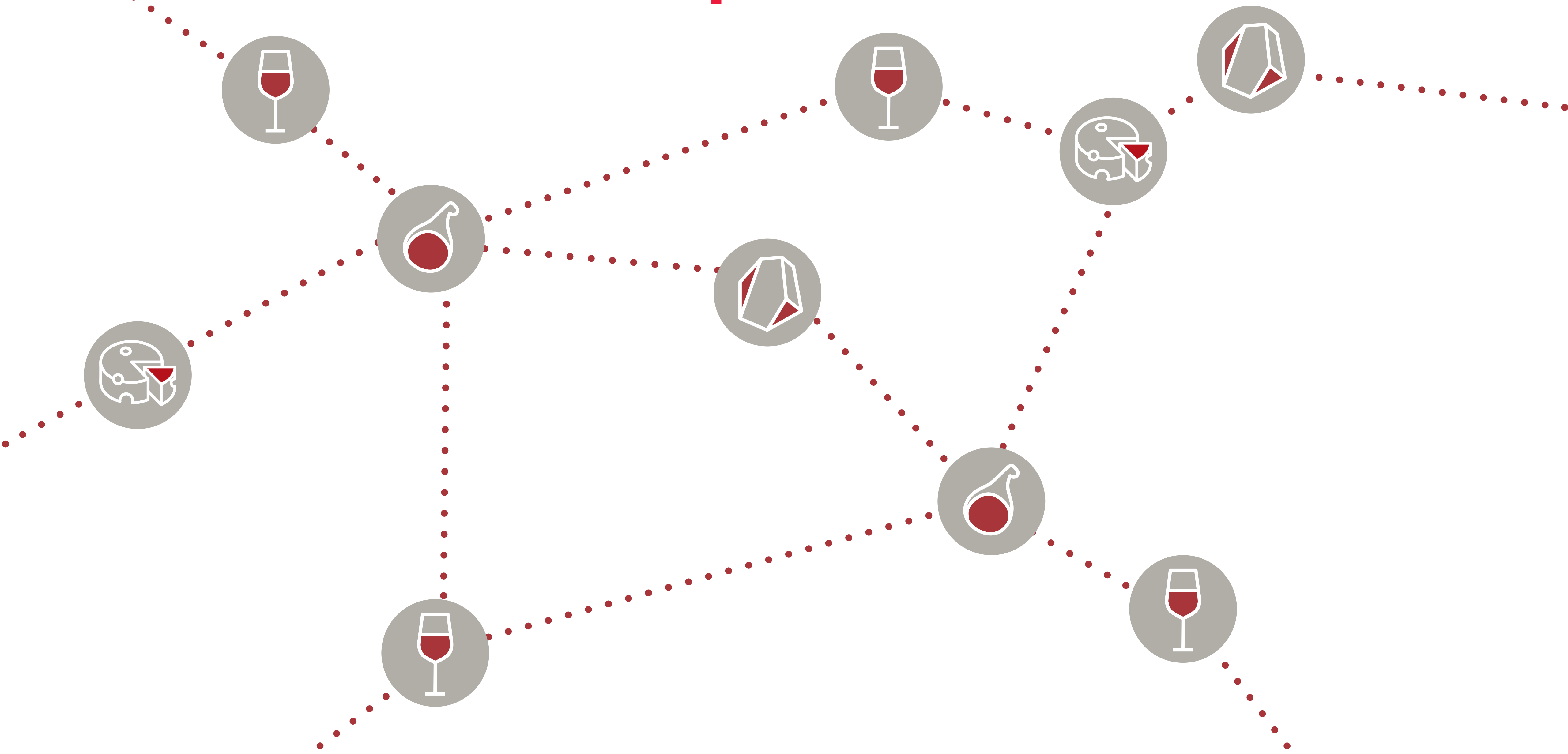


Degustacije z
dodanim doživetjem



Cenovno poenoteni
segmenti ponudbe

Mreža ponudnikov



**Oblikovanje redne kulinarčno–doživljajske
ponudbe Krasa KRASPASS GOURMET, ki je
z razvejeno mrežo ponudnikov v času visoke
sezone za goste **na voljo vsak dan v tednu.****

Na ta način utrjujemo pozicijo

Krasa kot destinacije za gurmane.

KrasPass Gourmet

Mreža
ponudnikov
za vse dni
v tednu

Inovacija:
Začetek
degustacij
3x dnevno,
ob 11ih, 16ih
in 18ih.

Kratkoročni cilj

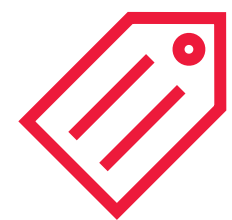
- = vzpostavitev mreže
- = dostopnost
ponudbe za goste
vsak dan v tednu
- = priprava 4 sklopov
ponudbe
- = promocijska
kampanja

Dolgoročni cilj

- = skupna vstopnica za
različna doživetja
- = poenotena ponudba
- = terenski obiski in
študijske ture
- = digitalizacija
- = prodajne točke

KRASPASS GOURMET

hrana in pijača, ki
izpolnjuje kriterije Gourmet
(t.j. starano vino, nagrajeno
vino, zorjen pršut),
degustacija z ogledom



24 eur



do 60 minut

GOURMET VINSKA DEGUSTACIJA

- Voden ogled kleti
- 3 vzorci nagrajenih, staranih, posebnih vin (3 x 0,5dl)
- Narezek: mesnine in sir (50g), zelenjava ali druge specialitete (npr. olje, kis, med) (20g), kruh ali grisini

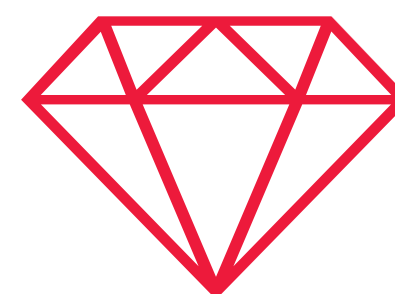
GOURMET DEGUSTACIJA SUHIH MESNIN

- Voden ogled kmetije z animacijo
- 2 vrsti mesnin višje kakovosti, 2 vrsti plemenitega sira (100g)
- Zelenjava ali druge specialitete (npr. olje, kis, med) (30g)
- Kruh ali grisini
- 2 kozarca hišnega vina

POSAVJE – GRAJSKO



GRAJSKO VINO –
URADNO VINO



GRAJSKA
DOŽIVETJA



GRAJSKE
POJEDINE
PRI GOSTINCIH



GRAJSKE
DEGUSTACIJE
PRI VINARJIH



GRAJSKI
PROIZVODI Z
USTREZNO ZAŠČITO



GRAJSKE TURE
(DEDIŠČINA + VINO +
GASTRONOMIJA)



Grajsko vino



Grajska pojedina

Hvala