



»COVID 19 IN TURIZEM«

ČAS JE ZA NOVA PARTNERSTVA IN NOVE POSLOVNE MODELE

Turizem je sredi ene največjih kriz v zadnjih 100 letih. Države in letališča se zapirajo, vrstijo se množične odpovedi rezervacij, prisoten je vsesplošen strah. Svetovna turistična organizacija napoveduje med 20% in 40% upad potovanj v letu 2020 ter zmanjšanje zaposlitvev v turističnem sektorju. Okrevanje naj bi trajalo od 6 do 8 mesecev, vsaj 2 leti bomo potrebovali, da ujamemo številke pred pričetkom pandemije. V okrepljeni obliki se ponavlja scenarij, ki smo mu v 21. stoletju priča že četrtič. Prvič 11. septembra leta 2001, ob izbruhu Sarsa 2003 in globalni finančni krizi leta 2009. **In prav na podlagi teh izkušenj lahko z gotovostjo trdimo, da bo turizem med prvimi prispeval k hitrejšemu okrevanju gospodarstva takoj po umiritvi razmer.**

V teh dneh ni lahko, posebej so na udaru veliki hoteli in ponudniki turističnih storitev, ki se izvajajo kot družinski posel. Naenkrat ostati brez vseh prihodkov pomeni velik eksistenčni izziv. Vlada sprejema ukrepe, ki po vrsti rešujejo najprej zdravstveno, nato finančno ter končno gospodarsko krizo. Slednja se bo po umiritvi pandemije šele pričela in bo povzročila zaposlitveni krč. Trenutne aktivnosti vlade in Evropske unije gredo v smeri blažitve negativnih učinkov preko razpršitve posledic med vse deležnike. S krizo se soočamo odgovorno in proaktivno.

Kako se lahko **nosilci turističnega gospodarstva** čim bolje pripravimo na ponovni zagon povpraševanja, ki ga lahko pričakujemo takoj po odpravi omejitev gibanja?

Zgodba SLOVENIJE bo ostala enaka: Zelena, butična destinacija za 5* doživetja.

KLJUČNI PRODUKTI bodo tudi v prihodnje outdoor, zdravilišča in kongresni turizem s povezovalno temo gastronomije!

Pri razvoju produktov in promociji bomo tako na nacionalni kot destinacijski ravni še bolj dosledno sledili načelom: **Zeleno, digitalno, personalizirano, inovativno in povezano!**

V nadaljevanju vam poujamo nekaj koristnih namigov za ohranitev kondicije, ki ne terjajo finančnih investicij, le premišljen pristop in čas, ki ga imamo trenutno na razpolago.

1. Najprej si pripravimo NAČRT AKTIVNOSTI. Znan angleški rek namreč pravi »Failing to plan is planing to fail!« Z dobrim planiranjem lahko učinkovito omilimo negativne posledice.
2. Preglejmo naše obstoječe KOMUNIKACIJSKE POTI in jih optimizirajmo. Spletna stran, FB, Instagram, blogi, Google my business,.. Spoznajmo nove priložnosti ON- LINE trženja preko uporabe Paid Adds, Google display Adds, .. Izboljšamo besedila, naložimo sveže fotografije, bodimo AKTIVNI- naj ciljna javnost ve, da smo še tu, v pričakovanju ponovnega druženja.
3. POMIRIMO naše goste, s katerimi ohranjamo stik. Pošljimo jim kak utrinek, izrazimo veselje ob misli na ponovni obisk. Pandemija bo kmalu mimo!
4. Preglejmo REZULTATE POSLOVANJA PRED KRIZO in optimizirajmo poslovne modele. Katere storitve prinašajo največ k poslovanju, katere stroške lahko minimiziramo, katere vrste promocije so se izkazale za uspešne, kateri gostje so najboljši potrošniki.
5. Razmišljajmo, kako bi lahko NADGRADILI PONUDBO, po čem so povpraševali obiskovalci, kaj lahko ponudimo bolj izvirnega, avtentičnega, kako lahko sledimo viziji trajnostnega turizma?



6. Čas je za nova partnerstva, POVEŽIMO SE S KONKURENCO in ostalimi DELEŽNIKI TURIZMA V DESTINACIJI in REGIJI. Ustvarimo ON-line skupine in izmenjajmo izkušnje, stiske in ideje, kako naprej. Vsi smo na isti ladji, skupaj smo močnejši in bomo hitreje kos izzivom.
7. Vključujemo se v WEBINARJE, informirajmo se, prisluhnimo namigom stroke.
8. Ne ustavimo KOMUNIKACIJE. Uporabljamo ON-LINE oglaševanje, socialna omrežja, bodimo pozitivni. Potovanja in načrtovanja izletov so povezana s ČUSTVI- sedaj potrebujemo zaupanje, da bo kmalu boljše. Ponudimo ga gostom in tega ne bodo pozabili!
9. Spremenimo POLITIKO REZERVACIJ! Ponudimo možnost BREZPLAČNIH ODPOVEDI, 100% vračila v primeru odpovedi do nekaj dni pred prihodom, dodajmo možnost PLAČILA na DAN PRIHODA.
10. NE NIŽAJMO CEN! Raje ponudimo dodatne storitve za isto ceno- »Extra VALUE« za goste.
11. Ne pritiskajmo na želje po odpovedi, ne zadržujmo za vsako ceno AVANSOV.
12. Razmišljamo »out of the box«, ponudimo DARILNE KARTICE za vikend pakete ali POGOSTITVE z neomejenim časom koriščenja. Ponudimo popust na ZGODNJE REZERVACIJE.
13. V eksterni komunikaciji PROMOVIRAJMO celotno lokalno skupnost, vse domače ponudnike, proizvajalce, kmete, obrtnike.
14. S partnerji v destinaciji oblikujemo NOVE PRODUKTE, splet povezanih storitev in jih skupaj promovirajmo preko socialnih omrežij.
15. Ohranjajmo zavedanje o naši BLAGOVNI ZNAMKI, ljudem, ki so doma ponudimo LEPE ZGODBE, NAMIGE za IZLETE, ki si jih bodo zaželeli takoj po odpravi omejitev gibanja.
16. Bodimo AVTENTIČNI. Sledimo zakonitostim VSEBINSKEGA MARKETINGA, delimo ZGODBE.

In končno- PRILAGODIMO SE, kot smo se znali vedno doslej. To ni prva in zagotovo tudi ne zadnja kriza, ki jo bomo presegli. Ljudje si bomo takoj po odpravi omejitev bolj kot kadarkoli prej želeli zamenjati okolje, obiskati varne destinacije, kjer bomo lahko ponovno zaužili svobodo. Med prvimi bodo pozitivnih učinkov deležni gostinci in atrakcije, takoj zatem ponudniki razpršenih nastanitev na podeželju, več bo individualnih popotnikov. V prihodnjem letu lahko pričakujemo nadpovprečen obisk SLOVENSkih GOSTOV in gostov iz sosednjih držav, od koder se bodo lahko pripeljali z avtomobili, v želji po odkrivanju lepote naše zares lepe, zelene in varne dežele.

V destinaciji Miren Kras jih bomo pričakali pripravljeni, boljši in močnejši!

Ter bogatejši za novo **promocijsko brošuro destinacije Miren Kras**, **image brošuro KRASA** in novo **knjigo receptov jedi iz špargljev**, v poklon našemu najbolj prepoznavnemu pridelku!

Našo zavezanost zeleni viziji in trajnostnemu razvoju, ki bosta v prihodnje najpomembnejši merili pri izbiri destinacij oddiha, gostom sporočamo s prijaznimi **ZELENIMI NAVODILI za obisk Miren Krasa** na vstopni strani www.mirenkra.si. Vabljeni, da jih preberete tudi vi.

Vaša ekipa

Turizem Miren-Kostanjevica