



# **COVID-19**

## **AKCIJSKI NAČRT**



**Bela krajina**

SRČNIH LJUDI

April 2020

## UVODOMA

Že nekaj časa je jasno, da je situacija, ki jo je prinesla epidemija COVID-19 nekaj novega, nikoli poprej videnega. Kljub temu, da je spopadanje s korona virusom zdravstveno, politično, socialno in gospodarsko vprašanje ima vedno isti odgovor – proti virusu in njegovim posledicam se lahko borimo le skupaj.

Od začetka izbruha epidemije spremljamo ne le potek dogodkov, temveč tudi strokovne smernice, priporočila, webinarje in ostale vsebine, ki so nam do sedaj omogočile, da smo si ustvarili bazo znanja, ki vam ga lahko posredujemo v strnjeni obliki. Ne glede na to, da je situacija dinamična in hitro spremenljiva, smo zbrali podatke, ki vam lahko pomagajo oblikovati vašo strategijo za prihodnost kot tudi smernice sprotnega delovanja.

Vsekakor je zdaj pravi čas za strateško razmišljanje, za prenovo, spremembe in nove poti. Tukaj smo za vas, da jih raziskujemo in oblikujemo skupaj. Zdaj je prava priložnost, da destinacijo Bela krajina spravimo v nove, nam bolj primerne tirnice butičnega, zelenega turizma, usmerjenega k individualnemu gostu in prilagojenega potrebam zahtevnejših gostov.

V dani situaciji ima Bela krajina nekoliko prednosti pred ostalimi, saj je turizem v veliki meri že sedaj temelji na domačih gostih. Zdaj je čas, da se vam obrestuje vlaganje v odnose, ki ste jih skozi pretekla leta gradili s svojimi gosti. Turizem je hitro odzivna panoga, ki velikokrat spreminja svoje poslovne modele v skladu s trenutnimi trendi, zato bo novo realnost morda sprejel lažje kot druge gospodarske panoge in se ji tudi hitreje prilagodil.

Kmalu lahko pričakujemo obdobje postopnega zagona turistične dejavnosti, ki pa bo vsaj še nekaj časa v znamenju varnostnih ukrepov. Še naprej bomo spremljali ukrepe in navodila ter vas o njih obveščali kot destinacija.

## DESTINACIJA

### BELA

### KRAJINA

#### RIC BELA KRAJINA

TEL:+386 (0) 7 305 65 30

FAX:+386 (0) 7 305 65 31

E-MAIL:

info@ric-belakrajina.si

#### ZAVOD METLIKA

TEL:+386 (0) 40 798 993

E-MAIL:

info@zavodmetlika.si

#### KC SEMIČ – TIC SEMIČ

TEL:+386 (0) 7 356 52 00

GSM: +386 (0) 40 625 148

E-MAIL:

tic@kc-semic.si

Prednost skupnega vodenja destinacije je ravno v tem, da se v skupni nabor znanja stekajo informacije vseh treh javnih zavodov, ki delujemo na področju turizma v Beli krajini.

Stopiti moramo skupaj in prepričati turiste, da v Beli krajini vidijo tisto, kar vidimo mi – mirno naravno okolje, kjer lahko gost uživa v izjemni gastronomski ponudbi in številnih individualnih aktivnostih.

direktorica Zavoda za turizem, kulturo, šport in  
mladino Metlika

Marjetka Pezdirc, PhD



*"Sredi poljan si in  
poješ mi pesem  
zeleno vso,  
pesem vetra in vej in  
trave in sonca na  
travi"*  
Oton Župančič  
Duma





## Najbolj pomembno je mnenje vaših gostov

Veliko gostov bo letos dopustovalo bližje doma zaradi strahu pred samo boleznijo, odpovedmi letov in rezervacij ter zaradi bojazni, da bi se ob ponovnem razmahu epidemije no mogli vrniti domov. Česar si turisti trenutno najbolj želijo sta mir in varnost.

Trenutna predvidevanja o trajanju posledic trenutne krize na turizmu so med 6 in 18 mesecev, zato je zdaj čas, da pripravite načrt delovanja.

### **PREKINITI Z OGLAŠEVANJEM?**

Mnenja strokovnjakov so deljena. Nekateri turizem smatrajo kot stvar čustvene odločitve in smiselnost prenehanja oglaševanja utemeljujejo s tem, da v času vsesplošne previdnosti in strahu v turizmu nimamo česa prodajati. Drugi menijo, da je oglaševanje sedaj bolj pomembno kot kadarkoli poprej. Če povzamemo najbolj smiselne poudarke obeh stališč, pa pridemo do ugotovitve, da je z oglaševanjem vsekakor smiselno nadaljevati, vendar naj bo vsebinsko prilagojeno situaciji.

Vaše oglaševanje naj bo usmerjeno v razumevanje gostov in zagotavljanje, da jim boste prišli čim bolj nasproti. To lahko storite tako, da jim na primer olajšate postopek odpovedi rezervacij, dokler se situacija ne stabilizira. Razmislite lahko o dodatnih korakih, ki jih kot ponudnik lahko nudite v sklopu svoje dejavnosti

Če bi se odločili spregledati ali zanemariti skrbi vaših strank, bi jim s tem sporočali, da vam zanje ni mar, kar bi vam lahko povzročilo bolj dolgotrajno škodo kot COVID-19.

# OGLAŠEVALSKE STRATEGIJE MED PANDEMIJO

---

- **GRADITE SVOJO ZNAMKO**

---

Namenite več pozornosti komunikaciji z gosti

Komunicirajte! Bodite proaktivni in oblikujete vsebine, s katerimi boste nagovarjali goste tako, da boste izkazali razumevanje do njihove zaskrbljenosti in hkrati vzdrževali stik z njimi, kajti prav ta bo ključen pri njihovi odločitvi kje dopustovati po koncu krize. Poskrbite za hitro odzivnost na morebitna vprašanja in komentarje. Stik z gostom prek družbenih omrežij je v tem trenutku bistven.

*#DontCancelPostpone*

*#SaveTourism*

*#belakrajina*

Pomislite, kaj lahko gostom ponudite v smislu drobnih pozornosti ali dodatnih uslug, ki niso vštete v ceno.

Bodite razumevajoči in prilagodljivi, saj boste s tem gradili dober odnos s strankami. Tudi če tokrat odpovedo rezervacijo, si bodo zapomnili vaš odnos do njih in se vrnil k vam, ko bo mogoče.

---

- **POKAŽITE RAZUMEVANJE DO SVOJIH GOSTOV**

---

Izkoristite prednosti družbenih omrežij

Vzpostavite Facebook skupino za krizno obdobje in svoje stranke sprti obveščajte. Izkoristite tudi možnost Facebook Live, kjer se lahko potencialni gosti z vami pogovorijo v živo. Poudarite, da ste na voljo za vprašanja in zagotovite hitro odzivnost na vsa vprašanja in komentarje.

Ne pozabite, ljudje imajo v času samo-izolacije več časa za družbena omrežja in za načrtovanje, kam se bodo odpravili po koncu kriznih ukrepov.

---

- **PROMOVIRAJTE LOKALNI TURIZEM IN POMAGAJTE SVOJI SKUPNOSTI**

---

Ne pozabite na goste iz same destinacije in razmislite o produktih, ki jih lahko razvijete zanje (pikniki v naravi, dostava hrane, pijače, vinska tura, pohod z nabiranjem zelišč in kulinarično delavnico...). Sodelujte z lokalnimi ponudniki in se med sabo povežite.

Nemalo ljudi bo iz strahu pred potovanji to sezono ostalo doma. Spodbujajte domačine k odkrivanju destinacije.

---

- **POVEŽITE SE Z DRUGIMI PONUDNIKI**

---

Skupaj smo močnejši. Povežite se med seboj:

najdite skupne točke,

izmenjujte izkušnje,

ustvarjajte skupne produkte

združite ponudbo.

---

- **NAČRTUJTE SEZONO 2021**

---

Ta del promocije je tisti, ki lahko že letos bolj suvereno nagovarja tudi tuje trge. Tujim gostom ponudite rezervacije za prihodnje leto. Dopust marsikdo, posebno v tem času, načrtuje veliko vnaprej. Vključite ponudbo paketov, nudite namige o ostali ponudbi v destinaciji. Če vam primanjkuje informacij za vsebine, se obrnite na kateregakoli od javnih zavodov, ki sodelujemo v vodenju destinacije Bela krajina. Z veseljem vam bomo pomagali.

Pri načrtovanju prihodnje sezone izpostavite gastronomijo Bele krajine in se povežite s ponudniki kulinarčne, vinske ponudbe ter lokalne proizvajalce, četudi to morebiti ni vaša primarna dejavnost. Tisti, ki tovrstno ponudbo imate, se povežite med sabo in oblikujte skupne produkte.



Hrana + vino + aktivnosti v naravi + nastanitev

Izkoristite čas krize za pripravo bogatih vsebin (zgodbe, blogi, video in foto), ki bodo potencialnim gostom predstavile raznolikost belokranjske ponudbe. Ustvarite vsebine, ki bodo navdušile, navdahnile in zabavale posameznike, ki trenutno lahko le raziskujejo turistično ponudbo za prihodnje leto. Ponudite jim vsebine, ki jim bodo čim bolj olajšale načrtovanje epskega post-pandemičnega dopusta.

ZIK Črnomelj, v sodelovanju z vsemi tremi belokranjskimi občinami in javnimi zavodi, ki delujejo na področju turizma, ravno sedaj izvaja izobraževalni program »Turistični vodnik turističnega območja Bele krajine«, prek katerega bomo v destinaciji dobili dodatne kakovostne vodnike, s katerimi se boste lahko povezali pri kreiranju svojih doživetij.

## • **POUDAREK NA INDIVIDUALNIH DOŽIVETJIH**

Zdaj je idealna priložnost za Belo krajino, da se, kot izhaja tudi iz same strategije razvoja turizma, kot destinacija preusmeri v bolj individualizirano ponudbo, ponudbo za družine, manjše skupine, pare, celo posameznike.

Kot destinacija potrebujemo več tovrstne ponudbe, ki pa naj ima tudi temu primerno ceno. Poskušajte oblikovati produkte, ki vam bodo omogočali, da se gostom čim bolj individualno posvetite. Tudi tukaj je bistven vidik sodelovanje z ostalimi ponudniki v občini, ki vam lahko omogoči oblikovanje celovitega doživetja za še tako zahtevnega gosta.

Pri oblikovanju novih produktov vam bodo v pomoč smernice dostopne na strani RIC Bela krajina:


[https://ric-belakrajina.si/site/assets/files/1227/smernice\\_za\\_razvoj\\_ponudbe\\_bela\\_krajina.pdf](https://ric-belakrajina.si/site/assets/files/1227/smernice_za_razvoj_ponudbe_bela_krajina.pdf)

in druge informacije, vključno s celotno grafično podobo destinacije:

<https://ric-belakrajina.si/sl/razvoj-turizma/>

Ob sprostitvi osamitvenih ukrepov lahko pričakujete tudi nova izobraževanja in jezikovne tečaje, o čemer vas bomo pravočasno obvestili.

Do takrat pa pogumno in optimistično načrtujmo novo poglavje belokranjskega turizma!



*"Poješ; in pisanih rut so vesele  
tvoje oči,  
zdravih, rjavih lic in  
bisernobelega smeha,  
kretenj oglatih in hoje nerodne  
in kmečkih zadreg"*

Oton Župančič  
Duma

Pripravil:



Zavod za turizem, kulturo,  
šport in mladino Metlika