

I FEEL
SLOVENIA

STO 2020-2021

PROGRAM DELA STO

TERMALNA PANONSKA SLOVENIJA

Mag. Maja Pak, Slovenska turistična organizacija

Laško, 28. maj 2019



I FEEL
SLOVENIA

STO 2020-2021

PROGRAM DELA STO

MEDITERANSKA & KRAŠKA SLOVENIJA

Mag. Maja Pak, Slovenska turistična organizacija

Planina nad Ajdovščino, 28. maj 2019

I FEEL
SLOVENIA

STO 2020-2021

PROGRAM DELA STO

ALPSKA SLOVENIJA

Mag. Maja Pak, Slovenska turistična organizacija
Brdo pri Kranju, 30. maj 2019

I FEEL
SLOVENIA

STO 2020-2021

PROGRAM DELA STO

LJUBLJANA & OSREDNJA SLOVENIJA

Mag. Maja Pak, Slovenska turistična organizacija

Ljubljana, 31. maj 2019

SKLOP 1 – uvodni del

01 Pot do 4 mrd EUR: ključni strateški trženjski poudarki za 2020 in 2021

02 Zelena butična Slovenija – kako butičnost razume trg in ali smo pripravljeni na realizacijo

03 Ključni projekti po sektorjih:

3.1 VDM za maksimalni ROI

3.2 B2B komunikacija prihodnosti

3.3 Podatki so nova valuta – aktivirajmo vrednost

04 Razprava, podprta z orodjem Sli.do



SKLOP 2 – aktivnosti po trgih

05 Podrobneje o aktivnostih po trgih 2020/2021

5.1 Italija: Aljoša Ota

5.2 Nemčija: Rebeka Kumer Bizjak

5.3 Avstrija: Jan Ciglenečki

5.3 Drugi evropski, prekomorski in perspektivni trgi: mag. Karmen Novarlič



RAZPRAVA, PODPRTA Z ORODJEM SLI.DO

Naši današnji CILJI

1. Na osnovi predstavljenega strateškega okvira in predloga aktivnosti (krovno in po trgih) pridobiti **vaš fidbek** na osnovni program (predloge, konsenz)
2. Skozi usklajevanje doseči čim večje **sinergije** med krovno in destinacijsko/produktno/ponudbeno ravtnjo





01 ZA VSEBINSKI UVOD

TOP 5 TRŽENJSKIH TRENDOV

I FEEL
SLOVENIA

#1

TOP UPORABNIŠKA IZKUŠNJA

KAJ DANES ŠTEJE:
CUX, CUX, CUX

I FEEL
SLOVENIA

#2

NOVO
RAZUMEVNAJE
LUKSUZA

AVTENTIČNO, LOKALNO, OSEBNO, EDINSTVENO...



#3

AVTENTIČNA & TEMATSKA DOŽIVETJA

1. Hočejo biti del kulture
2. Se najti
3. Se razlikovati
4. Biti aktivni – nekaj početi
5. Vse to deliti

ŠE POSEBEJ ZA MILENIJCE (A NE SAMO) SO
DOŽIVETJA SMISEL ŽIVLJENJA IN POTOVANJ

I FEEL
SLOVENIA

#4

PERSONALIZACIJA

VSEBIN & INFORMACIJ

I FEEL
SLOVENIA

#5

ZGODBA, VSEBINA, VIZUALI

BREZ NJIH NE GRE
= NAJ ONI OPRAVIJO TEŽKO DELO



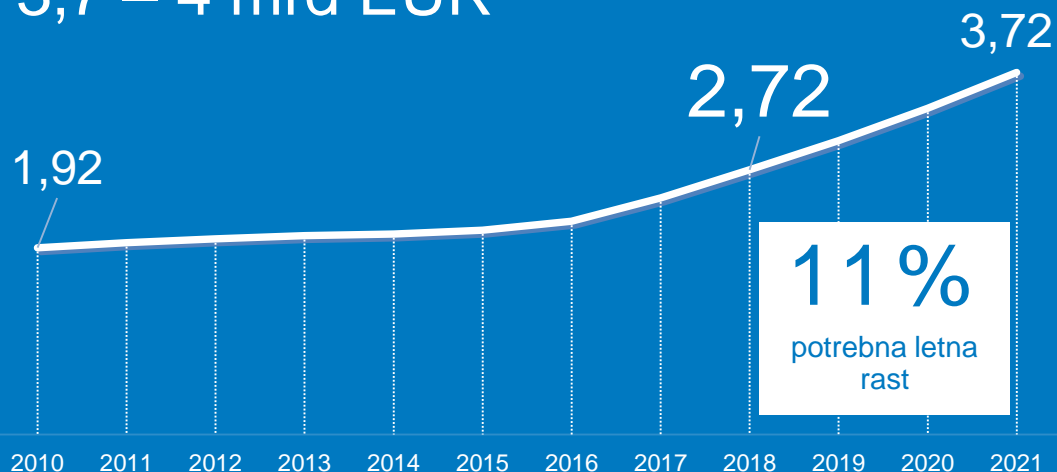
02 STATISTIKA

KAJ NAM POVEDO ŠTEVILKE

URESNIČEVANJE STRATEŠKIH CILJEV DO 2021

VREDNOST IZVOZA POTOVANJ 2021:

3,7 – 4 mrd EUR



CILJI 2021

PRIHODI:

5,0 - 5,5 mio



PRENOČITVE:

16 - 18 mio



PDB

3,1 – 3,4 dni

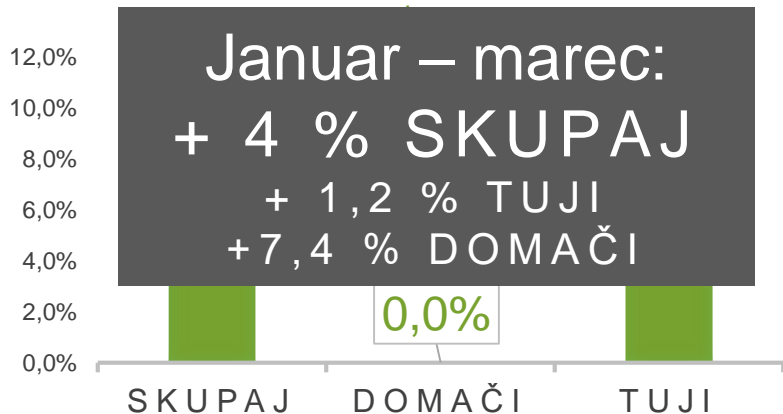
UMIRJANJE RASTI MEDNARODNIH PRIHODOV

Napoved za Evropo 2019 - 2020: rast 3 - 4%

TEMELJNA STATISTIKA

za leto 2018 in prve 3 mesece 2019

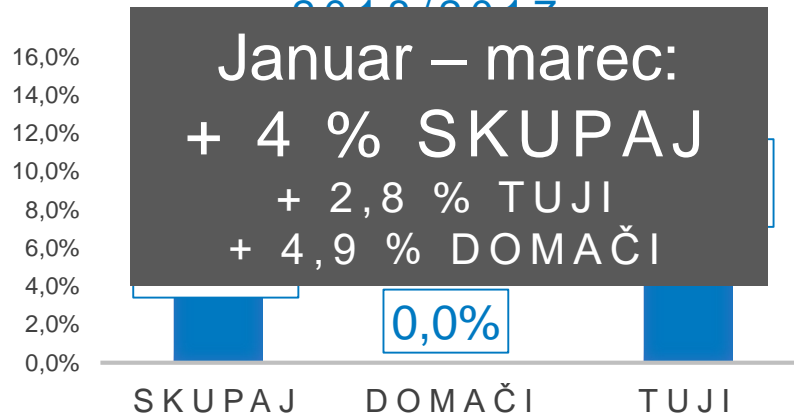
RAST PRIHODOV



PRIHODI
5.933.266

Vir: SURS in
Banka Slovenije

RAST PRENOČITEV

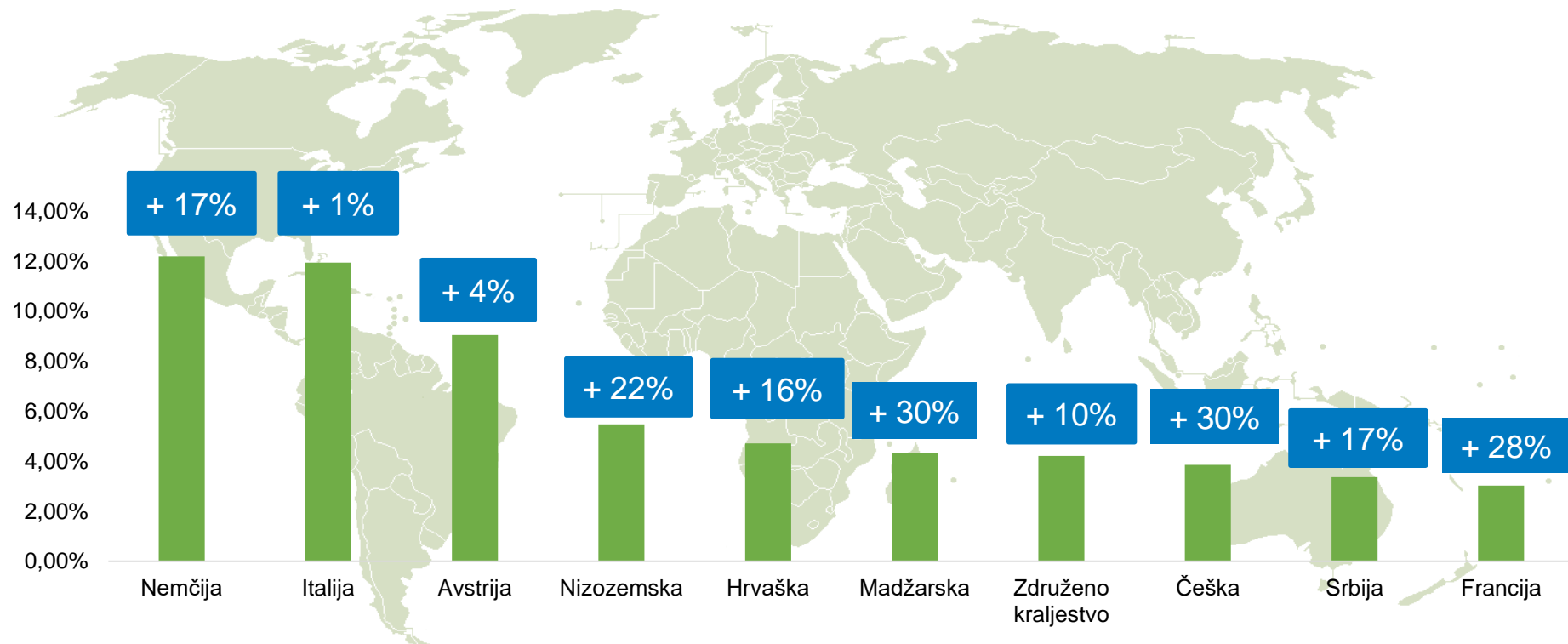


PRENOČITVE
15.694.705

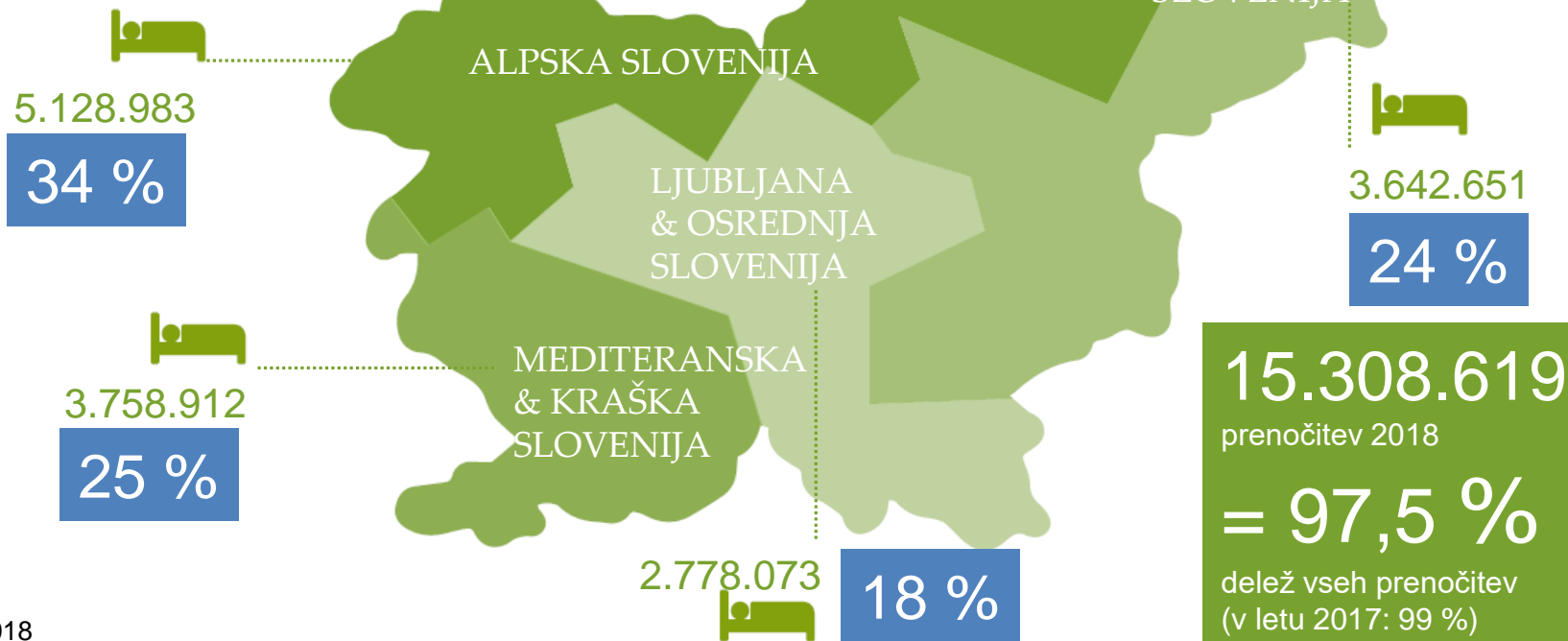
Delež tuje
71 %

VREDNOST IZVOZA POTOVANJ januar – marec 2019:
485 mio € = + 3,5 %

TOP 10 TRGOV – DELEŽ PRENOČITEV 2018 *in* RAST 2018/2017



PRENOČITVE VODILNIH DESTINACIJ PO MAKRO DESTINACIJAH *za leto 2018*



4 SEZONE SLOVENIJE

POVPREČJE PRENOČITEV 2013-2018



POLETJE

Junij – avgust

43 %

Delež tuje
prenočitve

46 %



JESEN

September – november

21 %

Delež tuje
prenočitve

21 %



ZIMA

December – februar

17 %

Delež tuje
prenočitve

14 %



POMLAD

Marec – maj

20 %

Delež tuje
prenočitve

19 %



03 IZZIVI & PRILOŽNOSTI

KATERE IZZIVE MORAMO NASLAVLJATI,
KJE VIDIMO PRILOŽNOSTI

An aerial photograph of a peninsula with a large, organized vineyard. The sun is low on the horizon, casting a warm, golden glow over the scene. The water is a deep blue-green. There are some buildings and trees on the peninsula.

I FEEL
SLOVENIA

#1

PREKOMERNI TURIZEM

POTREBA PO USMERJANJU TOKOV
(ČASOVNO & GEOGRAFSKO)

IZZIV: Potreba po novih produktih izven sezone in na manj znanih destinacijah; potreba po novi infrastrukturi

I FEEL
SLOVENIA

#2

NAPOVEDI UNWTO,
WTTC, ETC

RAST SE UMIRJA

IZZIV: Krepitev trajnostnih rešitev in nišnega trženja
ter večji fokus na razvoj in management

DMO >>> DMMO

IZZIV: Zaradi povečanih rasti in pritiskov na kakovost izkušnje izjemno pomembne temeljne razvojne funkcije destinacijskega managementa. Tudi od ponudnikov se pričakuje več fokusa na izkušnji, doživetju in kakovosti storitev.

NUJNA POTREBA PO
RE-FOKUSU

OD MARKETINGA K MANAGEMENTU

I FEEL
SLOVENIA

#4

TEHNOLOŠKO INOVIRANJE

IN PAMETNA UPORABA
PODATKOV

IZZIV: Kako podatke uporabiti za izboljšanje *revenue & reputation* managementa, v podporo marketinškim aktivnostim in uporabniški izkušnji

I FEEL
SLOVENIA

#5

IZZIV: Kako v prihodnje vidimo
uspeh – kako ga merimo?
Kaj želimo doseči in za koga?

TRAJNOSTNO & LOKALNO &
KORISTI ZA LOKALNO OKOLJE (LJUDJE IN PODJETJA)

KAKOVOST OKOLJA & ŽIVLJENJA „LIVEABILITY“



04 TRŽENJSKI MODEL

4 TEMELJNI ELEMENTI

FORMULA TRAJNOSTNEGA MARKETINGA

1.

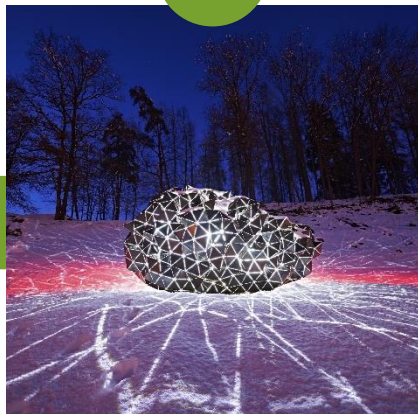


VIZIJA

Slovenija je zelena butična destinacija za 5-zvezdična doživetja.



2.



CILJI & FOKUSI

Trajnostna rast, višja dodana vrednost in izboljšanje vrednostnih kazalnikov: 4 mrd €.



3.

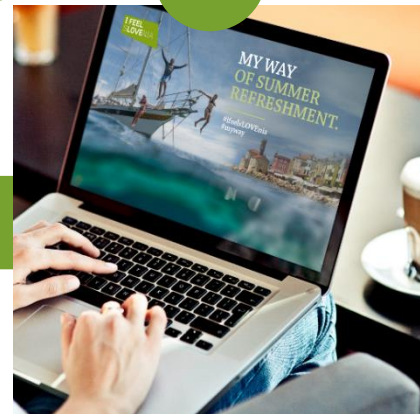


PARTNERSTVA

Krepitev partnerstev s ključnimi deležniki: STG in poslovni partnerji, produktna združenja, vodilne destinacije, co-branding



4.



PROMOCIJA

Nova komunikacijska platforma in osredotočanje na trge & segmente z višjo potrošnjo

#VIZIJA

01 FORMULA
TRAJNOSTNEGA MARKETINGA

I FEEL
SLOVENIA

Slovenija je

ZELENA BUTIČNA

destinacija za

5-ZVEZDIČNA

DOŽIVETJA



#CILJI & FOKUSI

02 FORMULA
TRAJNOSTNEGA MARKETINGA

I FEEL
SLOVENIA



KJE
SMO
DANES

RAZKORAK
Gap analysis

VIZIJA

4 mrd €

I FEEL
SLOVENIA

#1

POVEČANJE DODANE VREDNOSTI

Izboljšanje konkurenčnosti produktov (STO/MGRT, STG, VD, PZ)

Krepitev produktov z višjo dodano vrednostjo

5-zvezdična doživetja & Slovenia Unique Experiences

Izobraževanje, usposabljanje...

I FEEL
SLOVENIA

#2

TARGETIRANJE ZA VREDNOST

Osredotočanje na HVT

Trgi z nadpovprečno potrošnjo

Trgi z daljšo PDB

Trgi z bolj izraženo namero za potovanja izven sezone

Nišne skupine (*passion groups*)

I FEEL
SLOVENIA

#3 ČASOVNA & GEOGRAFSKA RAZPOREDITEV POVPRAŠEVANJA

4 regije, 34 vodilnih destinacij

Krepitev pomladi, jeseni, velik izziv zima

I FEEL
SLOVENIA

#4

KREPITEV

PREPOZNAVNOSTI SLOVENIJE

Pod znamko I feel Slovenia

Nova komunikacijska platforma MY WAY

Močni dogodki z globalnim dometom, tuje znamke, ambasadorji

I FEEL
SLOVENIA

#5

TRAJNOSTNI

RAZVOJ

Nadaljnja krepitev ZZST

Razvoj & pospeševanje konkretnih orodij za krepitev koristi za destinacijo/ponudnika/turista

Sodelovanje pri dogodkih s sporočilom trajnosti

I FEEL
SLOVENIA

#6

BUTIČNI (KAKOVOSTNI) TURIZEM

POZITIVNI UČINKI TURIZMA ZA VSE:

Liveable
& lovable
Slovenia

Naravno in družbeno okolje

Prebivalstvo

Turistično gospodarstvo

Obiskovalce

I FEEL
SLOVENIA

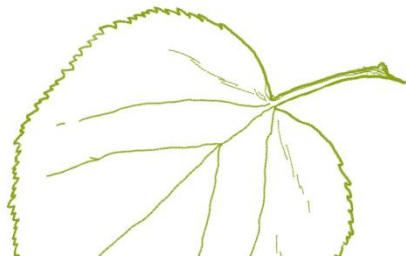
#PARTNERSTVA

03 FORMULA
TRAJNOSTNEGA MARKETINGA

I FEEL
SLOVENIA

DELAMO V
TESNEM

PARTNERSTVU
*z našimi ključnimi
deležniki*



DESTINACIJE
(34)



PRODUKTNA
ZDRUŽENJA



SLOVENSKO
TURISTIČNO
GOSPODARSTVO



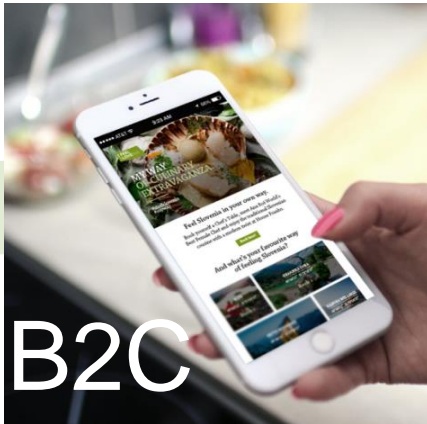
TUJI PARTNERJI

#PROMOCIJA

04 FORMULA
TRAJNOSTNEGA MARKETINGA

PODROČJA DELOVANJA SLOVENSKE TURISTIČNE ORGANIZACIJE

VSEBINSKI
DIGITALNI
MARKETING



KOMUNICIRANJE S
POSLOVNIMI
JAVNOSTMI



RAZISKAVE
& RAZVOJ



PREDSTAVNIŠTVA V TUJINI

NEMČIJA (MÜNCHEN), ITALIJA (MILANO), AVSTRIJA (DUNAJ)

Velika Britanija (London)

STRUKTURA PROM.SREDSTEV PO SKLOPIH TRGOV *za 2020 (8,9 MIO)*

Predlog, maj 2019

KLJUČNI TRGI



5,2 MIO €

43 %
prenočitev

Nemčija
Avstrija
Italija
Francija
Velika Britanija
Ruska federacija

RASTOČI & PERSPEKTIVNI TRGI



2,2 MIO €

33 %
prenočitev

Benelux
Švica
Danska in Finska
Madžarska
Poljska
Češka

ODDALJENI TRGI

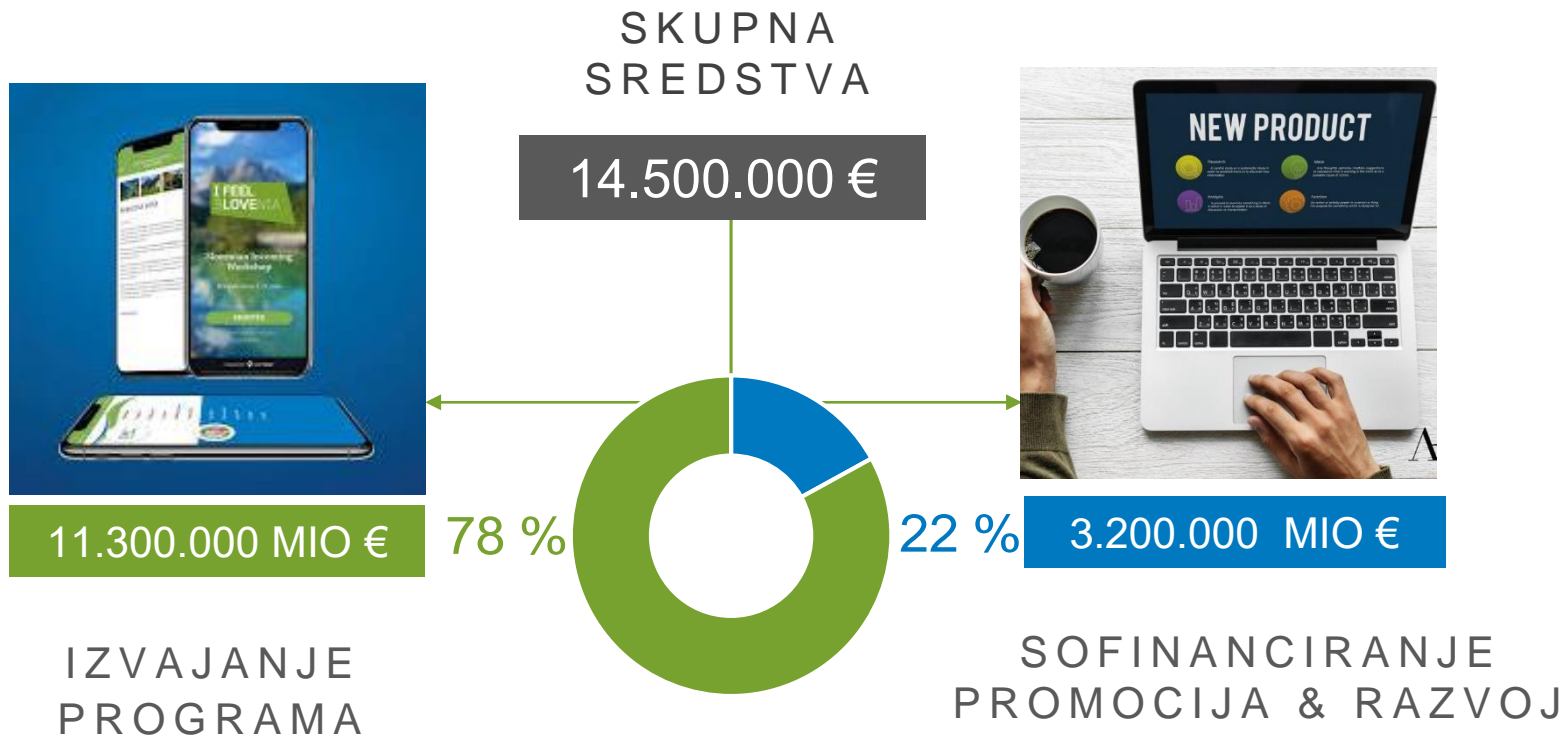


1,5 MIO €

11 %
prenočitev

ZDA
GCC države
Izrael
Kitajska
Južna Koreja
Drugi

PREDVIDENA SKUPNA SREDSTVA 2020



*v okviru 3 razpisov za SOFINANCIRANJE
za obdobje 2020 & 2021*

		VODILNE DESTINACIJE	PRODUKT. ZDRUŽENJA	TURISTIČNO GOSPODARSTVO
STO - promocija	ON-LINE promocija	X	X	X
	OFF-LINE promocija	X	X	X
	Prospektni material	X	X	
	Razvoj & raziskave		X	
MGRT - razvoj	Razvoj & raziskave	X		X (MSP – ITP)
	Izobraževanja	X		
	Digitalno inoviranje kulturne dediščine	X		

I FEEL
SLOVENIA

#MY WAY

NOVA KOMUNIKACIJSKA PLATFORMA IN
OSVEŽENA KREATIVNA REŠITEV

I FEEL
SLOVENIA

DOSEDANJI POZICIJSKI SLOGAN

SLOVENIA.
GREEN. ACTIVE. HEALTHY.

AKCIJSKI
NAGOVOR

MY WAY

Na emocionalen način
nadgrajuje pozicijo
aktivne, zelene in zdrave
Slovenije.



MY WAY OF A PERFECT VIEW.

PLATFORMA
MY WAY

Doživetja PO MERI

Obiskovalca prepričajo konkretne,
privlačne, zanimive in
konkurenčne zgodbe, doživetja in
ponudbe
turističnih ponudnikov.



MY WAY OF MORNING EXERCISE.

I FEEL
SLOVENIA

MY WAY OF HIGH-END GLAMPING.

Book yourself a five-star bungalow in top of Skuta mountain under millions of bright stars and embrace the unspoiled wilderness of Alpine Slovenia. Discover true Slovenian experiences in your own special way.

#myway
#ifeelsLOVEnia



AT&T 9:23 AM 68%

I FEEL LOVE

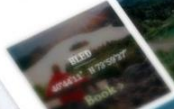
MY WAY OF CULINARY EXTRAVAGANZA.

#ifeelslovenia #myway

Feel Slovenia in your own way.
Book yourself a Chef's Table, meet Ana Rot World's Best Female Chef and enjoy the traditional Slovenian cuisine with a modern twist at House Franke.

Book here!

And what's your favourite way of feeling Slovenia?



I FEEL
SLOVENIA

#TEMA

NOSILNA RAZVOJNA IN KOMUNIKACIJSKA TEMA
2020 & 2021

I FEEL
SLOVENIA

 SLOVENIA
EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY
AWARDED 2021

OSREDNJA TEMA 2020 & 2021

GASTRONOMIJA

I FEEL
SLOVENIA

#DOGODKI

SKUPNI NASTOPI

I FEEL
SLOVENIA

EXPO DUBAI 2020

Zgodba Slovenije

GREEN & SMART



I FEEL
SLOVENIA



EXPO
2020
DUBAI
UAE

I FEEL
SLOVENIA

POLETNE
OLIMPIJSKE IGRE
TOKYO 2020



TOKYO 2020



I FEEL
SLOVENIA

ŠPORTNI DOGODKI Z MOČNIM DOSEGOM

PODPORA DOGODKOM

2020: SP PLANICA, ostala EP/SP

2021: SP BIATLON, SP NOGOMET do 21, ostala EP/SP

I FEEL
SLOVENIA

PREDSEDOVANJE SVETU EU2021

V juniju poziv Vlade VD za sodelovanje!



TRIJE TIPI DOGODKOV

KRITERIJI – KAJ JE POMEMBNO

Doseg skozi prenos & oglaševanje

Da se skozi dogodke vidi čim več Slovenije

Usklajenost vsebin in vrednot z našo zgodbo

Partnerstva destinacij, TP itd

Dogodek izven poletja

Število udeležencev, struktura trga

KROVNI

dogodki z zelo visokim
prom.učinkom

REGIJSKI

dogodki z močnim
promocijskim učinkom

DESTINACIJSKI

dogodki

I FEEL
SLOVENIA

#RAZVOJ

POSPEŠEVANJE 5* DOŽIVETIJ
ZA VIŠJO DODANO VREDNOST

TRAJNOSTNI RAZVOJ

ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA

1 SLOVENIJA JE ZELENA



MOČNA ZELENA
DEJSTVA

2 SLOVENIJA DELUJE ZELENO



ZELENA SHEMA
SLOVENSKEGA
TURIZMA

3 SLOVENIJA PROMOVIRA ZELENO



ČUTIMO ZELENO
SLOVENIJO IN JO
PROMOVIRAMO

I FEEL
SLOVENIA

AKCIJSKI NAČRT RAZVOJA IN TRŽENJA GASTRONOMSKEGA TURIZMA 2019 - 2023



37 UKREPOV

 **SLOVENIA**
EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY
AWARDED 2021

I FEEL
SLOVENIA



POSPEŠEVANJE
RAZVOJA & PROMOCIJA 5-
ZVEZDIČNIH DOŽIVETIJ

SLOVENIA UNIQUE EXPERIENCES

AKADEMIJA ZA TRŽENJE V TURIZMU POKRIVA 2 VSEBINSKA SKLOPA

A.



DIGITALNA
AKADEMIJA

ZAČETNA &
NADALJEVALNA

B.



MARKETING &
MANAGEMENT

V LETU 2019/2020
3 VSEBINSKI MODULI

MODEL VD & MD

Smiselno vključevanje vsebin MD in VD v naša orodja in aktivnosti

Redna regijska vsebinska usklajevanja

Krepitev sinergij med destinacijsko in krovno promocijo

Razvojno-promocijski projekti – ZSST, SUE, Inspirock travel planner ...

Izobraževanja – Akademija za trženje v turizmu

ZELO POMEMBNO: da DMMO-ji okrepijo
povezave do vseh ključnih deležnikov v destinaciji



NAJLEPŠA HVALA ZA POZORNOST.