

I FEEL
SLOVENIA

BUTIČNA SLOVENIJA

KAKO BUTIČNOST RAZUME TRG &
ALI SMO PRIPRAVLJENI NA REALIZACIJO NAŠE OBLJUBE
ZELENE BUTIČNE SLOVENIJE

Miša Novak, Slovenska turistična organizacija
Delavnice za Program dela STO 2020 & 2021, maj 2019

I FEEL
SLOVENIA

Slovenija je

ZELENA BUTIČNA

destinacija za

5-ZVEZDIČNA DOŽIVETJA



I FEEL
SLOVENIA

V TEKU

ANALIZA

BUTIČNE PONUDBE

NAMEN

analize butične ponudbe

- Razumevanje, kako se butičnost razume na globalni ravni
- Definiranje elementov butičnosti za Slovenijo
- Oblikovanje kriterijev butične ponudbe po glavnih sklopih ponudbe
- Inventarizacija butične ponudbe
- Pregled investicijskih namer
- Smernice za aktiviranje butične ponudbe





01 BUTIČNOST – SVET

KAKO BUTIČNOST RAZUME GLOBALNI TRG

#BUTIČNOST

= moda, oblačila,
majhna trgovina z oblačili, interier, lifestyle,
butični hotel

#UGOTOVITEV 01

Butičnost se na
turističnem trgu
povezuje s **hoteli** =
BUTIČNI HOTELI.



#UGOTOVITEV 02

Ostale elemente turistične ponudbe (in še manj v povezavi s celo državo/destinacijo) na spletu zelo redko najdemo v povezavi z besedo butično.



#UGOTOVITEV 03

Enotne definicije butičnega hotela ni, veliko hotelov pa si kar v lastni režiji nadane koncept butični hotel.

Logično? Da, saj gre za edinstvene nastanitve, ki se močno razlikujejo ena od druge.



I FEEL
SLOVENIA

#UGOTOVITEV 04

V TURIZMU

TUDI SAM POJEM
BUTIČNOSTI
NI ENOTNO OPREDELJEEN

ORGANIZACIJA, KI POVEZUJE NEODVISNE *UPSCALE*
BUTIČNE & LIFESTYLE HOTELE

„Združen glas v tej sicer fragmentirani industriji“.

BLLA

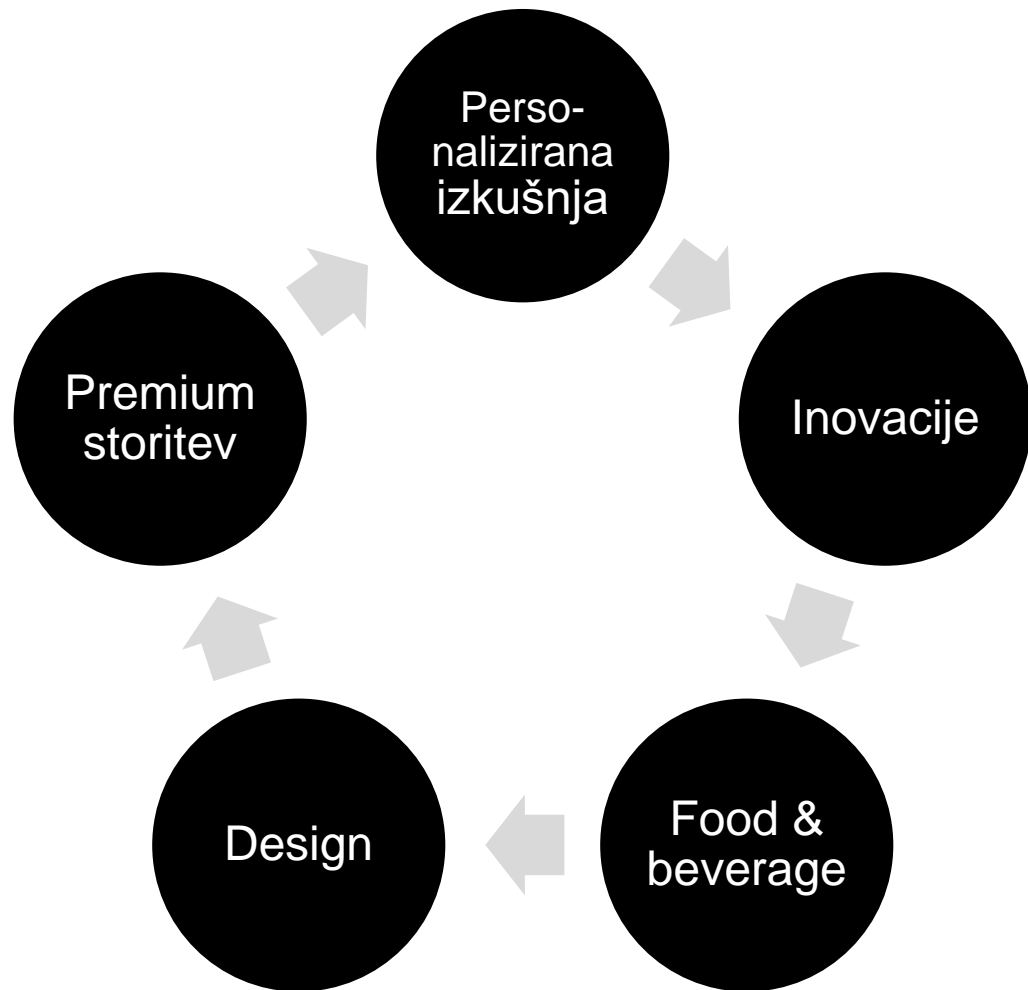
BOU TI Q U E & L I F E S T Y L E
L E A D E R S A S S O C I A T I O N

*Scroll Down to Enter into the World of
Boutique & Lifestyle*



Razumevanje
BUTIČNOSTI =
5 SKLOPOV
KRITERIJEV

BLLA
BOUTIQUE & LIFESTYLE
LEADERS ASSOCIATION



I FEEL
SLOVENIA

#UGOTOVITEV 05

BUTIČNOST ≠ LUKSUZ

Danes ni jasne ločnice med pojmom butičnost in luksuz, sploh v zadnjem obdobju, ko luksuz dobiva drug pomen.

Butičnost postaja luksuz, luksuz pa ni vedno butičen.

Kaj so BUTIČNI HOTELI

- Butični hoteli so odgovor na uniformirane hotelske verige.
- Butični hotel komunicira s svojim ciljnim trgom na svoj edinstven način, razbija monotonijo, dela na osebni izkušnji & preseganju pričakovanj.
- Butični hotel sprejema disrupcijo kot izziv za inoviranje in razvoj.
- Za ta poslovni model ni recepta, sicer bi bili vsi hoteli enaki.



I FEEL
SLOVENIA

DESTINATION CENTRIC SOBE
DESTINATION HOSTS

IZJEMNE SPREMEMBE V HOTELSKI INDUSTRIJI

Velike hotelske znamke morajo danes najti inovativne rešitve, da lahko tekmujejo z lokalnimi in butičnimi hoteli, da so konkurenčni do Airbnb in da ponujajo avtentične izkušnje.

I FEEL
SLOVENIA

#VIZUALIZACIJA BUTIČNOSTI

I FEEL
SLOVENIA





























יחידה

























02 KOGA NAGOVARJAMO

KDO IŠČE BUTIČNOST

I FEEL
SLOVENIA

LUXURY ≠ AFFLUENT
TRAVELLER



Kaj so
PRIČAKOVANJA ZAHTEVNIH
GOSTOV

13

TRAVEL
DESIRES

RELAXATION



ADVENTURE



CULTURE



ROMANCE



NEW
EXPERIENCES



MEETING
NEW
PEOPLE



LEARNING
ABOUT OTHER
CULTURES



LEARNING
ABOUT
MYSELF



EATING
GREAT
FOOD



PHYSICAL
ACTIVITY



LEARNING
NEW
THINGS



PERSONAL
GROWTH



CONNECTING
WITH
FAMILY



Kaj so
PRIČAKOVANJA ZAHTEVNIH
GOSTOV



Exclusive Benefits



Variety



Tailor Made



Expertise

KAJ POMAGA DEFINIRATI, KAKŠEN JE AFFLUENT TRAVELLER

To vpliva na izbor nastanitev & destinacij

01.

PIONEERING

I want to be the first of my network to go to a destination or try a new type of vacation or accommodation

02.

TRANSFORMING

A vacation should change you and your perspective in some way

03.

LEARNING

A vacation is for learning and experiencing new things

04.

PAMPERING

I'm willing to pay a premium to be pampered

05.

INDULGING

I love food and drink so much that on vacation I want to focus on them

06.

CHALLENGING

On vacation I want to engage physically and be challenged

I FEEL
SLOVENIA

AFFLUENT INFLUENCER

= AFFLUENCER

NAJBOLJ VPLIVNI POTROŠNIKI V VSAKI KATEGORIJI

I FEEL
SLOVENIA

MOČEN TREND

KREPITEV POTOVALNIH &
LOKALNIH SPECIALISTOV

Raziskava HVT DACH trgi

- V tujino potujejo z namenom oddiha, počitnic ali potovanj vsaj 1-krat letno in tam prespijo vsaj 2-krat, in imajo v naslednjem obdobju namero za dopustniško destinacijo izbrati eno izmed evropskih držav.
- Načrtovani izdatki za dopust presegajo povprečne izdatke, ki jih sicer turisti te države v povprečju porabijo na dopustovanju v evropskih državah.
- Pripravljenost za dopustovanje izven glavne sezone.
- Jasno izražen interes za turistične produkte: 1) outdoor 2) spa in wellnes ter 3) gastronomija oz. drugi produkti, za katere so turisti iz danih držav pripravljeni plačati več.





03 BUTIČNA SLOVENIJA

KAJ BUTIČNOST RAZUMEMO V SLOVENIJI

Butičnost Slovenije

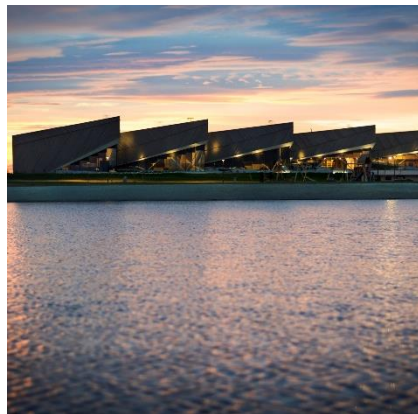
1. IZREDNA RAZNOLIKOST POKRAJINE & DOŽIVETIJ, NA MAJHNEM PROSTORU
2. CELA SLOVENIJA JE EN VELIK NARAVNI PARK
3. PRIJAZNI, RAZGLEDANI DOMAČINI, ZNANJE JEZIKOV
4. ČISTA, VARNA IN UREJENA
5. KAKOVOST & INDIVIDUALNA IZKUŠNJA
6. ŠE VEDNO NI PRVA IN KLASIČNA IZBIRA – PRIDIH NOVEGA
7. V TRENDU, KONCEPT NOVEGA RAZUMEVANJA LUKSUZA

VENDAR POZOR! TO NI DOVOLJ!

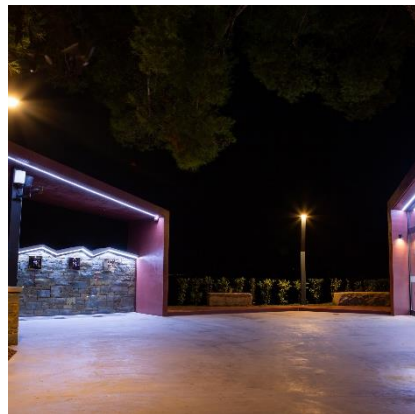
POTREBUJEMO PRESEŽNE ZGODBE V KLJUČNIH SEGMENTIH PONUDBE



NASTANITVE &
GASTRONOMIJA



ATRAKCIJE



MICE



DOŽIVETJA

V TEKU ANALIZA PO TEH VRSTAH PONUDBE

KAKO RAZUMEMO V SLOVENIJI ELEMENTE
BUTIČNOSTI HOTELSKE PONUDBE
SKLOPI – SMERNICE (NE KRITERIJI)

01

Manjše število sob in
kategorija 4 * Superior in 5*

02

Personalizirana izkušnja

03

Premium storitev

04

Design

Top gastronomija

05

Tema, zgodba

06

Inovacije & nove tehnologije

07

Trajnostna usmeritev

08



04 KJE SMO DANES

NEKAJ HITRIH KLJUČNIH UGOTOVITEV

I FEEL
SLOVENIA

VELIKO NOVIH „ZGODB“

IZREDNA DINAMIKA NA PODROČJU GLAMPINGOV

VENDAR PA ZA DOSEGANJE CILJEV
POTREBUJEMO
FULL-SERVICE (IN ALL YEAR ROUND) HOTELE –
5* v večjih destinacijah in butične v manjših

OBLIKOVALI BOMO SMERNICE & PRIPOROČILA ZA AKTIVIRANJE VREDNOSTI IN KREPITEV BUTIČNOSTI

NISMO IN NE BOMO VSI BUTIČNI, VENDAR PA:

Lahko uvajamo elemente butičnosti

V delu svoje ponudbe nagovarjamo zahtevnejšega obiskovalca

Novе investicije bi morale slediti temu konceptu & biti v celoti zelene



05 NASLEDNJI KORAKI

PROSILI VAS BOMO ZA POMOČ V PRIHODNJEM TEDNU

Na vas se bomo obrnili
ZA NASLEDNJE
VSEBINE

- Vaša ocena, katere ponudbe so butične v vaši destinaciji.
- Pregled brownfield lokacij, ki so lahko zanimive za nove vsebine.
- Pregled identificiranih investicijskih namer (in njihovega statusa).





HVALA ZA POZORNOST