

**VPRAŠANJA IN ODGOVORI NA JAVNI RAZPIS »ZA SOFINANCIRANJE PROMOCIJE
SLOVENSKE TURISTIČNE PONUDBE V LETU 2020«**

Št. 8 (8.4.2020)

1. Vprašanje:

V sklopu Promocije trajnostno naravnanih turističnih produktov, nas zanima kaj točno moramo narediti, da dobimo točke. Kakšne aktivnosti nam prinesejo točke? Slovenia Green znaka nimamo pridobljenega, prav tako nobenega drugega okoljskega znaka.

ODGOVOR:

Odgovor je že podan v Sklopu vprašanj in odgovorov Št. 6 (6.4.2020), pri vprašanju št. 11.

2. Vprašanje:

Glede aktivnosti Lead generation: kakšne kontakte zbiramo, preko maila ali preko Facebooka ali oboje ali kaj drugega?

ODGOVOR:

Kontakte zbirate lahko preko različnih komunikacijskih kanalov ali medijev z namenom in na način, da jih boste uporabili za nagovarjanje uporabnikov tudi v prihodnosti (t.i. Lead Nurturing).

3. Vprašanje:

V kolikor želimo nagovarjati Zahtevnejšega gosta, izvajati aktivnosti lead generation in imeti vplivneža piše, da moramo obvezno imeti pristajalno stran projekta. To lahko naredimo na obstoječi spletni strani? Moramo za vsako aktivnost posebej narediti pristajalno stran ali eno in potem vse zgoraj navedene aktivnosti vodijo na njo?

ODGOVOR:

Lahko naredite pristajalno stran na obstoječi spletni strani. Da boste lažje merili in utemeljevali oz. dokazovali dosežene rezultate pa priporočamo, ali da glede na naravo projekta pripravite ločene pristajalne strani, ali pa si v analitiki nastavite metrike na način, da vam bo omogočila merjenje vseh potrebnih atributov znotraj ene pristajalne strani, ki so povezani z vašimi cilji na način, da jih boste lahko tudi izpisali in o njih poročali.

4. Vprašanje:

Nimamo še Instagram profila. Je lahko ena izmed aktivnosti vzpostavitve Instagram profila?

ODGOVOR:

Ena od promocijskih aktivnosti je lahko tudi vzpostavitev Instagram profila in oglaševanje preko Instagram platforme.

5. Vprašanje:

„POSREDNI UPRAVIČENI STROŠKI (PAVŠAL) 5% v €:” in ali jo je obvezno potrebno izpolniti.

ODGOVOR:

Razpisovalec vam posredne upravičene stroške v pavšalu 5% prizna, in ne zahteva dokazil. Ta sredstva namenite za kritje npr. vaših režijskih stroškov. Predlagamo, da jih izpolnite, saj je to v vašo korist.

6. Vprašanje:

Prav tako me zanima ali je za „Opredelitev promocije trajnostno naravnanih turističnih produktov,” in „Elementi trajnostne naravnosti promoviranega turističnega produkta“ obvezno imeti enega od certifikatov (Slovenia Green in drugi) ali je možno navesti samo posamezne elemente, ki jih hotel izpolnjuje. Ali so kje elementi, ki so ustrezni tudi navedeni?

ODGOVOR:

Ni nujno, da imate pridobljenega enega od certifikatov, skladno s pogoji v točki II. 4 Promocija trajnostno naravnanih turističnih produktov, prejmete nižje število točk.

Delni odgovor je tudi že podan v Sklopu vprašanj in odgovorov Št. 6 (6.4.2020), pri vprašanju št. 11.

7. Vprašanje:

Ali se šteje, da dosegamo vse 3 trge, če bomo pod načrtovan aktivnost Digitalni mediji ciljali 3 različne prednostne trge (SLO, HR, Anglija – NOV TRG), pri ostalih aktivnostih pa samo Slovenijo?

ODGOVOR:

Da.

8. Vprašanje:

Pri tiskanih medijih bomo izdelovali katalog, v katerem pa bo poleg slovenskih turističnih produktov tudi ponudba potovanj v druge destinacije. Ali je to dovoljeno, ali mora biti katalog samo za slovenske produkte?

ODGOVOR:

Upravičen strošek po tem javnem razpisu so stroški izvedbe medijskega zakupa preko domačih ali tujih medijev.

Vse promocijske aktivnosti po tem javnem razpisu so namenjene za promocijo zgolj slovenskih turističnih produktov.

9. Vprašanje:

Ali je kje določeno, kakšen odstotek stroškov moramo nameniti na posamezen trg, kajti glede na situacijo bi namenili 90 % v slovenski trg, 10 % pa v ostale trge?

ODGOVOR:

Prijavitelj samostojno in neodvisno določa delež sredstev, ki jih bo namenil na posamični trg glede na naravo projekta, ki ga prijavlja.