

**PRIRUČNIK PCE I PREMIUM PONUDE**  
**Alati za operativni rad i kreativne radionice**

# PREMIUM TOURIST INSIGHT (1)

Radni okvir

## PREMIUM TOURIST INSIGHT 1 (profil gosta)

	TIP	TIP
<b>ODREDNICE</b>		
<b>DOB</b>		
<b>SPOL M / Ž</b>		
<b>BRAČNI STATUS</b>		
<b>KAKO PUTUJU</b>		
<b>OBRAZOVANJE</b>		
<b>PRIHODI (procjena)</b>		

# NAVIGATOR 1 ZA PREMIUM BRAND

*radni okvir za strukturiranje i isporuku*

FOKUS	SMJERNICE ZA PROPITIVANJE	AKO DA, KAKO DALJE?
AUTORITET		
UVJERLJIVOST		
INOVACIJA		
ANGAŽIRANOST		
KULTNI STATUS		
UTJECAJ NA KULTURU ŽIVLJENJA		

# NAVIGATOR 1 ZA PREMIUM BRAND – P O D S J E T N I K

## *radni okvir za strukturiranje i isporuku*

FOKUS	SMJERNICE ZA PROPITIVANJE	AKO DA, KAKO DALJE?
<b>AUTORITET</b>	Da li je dovoljno provokativan da navodi potrošače da bezupitno plate više ?	Kako to kreativno izraziti i konkretno installirati u proizvod / uslugu? Poistovjeti se / "uđi u dušu potrošača."
<b>UVJERLJIVOST</b>	Da li stvara svoje sljedbenike ?	Kako to kreativno izraziti i konkretno installirati u proizvod / uslugu? Poistovjeti se / "uđi u dušu potrošača."
<b>INOVACIJA</b>	Da li se trajno mijenja odnosno inovira ?	Kako to kreativno izraziti i konkretno installirati u proizvod / uslugu? Poistovjeti se / "uđi u dušu potrošača."
<b>ANGAŽIRANOST</b>	Da li je u stanju mijenjati poglede potrošača na svijet oko sebe?	Kako to kreativno izraziti i konkretno installirati u proizvod / uslugu? Poistovjeti se / "uđi u dušu potrošača."
<b>KULTNI STATUS</b>	Da li poziva i stvara imperativ da mu se potrošači pridruže?	Kako to kreativno izraziti i konkretno installirati u proizvod / uslugu? Poistovjeti se / "uđi u dušu potrošača."
<b>UTJECAJ NA KULTURU ŽIVLJENJA</b>	Da li pomiče kulturološke granice i kategorije u svakodnevnom životu potrošača?	Kako to kreativno izraziti i konkretno installirati u proizvod / uslugu? Poistovjeti se / "uđi u dušu potrošača i u dušu potrošača."