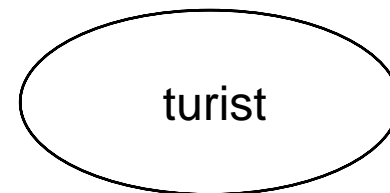


PRIRUČNIK O DOŽIVLJAJIMA
Alati za operativni rad i kreativne radionice

MREŽA TURISTIČKOG DOŽIVLJAJA NA DESTINACIJI.....

Ucrtaj ostale konkretne sudionike i njihovu funkcionalnu povezanost odnosno umreženost.



TOURIST INSIGHT (1)

Radni okvir

TOURIST INSIGHT 1 (profil gosta)

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

TOURIST INSIGHT (2)

Radni okvir

TOURIST INSIGHT 2 (profil gosta)

	TIP	TIP
ODREDNICE		
TIP SREDINE U KOJOJ ŽIVE		
LYFESTYLE		
ŠTO PONUDITI		

SWOT ANALIZA

SNAGA	SLABOSTI
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE

METODA PLAVOG OCEANA

POVEĆATI

UKLONITI

STVORITI

SMANJITI

PIRAMIDA ATRIBUTA

Glavni atributi

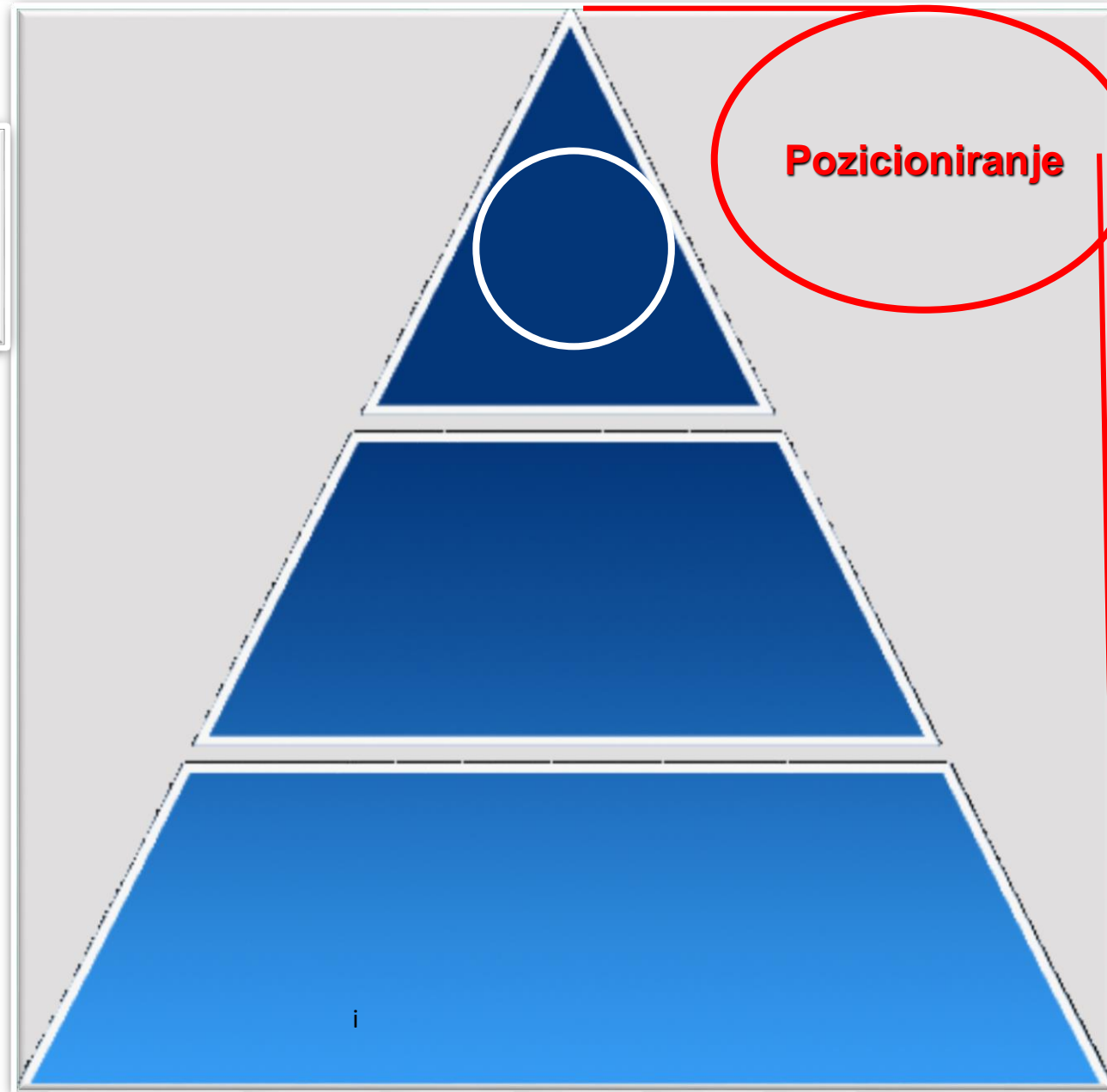
Potenciranje ključnih atributa po kojima se doživljaj bitno razlikuje od sebi sličnih.

Potrebni atributi

Atributi koji lociraju doživljaj u ciljnu skupinu sebi sličnih.

Ulazni atributi

Atributi potrebni za inicijalni ulazak na tržište. Ono što se normalno očekuje (na pr.sigurnost kod banke)



MAPA TURISTIČKOG DOŽIVLJAJA

TOURIST EXPERIENCE JOURNEY MAP - PODSJETNIK

SIGURNOSNI UVJETI

Opasnost po život u adrenalinskim sportovima
Prirodne katastrofe i nevremena
Terorizam

SANITARNI UVJETI

Higijenska priprema hrane i pića
Dovoljan broj sanitarnih prostora
Čistoća vanjskih i unutarnjih površina

ZAINTRIGIRATI

ODUŠEVITI

VEZATI

EDUCIRATI

ODRŽIVI RAZVOJ

Bacanje otpadaka
Požari
Industrijska onečišćenja

LOGISTIČKI UVJETI

Dolazak
Odlazak
Parkiranje

OPUSTITI

UPITNIK ZA	DUBINSKI POGLED <i>INSIGHT</i>	KLJUČNE POVEZNE TOČKE
ZAINTRIGIRATI		
ODUŠEVITI		
EDUCIRATI		
OPUSTITI		
VEZATI		

PODSJETNIK ZA UPITNIK	DUBINSKI POGLED <i>INSIGHT</i>	KLJUČNE POVEZNE TOČKE
ZAINTRIGIRATI	<p>Gdje se informiraju o turističkom doživljaju? Da li razumiju naš koncept? Što ih je privuklo? U kojem se kontekstu to događa? Stavite se u njihove cipele.</p>	<p>Koje su najrelavntnije povezne točke za ovaj segment mape doživlaja, koje valja obvezno ispuniti za sljedeću razinu?</p>
ODUŠEVITI	<p>Da li osjećaju našu strast i energiju? Da li smo u tom iskreni? Koje iznenađenje smo im pripremili? U kojem se kontekstu to događa? Stavite se u njihove cipele.</p>	<p>Koje su najrelavntnije povezne točke za ovaj segment mape doživlaja, koje valja obvezno ispuniti za sljedeću razinu?</p>
EDUCIRATI	<p>Da li smo relavantni? Da li smo u stanju učiti druge? Da li nas razumiju na pravi način? Da li osjećaju da su dobili nešto više? U kojem se kontekstu to događa? Stavite se u njihove cipele.</p>	<p>Koje su najrelavntnije povezne točke za ovaj segment mape doživlaja, koje valja obvezno ispuniti za sljedeću razinu?</p>
OPUSTITI	<p>Da li je naš doživljaj prenapregnut? Da li naš doživljaj mlak? Da li smo razmišljali kako zabaviti djecu da bi roditelji predahnuli ? U kojem se kontekstu to događa? Stavite se u njihove cipele.</p>	<p>Koje su najrelavntnije povezne točke za ovaj segment mape doživlaja, koje valja obvezno ispuniti za sljedeću razinu?</p>
VEZATI	<p>Da li žele doći ponovo? Da li će nas preporučiti svojim prijateljima? Da li dijele svoje fotografije i utiske na licu mjesta? Da li mogu kupiti originalni suvenir? Da li smo im pripremili mali dar za uspomenu? U kojem se kontekstu to događa? Stavite se u njihove cipele.</p>	<p>Koje su najrelavntnije povezne točke za ovaj segment mape doživlaja, koje valja obvezno ispuniti ?</p>

UPITNIK ZA	KLJUČNA PITANJA	SITUACIJSKI CHECK - UP
LOGISTIČKI UVJETI		
SIGURNOSNI UVJETI		
SANITARNI UVJETI		
ODRŽIVI RAZVOJ		

PODSJETNIK ZA UPITNIK	KLJUČNA PITANJA	SITUACIJSKI CHECK - UP
LOGISTIČKI UVJETI	<p>Da li je osiguran poseban prostor za odlazak i dolazak vozila kojima stižu gosti?</p> <p>Da li je osiguran i čuvan prostor za parkiranje?</p> <p>Da li imamo dovoljan broj mjesta za parkiranje?</p>	Ako NE.što je alternativa / rezervni scenarij?
SIGURNOSNI UVJETI	<p>Da li je sva oprema provjerena?</p> <p>Da li smo kod adrenalinskih sportova u kontaktu sa spasilačkim službama i zdravstvenim institucijama?</p> <p>Da li pratimo meteo – prognozu i da li o njoj obavještavamo goste?</p>	<p>Da li na jednom mjestu imamo sve potrebite kontakt brojeve svih za sigurnost relevantnih službi?</p> <p>Da li imamo kompletiran pribor prve pomoći osobu obučenu za davanje prve pomoći?</p>
SANITARNI UVJETI	<p>Da li ima adekvatan broj sanitarnih prostora za goste?</p> <p>Da li imamo osiguran pristup ljudima sa tjelesnim poteškoćama?</p> <p>Da li imamo uvjete za higijensku pripremu hrane i pića?</p>	<p>Tko i u kojim intervalima nadgleda čišću sanitarnih prostora?</p> <p>Kako kao organizatori sami nad</p>
ODRŽIVI RAZVOJ	<p>Gdje se bacaju opušci?</p> <p>Tko i kada čisti mjesta za otpatke?</p> <p>Gdje prijeti opasnost od industrijskih onečišćenja?</p>	<p>Da li surađujemo sa nadležnim službama za zaštitu okoliša?</p> <p>Da li imamo rezervni scenarij za slučaj većih onečišćenja na destinaciji? Da li u tom slučaju imamo razrađen krizni upravljački i komunikacijski plan?</p>

UVOĐENJE NOVOG TURISTIČKOG PROIZVODA TRI E PRINCIP

TRI E	TKO / KOME	ŠTO KOMUNICIRATI?
ENGAGEMENT (uključenost)		
EXPLANATION (pojašnjenja)		
EXPECTATION CLARITY (jasnoća očekivanja)		

	TKO SU	ŠTO UČINITI
NAŠI ANĐELI		
NAŠI ĐAVOLI		