

I FEEL  
SLOVENIA

# SLOVENIJA 5\*

**Slovenska turistična organizacija, Miša Novak**  
Zeleni dan slovenskega turizma  
28. maj 2018

# OD VIZIJE DO KONKRETNIH PRODAJNIH 5-ZVEZDIČNIH DOŽIVETIJ



**01#ZAKAJ**



I FEEL  
SLOVENIA

DOBA NOVEGA RAZUMEVANJA

**LUKSUZA**





I FEEL  
SLOVENIA

DESTINACIJA ZA  
\*\*\*\*\*  
DOŽIVETJA



## PONUĐNIK & DESTINACIJA

- Vključevanje v promocijske kanale STO
- Pospeševanje kakovosti
- Razlikovanje



## SLOVENIJA

- Uresničevanje obljube, ki jo podaja Slovenija
- Enotno razumevanje 5-zvezdičnosti

## OBISKOVALEC

- Skrbno izbrana zbirka edinstvenih doživetij Slovenije
- Manjše tveganje in lažja izbira

**02#KAJ**



**I FEEL  
SLOVENIA**

# **SLOVENIA UNIQUE EXPERIENCES**



**Recommended by Slovenian Tourist Board**



I FEEL  
SLOVENIA

## **Kaj so SLOVENIA UNIQUE EXPERIENCES**

Izbrana zbirka edinstvenih avtentičnih doživetij premium kakovosti, ki ki podpirajo zgodbo zelene butične Slovenije in znamke I feel Slovenia.





## PRODUKTI

SLOVENIA SPAS  
SLOVENIA OUTDOOR  
SLOVENIA MEETINGS  
SLOVENIA CULTURE  
SLOVENIA NATURE  
SLOVENIA GASTRONOMY  
SLOVENIA TOUR  
SLOVENIA COUNTRYSIDE



## TIP DOŽIVETJA

**A. Vodeno  
doživetje**  
(nekaj ur/dnevno)

**B. Paket oziroma  
tura**  
(ki vključuje vsaj eno nočitev)



## SEGMENTNE SKUPINE

**ACTIVITY segment**  
Raziskovanje  
(RAZISKOVALCI)

**LIFESTYLE segment**  
Druženje (DRUŽABNIK)

**WELL-BEING segment**  
Skrb zase (MUZA)



# 3 GLAVNI SKLOPI PRIJAVITELJEV



**DESTINACIJSKI  
ZAVODI**

**(LTO, DMMO)**



**PONUĐNIKI**

**(NASTANITVENI,  
ATRAKCIJE, MUZEJI ...)**



**AGENCIJE**

**ŠPORTNE, TURISTIČNE,  
SPECIALIZIRANE, DMC**

**03#ORODJA**



**I FEEL  
SLOVENIA**

**1# OCENEJVANJE**

**2# RAZVOJ**

# **ORODJA**

**Razporedili smo jih po korakih**

**Poziv bo objavljen na [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info)  
(s preduvrstitvenim kvizom, vsa gradiva  
pa na SharePointu, kamor se bodo tudi  
nalagala vsa dokazila)**

# ORODJA – KORAKI

5 korakov (dokumentov) + 2 podporna

## K01 - POZIV

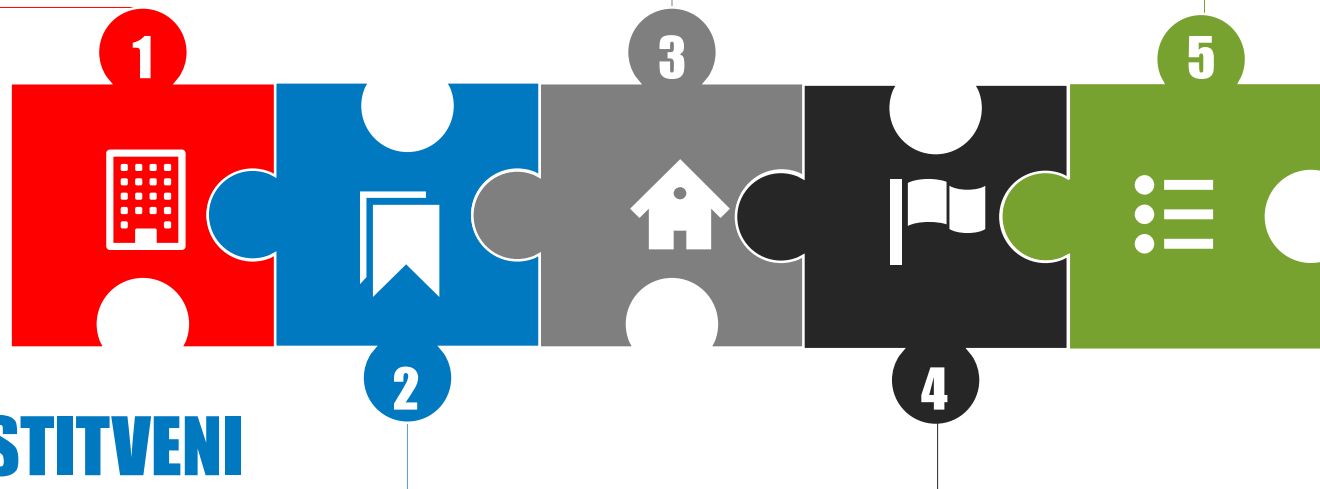
S 1. junijem odpiramo prvi (pilotni) poziv 365 dni v letu, 2 odpiranja, leto 2018 pilotno

## K03 – KRITERIJI

(3 sklopi kriterijev)

## K05 – OPIS DOŽIVETJA & PRILOGE

(zelo podroben opis doživetja, s prilogami)



## K02 – PREDUVRSTITVENI KVIZ

V obliki 10 vprašanj (9 pogojev in kot 10. vprašanje pregled 10 sklopov vsebinskih kriterijev)

## K04 – PRIJAVNICA

Priloga P01 –  
PRIROČNIK S  
pojasnili  
kriterijev in  
smernicami

Priloga P02 -  
PRAVILNIK



**03#PROCES**



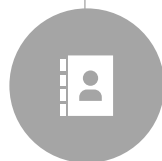
## **PRIJAVA**

(izpolnitev orodij:  
prijavnica, opis  
doživetja s prilogami,  
pojasnilo kriterijev)



## **KOMISIJA**

(posebna SUE  
komisija, ki  
pregleda prijave  
in poda pisno  
poročilo)



## **VKLJUČITEV V ORODJA STO**



## **SKRITI GOST**

(ki v roku 5  
mesecev  
obišče in  
testira  
doživetje)



## **UPRAVLJANJE KAKOVOSTI**

(Sto dela letne  
analize in po  
potrebi ponovni  
obisk, izvajalec  
sprti)



**04#KRITERIJI**

# 3 SKLOPI KRITERIJEV



**TEMELJNI VHODNI  
(OBVEZNI) POGOJI**

**9 pogojev**

**Potrebno v celoti  
izpolnjevati oziroma  
zagotoviti**

**DA – NE**



**VSEBINSKI  
KRITERIJI**

**10 vsebinskih sklopov,  
40 kriterijev**

**Povprečje najmanj 8,0 in vsaj 5  
v 3 kategorijah ocena 10**

**TOČKOVANJE 1 DO 10,  
POVPREČNA OCENA  
NAJMANJ 8,0**



**AKTIVNOSTI, KI JIH MORA  
PRIJAVITELJ ZAGOTOVITI**

**19 aktivnosti**

**Potrebno v celoti  
zagotavljati**

**ZAVEZA**



**01# TEMELJNI VHODNI POGOJI**



# ORGANIZACIJA IN IZVEDBA DOŽIVETJA

**Kot prijavitelj prevzimate in jamčite za organizacijo oziroma celotno izvedbo doživetja.**



## POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Kot prijavitelj ne smete biti samo razvojniki ali idejni snovalec doživetja, temveč morate prevzeti organizacijo in izvedbo celotnega doživetja (ki mora izpolnjevati vse temeljne obvezne in vsebinske pogoje, v skladu z vsebinskimi kriteriji oziroma smernicami).

Gre torej za koncept '*one-stop-shop*' – kupec doživetje kupi kot celoto. Za informacije, rezervacijo, nakup ter izvedbo jamči ena organizacija (to je prijavitelj).

# PRODAJNA OBLIKA DOŽIVETJA

**Doživetje je oblikovano kot prodajno doživetje ('saleable').**



## POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Doživetje mora biti oblikovano kot prodajno ('saleable') doživetje, ki ima jasno opredeljeno:

- Vsebino, čas trajanja in ceno.
- Prevladujočo temo in nagovarja izbrano ciljno skupino.
- Izvajalca (kdo izvaja doživetje in kdo & kje nudi več informacij).
- Rezervacijski kanal prijavitelja (kjer je mogoče doživetje preprosto rezervirati oziroma kupiti).
- Prodajno-trženjski kanal (poleg trženja preko platforme SUE mora prijavitelj jamčiti tudi svoje promocijske in prodajne kanale).

## Doživetje je vodeno.

## VODENJE



### POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Ker gre za doživetja z močno izkustveno noto in izraženim lokalnim karakterjem, mora biti večji del doživetja voden – vključevati mora lokalnega vodnika, ki z močnim osebnim angažiranjem poda zgodbo in zagotavlja, da je doživetje premium kakovosti, individualno in butično.

V primeru večdnevnega doživetja (paketa, ture), doživetje sestavlja več posameznih vodenih doživetij.



**Doživetje se v obliki, kot ga prijavljamo, že izvaja.**

## DOŽIVETJE JE PREVERJENO



### POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Ker je zbirka Slovenia Unique Experiences zasnovana kot zbirka premium, butičnih in avtentičnih doživetij, ki podpirajo obljubo Slovenije kot zelene butične destinacije za 5-zvezdična doživetja, morajo doživetja z uvrstitvijo v zbirko že takoj nuditi res odlično izkušnjo. Zato je med temeljnimi pogoji, da je doživetje že na trgu, kar pomeni, da je že vzpostavljeno in preverjeno.

Prijavitelj lahko svoje doživetje nadgradi in ga prijavi v nadgrajeni, na trgu že preverjeni obliki.

**Kot  
prijavitelj ob  
prijavi  
poslujemo že  
vsaj pol leta.**

## DELOVANJE PRIJAVITELJA



### POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Za zagotavljanje kakovosti Slovenia Unique Experiences mora prijavitelj imeti vzpostavljeno poslovanje in izpolniti temeljni pogoj, da kot poslovni subjekt na dan prijave deluje že vsaj pol leta.

**Doživetje imamo predstavljeno na platformi TRIPADVISOR (od prijave v 6 mesecih dosega povprečno oceno najmanj 4,5).**



#### **POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA**

K pogoju 04 dodajamo pomemben vhodni pogoj – da je doživetje že predstavljeno na platformi TRIPADVISOR. Ponudnik mora spremljati ocene in komentarje uporabnikov in se nanje odzivati v skladu z dobro prakso. To postane sestavni del sheme kakovosti. Ocene bo redno spremljal tudi upravljavec Slovenia Unique Experiences (STO) in jih obravnaval kot enega ključnih elementov letne analize.



**Prijavitelj  
jamči  
informacije  
in izvedbo  
poleg  
slovenskega  
vsaj v enem  
tujem jeziku.**

## VSAJ ŠE EN TUJ JEZIK



### POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Prijavitelj mora imeti informacije o doživetju na svoji spletni strani (vzpostavljena spletna stran prijavitelja oziroma produkta oziroma doživetja je pogoj) – poleg slovenskega morajo biti informacije na voljo vsaj še v enem tujem jeziku. Zaželeno je vsaj angleščina (kar pa ni pogoj, saj lahko določeno doživetje nagovarja druge jezikovne skupine).

Vodnik mora biti sposoben izvesti doživetje vsaj v enem tujem jeziku. Prijavitelj zagotavlja odzivnost (telefonsko ter odgovor na vprašanje ali potrditev rezervacije do konca istega delovnega dne – več v kriterijih) – vsaj v enem tujem jeziku.

# FOTOGRAFIJE ZA PREDSTAVITEV DOŽIVETJA

**Doživetje je predstavljeno z najmanj 5 kakovostnimi fotografijami.**



## POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Fotografije morajo biti visoko resolucijske in konceptualno kakovostne, saj so namenjene predstavitvi doživetja v različnih orodjih. Oddane morajo biti v jpeg formatu v visoko resolucijski velikosti 2500 slikovnih točk po daljši stranici pri ločljivosti 300 dp.

Posnete so tako, da ujamejo čustva in dajejo občutek o lokaciji in vsebini doživetja. Prijavitelj ima urejene pravice za uporabo, ki jih prenese na STO za potrebe trženja Slovenia Unique Experiences.

Fotografije so obvezna priloga k prijavi (K05 – OPIS DOŽIVETJA in PRILOGE).

### Motivi:

1. 1 IMIDŽ fotografija, ki najbolj privlačno ponazori doživetje (in se uporablja kot nosilna fotografija za trženje doživetja)
2. 1 fotografija z LJUDMI, ki so primarna CILJNA SKUPINA
3. 1 fotografija, iz katere je razvidna MIKRO LOKACIJA izvajanja doživetja (lokacija izvajanja doživetja)
4. 1 fotografija, ki ponazori DETAJL DOŽIVETJA (AKTIVNOST);
5. 1 fotografija, iz katere je razvidna MAKRO LOKACIJA



## POZOR

### Dodatna priloga k prijavi je VIDEO predstavitev

Prijavitelj mora priložiti (do) 3-minutni video, ki zelo nazorno in jasno ponazori izvajanje doživetja. Iz njega mora biti razvidna lokacija doživetja, potek doživetja in vsebine (vključena ponudba, točke obiska, storitev) doživetja ter pristop k obiskovalcu in načini vključevanja obiskovalca v doživetje (izkustvena nota). Video je pripravljen zgolj za potrebe ocenjevanja s strani komisije in ni namenjeno trženju doživetja, zato je dovolj kakovost, ki jo zagotavljajo kakovostni pametni telefoni.

**Kot podjetje/  
ponudnik/  
destinacijska  
organizacija  
delujete in  
svojo  
ponudbo že  
tržite na tujih  
trgih.**

## DELOVANJE NA TUJIH TRGIH



### POJASNILO OBVEZNEGA POGOJA

Zbirka Slovenia Unique Experiences je primarno namenjena za trženje in pozicioniranje Slovenije na tujih trgih, kar pomeni, da moramo tudi pri razvoju doživetij imeti v mislih tujega obiskovalca (kar seveda nikakor ne pomeni, da niso namenjena tudi za domačega).



A green highlighter pen tip is shown in the upper left corner, pointing towards a vertical list of four square checkboxes. Each checkbox contains a green checkmark. The background is white with a dark grey horizontal band across the middle containing the text.

# 02# VSEBINSKI KRITERIJI

**01#LOKALNO**

# Doživetje odraža lokalno identiteto ter skozi zgodbo podpira znamko in identiteto destinacije.

## LOKALNO

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

1.1: Doživetje temelji na LOKALNI IDENTITETI ponudnika oziroma destinacije, kjer se izvaja, jo jasno odraža in s tem promovira.

1.2: Udeleženec ima skozi doživetje priložnost, da stopi v pristno interakcijo z LOKALNIM PREBIVALSTVOM oziroma ljudmi, ki tam živijo (lokalni vodnik, kmet, gostinec, kuhar, športnik, umetnik, zeliščarka ...).

1.3: Gastronomska ponudba (če je del doživetja) je LOKALNA – tako hrana kot pijača. OPOMBA: Ocena se upošteva samo pri doživetjih, ki vključujejo gastronomijo.

1.4: Gastronomska ponudba (če je del doživetja) je SEZONSKA – tako hrana kot pijača. OPOMBA: Ocena se upošteva samo pri doživetjih, ki vključujejo gastronomijo.

1.5: SPOMINKI, ki so del doživetja (možnost nakupa ali vključeni v izvedbo doživetja) odsevajo lokalno identiteto, so proizvedeni v Sloveniji in upoštevajo načelo minimalne embalaže.



**02#AVTENTIČNO**

**Doživetje je zvesto naravi, kulturi in ljudem območja, kjer se izvaja – ne kopira in prevzema doživetij od drugod.**

## AVTENTIČNO

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

2.1: Doživetje temelji na NARAVI/KULTURI (kulturna dediščina ali sodobni načini življenja, kreativne industrije itd.)/LJUDEH območja, kjer se izvaja (vsaj na enem od elementov ali vseh).

2.2: Doživetje ima visoko stopnjo AVTENTIČNOSTI: izvaja se na avtentičen način (kot da bi »stopili v zaodrje in spoznali pravo naravo/kulturo/ljudi«) in ne ostaja na ravni uprizorjene avtentičnosti (»zgolj spremljanje, kaj se dogaja na odru«).

2.3: Doživetje je zastavljeno in izvedeno na način, da ni inovativno zaradi inovativnosti, temveč je v osnovi ZVESTO naravi, kulturi in ljudem območja, kjer se izvaja.

2.4: Gastronomska ponudba (če je del doživetja) je AVTENTIČNA (značilna za območje, kjer se doživetje izvaja) – tako hrana kot pijača. OPOMBA: Ocena se upošteva samo pri doživetjih, ki vključujejo gastronomijo.

**03#EDINSTVENO**

**Doživetje ima element edinstvenosti in valorizira najbolj edinstvene prodajne priložnosti ponudnika/ destinacije.**

## EDINSTVENO

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

3.1: Doživetje temelji na vsaj eni posebnosti oziroma EDINSTVENOSTI OBMOČJA, kjer se izvaja (USP na ravni destinacije).

3.2: Doživetje temelji na posebnosti oziroma EDINSTVENOSTI SLOVENIJE (USP na ravni Slovenije).

3.3: V odnosu do primerljivih doživetij v svetu ali Sloveniji ima to doživetje jasno izražene ELEMENTE RAZLIKOVANJA.

3.4: Doživetje se izvaja na IZJEMNI, POSEBNI, EDINSTVENI LOKACIJI (narava, kultura, nastanitev ...) – delno ali v celoti.



**04#IZKUSTVENO**

**Ima močno  
izraženo  
doživljajsko  
noto,  
obiskovalca  
nagovarja tudi  
na čustveni in  
izkustveni  
ravni.**

## IZKUSTVENO

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

4.1: Doživetje UDELEŽENCA VKLJUČUJE – udeleženec sodeluje in ne zgolj spremlja, obišče, si ogleda (delavnice, degustacije, sodelovanje, aktivnosti ...).

4.2: Skozi doživetje se obiskovalec NAUČI NEKAJ novega – o naravi, kulturi, ljudeh, o sebi (nova znanja in spoznanja).

4.3: Doživetje vključuje vsaj eno PRESENEČENJE (poskrbljeno je, da gost prejme/da se zgodi vsaj eno malenkost/pozornost, ki ni nikjer navedena – lahko gre za predmet ali storitev).

4.4: Močno je izražen vidik EMOCIONALNOSTI. Doživetje nagovarja vsa čutila oziroma več čutil.

4.5: Doživetje vključuje ZGODBO (ki jo pripovedujejo sodelujoči pri izvajanju doživetja oziroma vodnik), ki je relevantna za obiskovalca, ki ustreza tipu doživetja in ki posebnosti, edinstvenosti doživetja/destinacije/ponudnika pretvarja v zapomnljiva doživetja. Zgodba ima izobraževalni in zeleni značaj.

**05#ZELENO**

# Zagotavlja vse temeljne elemente trajnostnega delovanja.

## ZELENO

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

5.1: Doživetje ima EN IZRAZIT ZELENI VIDIK (t.i. krovni zeleni USP) – po nekem zelenem vidiku je razlikovalno, boljše, presežno (trajnostna mobilnost, naravni park, lokalna gastronomija, najbolj reprezentativno zeleno doživetje destinacije ...).

5.2: V okviru izvajanja doživetja NI nobenega izdelka (hrana, pijača, spominek ...) v PLASTIČNI EMBALAŽI.

5.3: Obiskovalec ima v času izvajanja doživetja (ali pred in po njem) MOŽNOST PITNE VODE iz pipe (ko je ta varna). Obiskovalce se spodbudi, da si vodo napolnijo v svojo embalažo.

5.4: V primeru izvajanja doživetja izven urejenega okolja se zagotavlja, da se vse v času izvajanja doživetja proizvedene SMETI SPROTI ODNAŠAJO V URBANO OKOLJE (do ekološkega otoka, kjer se ustrezno ločijo).  
OPOMBA: Ocena se upošteva samo pri doživetjih, ki se izvajajo izven urbanega okolja.



## ZELENO

 POSAMEZNI KRITERIJI

5.5: Ponudnik doživetja obiskovalca nagradi, ko le-ta pripotuje z JAVNIM PROMETOM (in ga v osnovi tudi k temu usmerja).

5.6: Pri postrežbi hrane in pijače se uporablja POSODA, PRIBOR in KOZARCE ZA VEČKRATNO UPORABO – v primeru, ko to ni mogoče, pa morajo biti BIO RAZGRADLJIVI. Možna uvedba kavcije.

5.7: Za izvajanje doživetja se v vseh primerih, ko je to mogoče, zamenja uporabo vozil s pogonom na naftne derivate z okolju prijaznejšimi (KOLESA, ELEKTRIČNI AVTOMOBILI ali DRUGE OBLIKE MEHKE MOBILNOSTI).

OPOMBA: Ocena se upošteva samo pri doživetjih, ki vključujejo transport in ko je na voljo okolju prijaznejša mobilnost.

5.8: Prijavitelj pri trženju doživetja PODAJA INFORMACIJE o javnem prometu, o naravi in kulturi destinacije ter tako ozavešča obiskovalca že pred prihodom.

 **POSAMEZNI KRITERIJI**

5.9: Ponudnik spoštuje pravice delavna in skrbi ZA SOCIALNO VARNOST TER DOSTOJNO PLAČILO vseh, ki so vključeni v izvajanje doživetja.

5.10: V primeru, da doživetje vključuje nočitve, ima nastanitev izražen vidik TRAJNOSTNEGA POSLOVANJA.

I FEEL SLOVENIA

# GREEN SCHEME OF SLOVENIAN TOURISM



## Odnos med SLOVENIA GREEN in kriteriji v okviru SLOVENIA UNIQUE EXPERIENCES

SLOVENIA GREEN ni pogoj in prijavitelji niso bolje ocenjeni (trenutno) – v roku 2 letih se to postavlja kot temeljni obvezni vhodni pogoj.

Ponudniki z znakom SLOVENIA GREEN bodo tega pozicionirali doživetju.

### DESTINATIONS:



Ljubljana, Vipava Valley, Logar Valley, Ptuj, Slovenj Gradec, Bela Krajina Region, Vipava Valley, Logar Valley Solčavsko, Šentjur, Ilirsko Polje, Ptujski park, Škocjanske jame, Termična Loka, Sevnica, Hrpolje-Kozina, Koper, Hrpolje-Kozina.



Idrija, Kamnik, Radlje ob Dravi, Rogla, Velenje, Ptuj, Slovenj Gradec, Bela Krajina Region, Vipava Valley, Logar Valley Solčavsko, Šentjur, Ilirsko Polje, Ptujski park, Škocjanske jame, Termična Loka, Sevnica, Hrpolje-Kozina, Koper, Hrpolje-Kozina.

### PARKS:



Triglavski narodni park, Vrhnjanski Regional Park, Škocjanske jame Regional Park, Ptuj, Slovenj Gradec, Bela Krajina Region, Vipava Valley, Logar Valley Solčavsko, Šentjur, Ilirsko Polje, Ptujski park, Škocjanske jame, Termična Loka, Sevnica, Hrpolje-Kozina, Koper, Hrpolje-Kozina.

### AGENCIES:



Roundabout Travel, Visit GoodPlace.

### ACCOMMODATIONS:

Farm Stay Marjanca (EU Ecolabel), Country Estate Trnulia (Bio Hotels), Hotel Natura Rogla (EU Ecolabel), Hotel Atrij Superior Terme Zreče (EU Ecolabel), Hotel Natura Rogla (EU Ecolabel), Farm Stay Urška (Travelife), Farm Stay Marjanca (EU Ecolabel), Hotel Savica (EU Ecolabel), Hotel Astoria Bled (EU Ecolabel), Hotel Atrij Superior Terme Zreče (EU Ecolabel), Hotel Natura Rogla (EU Ecolabel), Terme Dobrna (EU Ecolabel), Vila Mila Bled (EU Ecolabel), Vila Angelina (EU Ecolabel).

**SLOVENIA GREEN**  
TRAVEL AGENCY

TRAVEL AGENCY  
**GREEN**  
TRAVEL AGENCY

**SLOVENIA GREEN**  
TRAVEL AGENCY

**SLOVENIA GREEN**  
TRAVEL AGENCY

TRAVEL AGENCY

**06#BUTIČNO**



**Obiskovalcu  
nudi občutek  
individualnosti  
in butičnosti.**

## BUTIČNO

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

6.1: Doživetje se izvaja za MANJŠE SKUPINE, ki omogočajo občutek intimnosti in butičnosti in obiskovalcu omogoči, da se poveže z vodnikom in drugimi udeleženci.

6.2: Udeleženec doživetja ni del gneče – v primeru obiska atrakcije se zagotovi TEKOČ VSTOP, LOČENO in BREZ ČAKANJA V VRSTI.

6.3: Ponudnik ima razdelan sistem, kako vzpostaviti in zagotoviti INDIVIDUALNI PRISTOP (osebno naslavljanje, ustrezno naslavljanje in komunikacija do gostov s posebnimi potrebami, pozornost, individualnost in personalizacija ...).

**07#PREMIUM**

**Zagotavlja  
premium  
kakovost–  
jamči visoko  
kakovostno  
izvedbo v  
celotni  
nakupni poti.**

## PREMIUM

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

7.1: Doživetje ima izdelano SHEMA KAKOVOSTI – vsak element stika z gostom (A-pred prihodom, B-v času izvajanja doživetja, C-po doživetju) je natančno identificiran in razdelan (kaj storimo, da je storitev res premium kakovosti), zagotavlja se stalna kakovost (neodvisno od časa, vodnika). Pojasnite, razložite. POJASNILO: Upravitelj ne predpisuje obrazca/poročila, ampak sistem prepušča izvajalcu. Po presoji bo upravljavec pozval prijavitelja, da ga predloži.

7.2: Vsi, ki so del izvajanja doživetja, so deležni POSEBNEGA IZOBRAŽEVANJA s strani izvajalca.

7.3: Poskrbljeno je za VISOKE STANDARDE REDA IN ČISTOČE (povsod, kjer se izvaja doživetje, tudi v javnih toaletah, ki jih uporabljajo obiskovalci doživetja).

7.4: KONCEPT 5-ZVEDZIČNOSTI je pomemben del temeljnega delovanja ponudnika/destinacije in je vključen v ključna izobraževanja, ki jih ponudnik/destinacija izvaja za razvoj svoje ponudbe. Pojasnite, kako.

**08#DODANA VREDNOST**

**Zaradi močne izkustvene note in močnega angažiranja ljudi doživetje ustvarja višjo dodano vrednost in nagovarja zahtevnega (tujega) obiskovalca, ki je za posebno doživetje pripravljen plačati tudi nekaj več.**

## DODANA VREDNOST

### ★ POSAMEZNI KRITERIJI

8.1: Doživetje je motivacijsko in prinaša VREDNOST ZA TUJEGA GOSTA.

8.2: Doživetje ima KRITIČNO MASO ponudbe, zanimivosti, aktivnosti, ki motivirajo k nakupu.

8.3: Finančni učinki doživetja ostajajo v lokalni skupnosti. Izvajalci v okviru doživetja so del lokalne skupnosti – lokalni izvajalci, LOKALNA DOBAVNA VERIGA.

8.4: Doživetje ima DOBRO RAZMERJE med ceno in kakovostjo. Prinaša dodano vrednost tako za prijavitelja/izvajalca kot obiskovalca.



**09#DESEZONALIZACIJA**

**VS9**

**VSEBINSKI  
KRITERIJI SKLOP  
09/10**

**Prizadevamo si, da  
Slovenia Unique  
Experiences z  
dobrimi vsebinami  
motivirajo k obisku  
izven poletja.**

## **DESEZONALIZACIJA**

### **POSAMEZNI KRITERIJI**

9.1: Doživetje se izvaja TUDI IZVEN 2 poletnih mesecev.

**10#5-ZVEZDIČNO**

**VS10**

**VSEBINSKI  
KRITERIJI SKLOP  
10/10**

**Prispeva k  
uresničevanju  
obljube Slovenije  
kot zelene butične  
destinacije za 5-  
zvezdična doživetja.**

**POSEBNA  
KATEGORIJA**

## **5-ZVEZDIČNOST**

### **POSAMEZNI KRITERIJI**

Ob tem komisija, ki je sestavljena posebej za potrebe Slovenia Unique Experiences, presoja doživetje skozi kriterij 5-zvezdičnosti in tako sprejme končno odločitev z vidika:

10.1: ali doživetje prinaša dodano vrednost na ravneh ekonomskih, družbenih in kulturnih vrednot ter prispeva k podobi zelene butične Slovenije in trajnostnemu razvoju in

10.1: ali prijavljeno doživetje reprezentativno prispeva k skupni zbirki izbranih 5-zvezdičnih doživetij Slovenije

A green pen nib is shown in the upper left corner, pointing towards a checklist on the right. The checklist consists of three square boxes, each containing a green checkmark. The background is white with a dark grey horizontal band at the bottom.

**03# AKTIVNOSTI, KI JIH  
PRIJAVITELJ ZAGOTAVLJA**



## KOT PRIJAVITELJ ZAGOTAVLJAM – zaveza:

1. Da bom profesionalno, odgovorno in po visokih etičnih standardih doživetje izvajal na način, kot sem ga opredelil v PRIJAVNICI (obrazec K04) in OPISU DOŽIVETJA (obrazec K05).
- 2: Da bom deloval odgovorno, profesionalno, po etičnih načelih in sledil visokim standardom kakovosti, ki so ena temeljnih značilnosti doživetij Slovenia Unique Experiences.
- 3: Kot prijavitelj zagotavljam, da si bom v procesu izvajanja doživetja prizadeval za minimiziranje negativnih vplivov na naravno in družbeno okolje.
- 4: Zavedamo se, da ima turizem velik vpliv na lokalne skupnosti ter družbeno in ekonomsko podobo destinacije, zato aktivno vključujemo lokalno skupnost in razvijamo turizem, ki prinaša pozitivne rezultate za vse.
- 5: Prizadevamo si za sezonsko in regijsko porazdelitev turističnega obiska Slovenije in spoštujemo nosilne sposobnosti prostora.

## KOT PRIJAVITELJ ZAGOTAVLJAM – zaveza:

6. Želimo, da obiskovalci občutijo pokrajinsko in biotsko raznolikost Slovenije, zato si prizadevamo, da pri našem poslovanju, razvoju ponudbe in komuniciranju izpostavljammo tisto, kar je v našem okolju najbolj posebno, avtentično, z lokalnim značajem.

7: Kot prijavitelj zagotavljam, da bom morebitne spremembe, ki ne predstavljajo razvoja oziroma kakovostne nadgradnje doživetja, pravočasno (v roku 7 dni) in ustrezno pisno pojasnil in obvestil STO (in v primeru spremembe za nadaljnje trženje pod znamko Slovenia Unique Experiences dobil pisno dovoljenje STO).

8: Kot prijavitelj zagotavljam, da bom spremljal temeljne značilnosti koriščenja doživetja (obseg/število prodanih doživetij, struktura obiskovalcev po trgih oziroma vse opredeljene kazalnike, na podanem obrazcu, ki ga bo predložil upravitelj). Podatke bom 1-krat letno predložil upravljavcu (STO), na posebnem obrazcu.

9: Kot prijavitelj se s prijavo na poziv za 5\* doživetja zavežem, da bom za potrebe izvajanja preverjanja kakovosti doživetja 1-krat letno ponudil brezplačno udeležbo na doživetju za 1 osebo (po metodi skritega gosta, ki jo bo izvajal STO), v obliki darilnega bona.

## KOT PRIJAVITELJ ZAGOTAVLJAM – zaveza:

10. Zavezujem se, da bom po prejemu ocene s strani skritega gosta odgovorno in zavezano poskušal v danem časovnem okviru odpraviti šibke točke.

11: Zavezujem se, da bom redno spremljal ocene za doživetje na TripAdvisorju in sproti skrbel za odzive ter izboljševanje kakovosti.

12: Zagotavljam, da bom odziven pri rezervacijah in vprašanjih in sledil naslednjim standardom:

- Vsaka rezervacija se potrdi najkasneje do konca delovnega dneva, v katerem je bilo prejeto povpraševanje. Priporoča se avtomatski potrditveni e-mail, ki komunicira 5-zvezdično (slovensko, angleško, nemško in italijansko).
- V primeru pisnih vprašanj se odgovor posreduje prav tako do konca delovnega dneva, v katerem je bilo prejeto vprašanje (zaželen odgovor v istem jeziku, najmanj pa v angleškem jeziku).
- Telefonska odzivnost v okviru rednega delovnega časa – sicer zagotovljen avtomatski odzivnik.

## KOT PRIJAVITELJ ZAGOTAVLJAM – zaveza:

13. Zagotavljam, da sem za potrebe organiziranih skupin pripravljen doživetje prilagajati (trajanje, medkulturne posebnosti, izhodiščno mesto itd.).

14: Preko svojih kanalov bom promoviral svoje doživetje, z znakom kakovosti Slovenia Unique Experiences, na predpisan način (predstavitev doživetja mora vključevati predpisane elemente, fotografije in biti poleg slovenskega na voljo vsaj še v enem tujem jeziku.).

15: Zagotavljam, da bom skrbel za delovanje in ažuriranje svoje spletne strani, kjer je doživetje predstavljeno.

16: Zagotavljam, da bom pri trženju doživetja sodeloval s STO.

17: Zagotavljam, da bom skrbel za posodobitev vsebin in vizualov, ki predstavljajo doživetje (in prevzemal s tem povezane stroške).

18: Zagotavljam, da bom v primeru, če se mi zaradi neizpolnjevanja kriterijev in kakovosti odvzame znak Slovenia Unique Experiences, odstranil znak iz vseh svojih trženjskih kanalov.

19: Izjavljam, da sem seznanjen s PRAVILNIKOM o ocenjevanju doživetij Slovenia Unique Experiences (PO2 - PRAVILNIK).

# OD VIZIJE DO KONKRETNIH PRODAJNIH 5-ZVEZDIČNIH DOŽIVETIJ





I FEEL  
SLOVENIA

**Ne spreglejte: 13. JUNIJ 2018, 9.00**  
**PRODAJNA FUNKCIJA DMMO-jev**

# VPRAŠANJA

**[unique@slovenia.info](mailto:unique@slovenia.info)**

**Kontaktna oseba na STO:  
Miša Novak, telefon 041 645 097).**

