



**PETLETNI RAZVOJNI NAČRT JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO ROGAŠKA
SLATINA**

Pripravil: Dino Markovinovič, direktor

December, 2020

UVOD.....	3
ORGANIGRAM.....	5
VPLIV COVID 19 in NADALJNI RAZVOJ DESTINACIJE.....	6
PROGRAMSKE USMERITVE IN CILJI NA PODROČJU KULTURE.....	8
PROGRAMSKE USMERITVE IN CILJI NA PODROČJU TURIZMA	11
Rogaška MEDICAL	13
Rogaška Wellness & Beauty.....	13
Rogaška Experience	13
Rogaška Events	14
Rogaška Business	14
INFRASTRUKTURA in INVESTICIJE	15
KAKOVOST & RE-DESIGN.....	15
ZNAMKA IN TRŽENJE.....	15
UPRAVLJANJE IN TRAJNOSTEN RAZVOJ.....	16

UVOD

V tem dokumentu zasnovan petletni razvojni načrt javnega zavoda za turizem in kulturo Rogaška Slatina iz področja turizma temelji na osnovi Strategije trajnostnega razvoja turizma in trženja turistične destinacije Rogaška Slatina za obdobje 2020 – 2027, ki je bila oblikovana in sprejeta s strani turističnih deležnikov ter občine Rogaška Slatina iz področja kulture pa izhaja iz petletnega lokalnega programa kulture, ki je oblikovan in sprejet iz strani vseh deležnikov kulture na območju občine Rogaška Slatina.

V nadaljevanju bo kratica JZTKRS uporabljena za Javni zavod za turizem in kulturo Rogaška Slatina.

Cilji so zelo jasno definirani jih bo pa potrebno terminsko prilagajati na način, da se bodo uspešno realizirali do leta 2025 oziroma 2027. Celotna strategija je pogojena s kadrovskimi in finančnimi zmožnostmi JZTKRS.

Kot je navedeno v odloku je JZTKRS ustanovljen za namene:

- oblikovanja in promocije celovite turistične ponudbe območja občine,
- informacijsko turistične dejavnosti,
- vodenja registra turističnih vodnikov na območju občine,
- raziskovanja in analiziranja trga na področju turizma,
- pospeševanja turističnega prometa,
- usklajevanja razvojnih turističnih aktivnosti območja,
- sooblikovanja turistične ponudbe Slovenije in njene promocije,
- spodbujanja, koordiniranja, ozaveščanja in vključevanja turističnih subjektov ter lokalnega prebivalstva za razvoj celovitih turističnih proizvodov območja,
- načrtovanja specializiranih turističnih prireditev večjega pomena,
- raziskave in analize lokalnega turističnega trga,
- organizacije prireditev in kulturne dejavnosti,
- izvajanja muzejske in razstavne dejavnosti,
- upravljanja in urejanja kulturnih objektov v Občini Rogaška Slatina,
- izvajanja drugih nalog s področja turizma in kulture na območju občine, v javnem interesu Občine Rogaška Slatina.

JZTKRS upravlja z naslednjimi objekti:

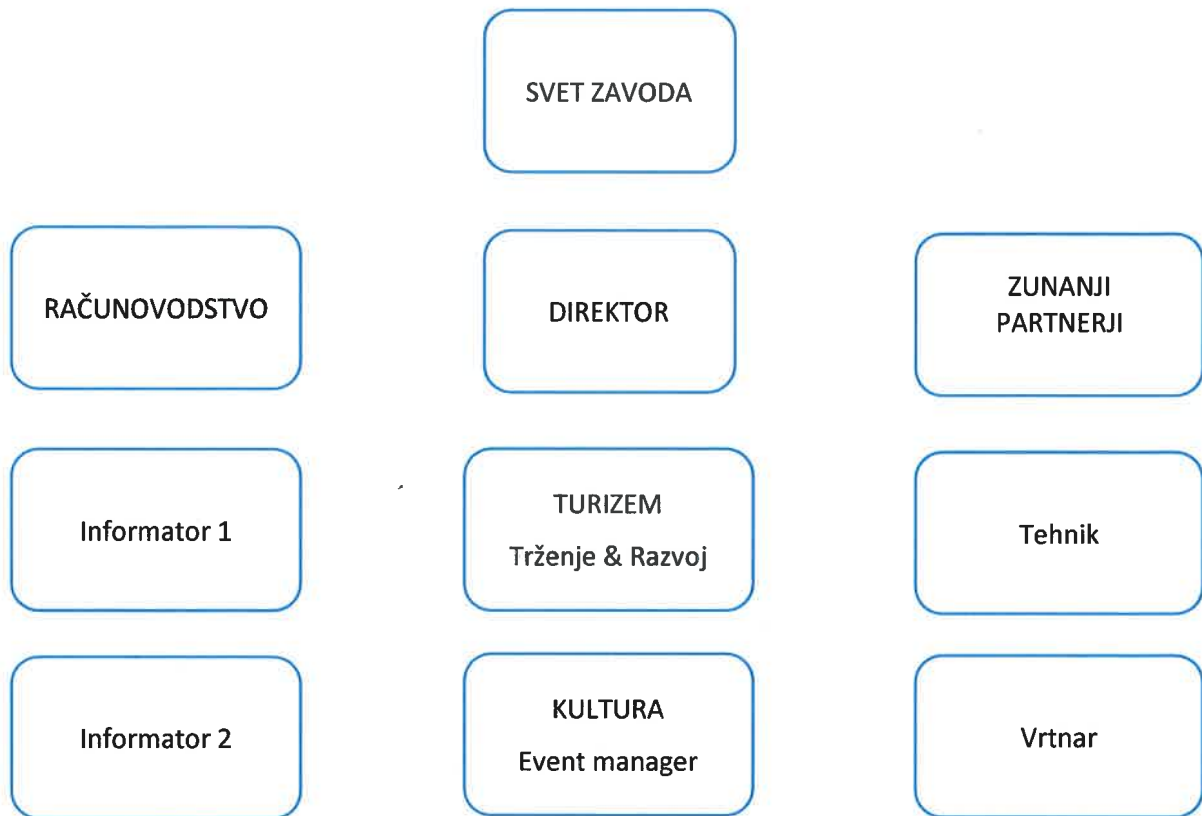
- Kulturni center Rogaška Slatina,
- Anin dvor,
- TIC Rogaška Slatina,
- Anina galerija,
- Paviljon kaktej,
- Informacijsko središče na Boču,
- Bobrov center

Upravljanje s sedmimi (7) objekti predstavlja velik izziv ob izpeljavi celotne strategije. Pa vendar menimo, da so objekti lahko ob pravilni tržni naravnosti tudi prihodkovno učinkoviti.

ORGANIGRAM

V JZTKRS je trenutno zaposlenih 6 oseb, dodatno se za potrebe delovanja Aninega dvora ter Anine galerije najema študente.

Trenutna organizacijska struktura je kadrovsko podhranjena za uresničitev dogovorjene strategije do leta 2027.



VPLIV COVID 19 NA RAZVOJ DESTINACIJE

V Rogaški Slatini smo vrsto let uspešno razvijali in promovirali trajnostni turizem. Destinacija velja za nemnožično, kar sedaj predstavlja dober kapital za ponovni zagon turizma. Danes, ko se Evropa spopada z več kot 80-odstotnim upadom mednarodnih prihodov, so aktivnosti slovenskega turizma usmerjene v obvladovanje krize in blažitev njenih vplivov na turizem, v prizadevanje za ohranitev dragocenih delovnih mest, hkrati pa je potrebno sprejeti odločitve za jutri in ukrepe za učinkovitejši, odpornejši in bolj trajnostno naravnani turizem. Dejstvo je, da se bo vedenje turistov spremenilo, ljudje bodo potovali manj in bližje domu, spreminja pa se tudi odnos turista do potovanja, pri čemer sta varnost in zaupanje ključni vrednoti. Potrebne so korenite strukturne spremembe, prav tako spremembe v razmišljanju, v organiziranosti v turizmu, trženju in nova opredelitev kazalnikov uspešnosti. Nujna je digitalna transformacija, oblikovanje inovativnih procesov in doživetij ter pospešen prehod v trajnostni turizem, kar je pogoj za povečanje produktivnosti in družbene blaginje. Načrt okrevanja in odpornosti slovenskega turizma v letih 2020 – 2023 bo dokument Slovenske turistične organizacije kateremu bomo sledili tudi v destinaciji Rogaška Slatina. Prepričani smo, da bomo v sodelovanju uspeli pripraviti ustrezen načrt za doseg vseh zastavljenih ciljev in uresničitve strateške vizije.

Ključnih 5 stebrov:

1. ZAGOTAVLJANJE VARNOSTI & POVRNITEV ZAUPANJA

Standardi, obvladovanje tveganj ter krizno upravljanje – nova realnost

2. PRILAGAJANJE VALOM PANDEMIJE

Preživetje, prilagajanje, fleksibilnost načrtovanja in izvajanja aktivnosti

3. RAZUMEVANJE POTROŠNIKOV

Oblikovanje avtentičnih, individualnih doživetij, poudarek na aktivnih turistih, nova segmentacija

4. DRUŽBA 5.0.

Še bolj intenzivna digitalizacija (brezstično poslovanje, marketing, usmerjanje turističnih tokov...)

5. OD MARKETINGA K MANAGEMENTU

Fokus na grajenju odnosov, zadovoljstvo lokalnega gospodarstva & prebivalstva

Letos je pandemija turizem v veliki meri zaustavila, in tudi največji optimisti smo zato v napovedih, kaj nas čaka, zadržani. Gospodarska panoga, ki predstavlja enega stebrov razvoja mnogih evropskih držav, tudi Slovenije, bo za ponoven vzpon potrebovala obsežno pomoč držav in Evropske unije kot naše druge domovine. Optimistične napovedi o finančnih instrumentih unije za okrevanje in razvoj po pandemiji nas vsekakor navdajajo z optimizmom, saj vidimo v njih – ob dobri osnovi vrste ukrepov, ki ji je in jih še bo sprejela slovenska vlada - dobro priložnost za naš turizem, a veliko bo odvisnega tudi od nas samih. Od tega, kako bomo znali ponastaviti naša pričakovanja, dopolniti našo ponudbo in še izboljšati naš odnos do gosta, pa do tega, kako daleč bomo segli z informacijami o tem, da smo varna država. Vse to bo v novi realnosti štelo mnogo več kot kdaj koli prej.

Pot do okrevanja lepo ponazori STO:



PROGRAMSKE USMERITVE IN CILJI NA PODROČJU KULTURE

Področje kulture v destinaciji pokrivamo skupaj z ostalimi deležniki s katerimi je sklenjen 5 letni lokalni program razvoja. Vsekakor je načrt izvedba utečenih programov/aktivnosti na področju kulture. To področje bo v naslednjem obdobju še posebej velik izziv zaradi globalne situacije. Zato bomo primorani poiskati načine za organizacije dogodkov po navodilih oziroma priporočilih NIJZ. V kolikor pa bo globalna pandemija izginila pa se bomo fokusirali na način kako povečati število obiskovalcev na dogodkih. Cilj je in bo v sklopu finančnih, kadrovskih in organizacijskih zmožnostih organizirati privlačno kulturno vsebino saj si kot zdraviliški kraj s 400 letno tradicijo to nedvomno zaslužimo.

Oseba zaposlena v Kulturnem centru bo skrbela za prepletanje »kulture« z integralnim turističnim produktom »events«. Pripraviti je potrebno delovno skupino (turistični ponudniki, lokalna kulturna društva, umetniki, idr.), ter narediti programsko strategijo za nosilne destinacijske prireditve: medical, well-being, ples, koncerti in predstave. Nato vse časovno umestiti v letno izvedbo. Seveda je potrebno določiti budget namenjen temu kakor tudi ostalim ITP produktom. Spremlja jo produktna brošura Rogaška Events ter vključitev v vse promocijska kanale.

Partnerji v vsebinski pripravi programov:

- Kulturno društvo Akademski pevski zbor Rogaška Slatina
- Žensko pevsko društvo
- Moški pevski zbor Rogaška Slatina
- Cerkevno pevsko društvo Sv. Križ
- Kulturno društvo Vitis Rogaška Slatina
- Kulturno društvo vokalna skupina Cantabile
- Kulturno društvo mešani cerkveni pevski zbor Kostrivnica
- Ljudski pevci Planinski prijatelji
- Kulturno-prosvetno društvo Kostrivnica
- Folklorno društvo Minerali
- Glasbeno društvo Mestni pihalni orkester Rogaška Slatina
- Pihalni orkester društvo glasbenikov
- Glasbeno društvo Kristali
- Društvo ljubiteljev likovne ustvarjalnosti
- Društvo za ohranjanje slovenskih narodnih jedi in običajev občine Rogaška Slatina GAJA
- Kulturo društvo Zlate strune
- Kulturno društvo Spominčice (pevski zbor, folklorna in dramska skupina)
- Literarno društvo Sončnica
- Zbirateljsko društvo Rogaška Slatina
- Foto klub Glas Sotle
- Klub popotnikov in fotografov Potograf
- Društvo Vednocvet
- Društvo žena Sv. Florijan

Kulturni center bomo nadgradili s koncerti klasične glasbe, narodno-zabavnim programom, kulturnimi in poslovnimi dogodki, pogovornimi dogodki, kongresnimi srečanji. Dodajali bomo program glede na potrebe obiskovalcev in situacije vezane na prireditve v zaprtih prostorih. Klavir znamke FAZIOLI je prestižne vrednosti in kvalitete iz tega razloga, ga je potrebno temu primerno umestiti v vsebinski del.

Aktivnost 1: Abonma Kristal

Vključuje 3 koncerte klasične glasbe (izvajalci v skladu s finančnimi zmožnostmi)

Sponzor: kristalna Rogaška ali drug gospodarski subjekt

Aktivnost 2: Ermin Tkalec, pianist

Solo koncert, kot zaključek doktorskega študija. Dogovor konec leta v kolikor bodo ukrepi to dopuščali.

Aktivnost 3: obuditev narodno-zabavnega programa

V sodelovanju GH Rogaška poskrbeti za kontinuirane glasbene večere v kristalni dvorani. Primer: doživetje Franz Liszt vsako sredo ob 20h Kristalna Dvorana

Anina galerija bo postalo butično prizorišče za zbiranje umetnikov lokalnega in regionalnega okolja. Vključitev Nanija Poljanca kot programskega vodjo. Anina galerija naj bo priložnost za vse mlade start-up umetnike, ustvarjalce, ljubitelje kulture. Hkrati pa naj bo priložnost za obiskovalce, da doživijo umetnost na unikaten način. Potrebno je organizirati izobraževalne delavnice ter prevzeti mentorstvo nad študentskim delom. Tedensko (1) dežurstvo bo prevzel priznani ljudski umetnik Nani Poljanec.

Anin Dvor bomo v sklopu razpisa kulturne dediščine preobrazili v moderen digitalni muzej prihodnosti. Načrtujemo tudi posodobitev vseh zbirk. V povezavi z ostalimi subjekti (npr. Bobrov Center) planiramo večjo obiskanost mlajših generacij. Potrebno se je povezati z ostalimi muzeji (Muzej na prostem Rogatec, Muzej baroka Šmarje pri Jelšah, Muzej novejšje zgodovine Celje) ter skupaj ponuditi muzejska doživetja. Tedensko (1) bo vodenje prevzel nosilec domoznanske zbirke, ljudski umetnik Nani Poljanec.

Anin Festival bomo v skladu s finančnimi zmožnostmi nadgrajevali iz leta v leto. Izkoristiti lokalne vrhunske umetnike (Trio Toplišek, pianist Ermin Tkalec, Dejan Romih idr.). Vrhunec festivala bi bil koncert s simfoniki. Program je potrebno zastaviti ambiciozno (Lola Astanova, klavirski maraton...) ter takšnega predstaviti so-financerjem

Glavne aktivnosti, ki jih bomo načrtovali so:

- Sodelovanje z glasbeno šolo pri organizaciji glasbenega abonmaja klasične glasbe
- Sodelovanje z lokalnimi kulturnimi društvi pri pripravi različnih dogodkov na celostni ravni destinacije. Delovati kot koordinator in nadzorni organ nad terminskimi in vsebinskimi prireditvami v Občini Rogaška Slatina
- V sodelovanju GH Rogaška poskrbeti za kontinuirane glasbene večere v kristalni dvorani. Primer: doživetje Franz Liszt vsako sredo ob 20h Kristalna Dvorana
- Sodelovanje s Knjižnico Rogaška Slatina pri pripravi dogodkov
- Sodelovanje z MPI Vrelec pri pripravi dogodkov
- Organizacija gledališkega abonmaja za odrasle in otroke
- Sodelovanje z Mladinski svet RS
- Anino galerijo in mestno galerijo tržiti za namene literarnih večerov, branja poezij, razstave, različna predavanja...
- Vključitev ljudskega ustvarjalca Nanija Poljanca v projektno delo ter redno otvoritev kulturnih prireditev, vodenja Anin Dvor
- Ostale aktivnosti zapisane v strategiji razvoja 2020-2027

PROGRAMSKE USMERITVE IN CILJI NA PODROČJU TURIZMA

Glavno vodilo je 5 prepoznavnih in konkurenčnih destinacijskih ITP produktov, ki jih spodaj natančneje navajamo. Naslednji korak so nove investicije in prenove za trajnostno, sodobno in konkurenčno zdraviliško destinacijo. Potrebna je skrb za kakovost in re-design na način, da postavimo destinacijo na raven zelene, butične z visokimi standardi kakovosti in inovacijami. Destinacijsko znamko je potrebno ciljno in sodobno digitalno pozicionirati za okrepitev pozicije. Ob vsem naštetem je potreben partnerski razvoj in upravljanje destinacije. Cilji in kazalniki so podrobneje predstavljeni v akcijskem načrtu s sprejeto Strategijo razvoja in trženja turizma v turistični destinaciji Rogaška Slatina za obdobje 2020-2027 (<https://www.rogaska-slatina.si/media/1375/strategija-razvoja-turizma-rogaskaslatina-2020-2027-finalna-verzija-2019.pdf>)

5 NAJMOČNEJŠIH PREDNOSTI Rogaške Slatine

1. Edinstvena zdravilna naravna mineralna voda Donat Mg
2. 400 letna tradicija balneološkega turizma, vrhunske medicinske storitve s področja gastroenterologije in ponudba za sprostitev
3. Močna identiteta zdraviliškega kraja in struktura ponudbe, ki tvori zaokroženo ponudbo in ambient
4. Turizem je prioriteta razvojna panoga v občini
5. Močni zasebni zdravstveni in hotelski ponudniki

5 NAJBOLJ IZRAŽENIH SLABOSTI Rogaške Slatine

1. Dolgoletna izguba kapitala na področju imidža in delovanja skupne, povezane destinacije Rogaška Slatina (izguba pozicije vodilne zdraviliške destinacije v Sloveniji)
2. Izguba nekdanjih tradicionalnih trgov (Italija, zanemarjanje Avstrije in Nemčije) in prevelika odvisnost od nestabilnih trgov (Ruska federacija, Ukrajina)
3. Premalo specializacije in razlikovalnih produktov med hotelskimi ponudniki
4. Destinacija nima imidža 5-zvezdične destinacije
5. Upravljanje destinacije in destinacijske znamke se šele vzpostavlja, a prepočasi (premalo kadrovskih in finančnih resursov)

Ključni izzivi, ki jim sledimo skozi strateške prioritete:

- 1. POVPRASHEVANJE:** Povečanje števila prenočitev, zasedenosti in ponovna okrepitev nekoč za Rogaško Slatino pomembnih trgov.
- 2. NASTANITVENA PONUDBA:** Nadgrajevanje ponudbe za zahtevne segmente, z jasno profiliranimi vsebinami in dobrimi arhitekturnimi rešitvami, ter krepitev predvsem butične nastanitvene ponudbe.
- 3. PONUDBA oziroma PRODUKTI:** vzpostaviti in profilirati 5 prepoznavnih in konkurenčnih destinacijskih produktov, ki bodo pri trženju pomagali vsem ponudnikom in krepili pozicijo destinacije kot celote.
- 4. TRZENJE:** Vzpostaviti ciljno in sodobno vsebinsko digitalno trženje pod skupno destinacijsko znamko, za okrepitev pozicije destinacije. Dati večji poudarek na študijskih turah za strokovne javnosti in organizaciji PR dogodkov.

V nadaljevanju je program dela razdeljen v 5 sklopov:

- PRODUKTI (profiliranje in nadgradnja je temeljna aktivnost in prioriteta v prihodnjem obdobju)
- INFRASTRUKTURA & INVESTICIJE (nove investicije za izboljšanje konkurenčnosti)
- KAKOVOST & RE-DESIGN (za preboje je potrebno udejanjiti princip re-designa)
- ZNAMKA & TRZENJE (uspešni smo lahko zgolj pod pogojem, da nastopamo skupaj in ciljano)
- UPRAVLJANJE & TRAJNOSTNI RAZVOJ (v prvi vrsti poskrbimo, da je Rogaška Slatina prijeten kraj za življenje, s tem pa postane tudi privlačna zelena butična destinacija za obisk)

Temeljno področje delovanja bodoče DMMO (destinacijske management&marketing organizacije) zahteva osredotočeno in aktivno delo na:

- **ROGAŠKA MEDICAL**
- **ROGAŠKA WELLNESS & BEAUTY**
- **ROGAŠKA EXPERIENCE**
- **ROGAŠKA EVENTS**
- **ROGAŠKA BUSINESS**

Pomemben produkt, ki se prepleta pa je gastronomija (kulinarika & vino). K tem ključnim produktom bomo razvijali tudi sekundarne produkte kot sta športni turizem in termalni aktivni oddih.

Produkti naj povečujejo motiv prihoda v destinacijo, krepijo imidž Rogaške Slatine v jasnih ciljnih segmentih in povečujejo dodano vrednost ponudbe.

V okviru posameznega produkta načrtujemo v skladu z načrtom dodatne ukrepe, ki bodo terjali tako kadrovske, kakor tudi finančne resurse na strani partnerjev, lokalne skupnosti in JZTKRS.

Rogaška MEDICAL

JZTKRS je nosilec 11 ukrepov. Produkt okrepiti kot vodilnega, za gradnjo prepoznavnosti, tudi pri trženju na ravni posameznih ponudnikov.

- vzpostavitev Rogaške formule zdravja,
- priprava in zagon koncepta ambasadorjev,
- seznanitev pozicioniranje in izpostavitve balneologije,
- organiziranje ciljnega promoviranja zdraviliške destinacije za področje balneologije in ostalih zdravstvenih stanj,
- priprava in zagon programa ambasadorjev,
- seznanitev gostov z aplikacijo Donat MG Detox,
- ozaveščanje lokalnega prebivalstva o pomenu pitnih kur.

Rogaška Wellness & Beauty

JZTKRS je nosilec 13 ukrepov. Produktu z izkoriščanjem ključnih simbolov in konkurenčnih prednosti Rogaške Slatine izboljšati razlikovanje in okrepiti konkurenčnost.

- Vzpostavitev dnevnega rekreacijskega dogajanja za celotno destinacijo,
- s partnerji priprava paketov,
- priprava in zagon programa ambasadorjev,
- vzpostavitev projekt WELL-BEING kartice ugodnosti,
- Organizacija dogodka s partnerji na temo WELL – BEING.

Rogaška Experience

JZTKRS je nosilec 7 ukrepov. Vsebinsko osmisлити ter povezati naravne in kulturne točke v prepoznaven in privlačen destinacijski produkt, temeljne atrakcije pa močnejše izkoristiti za gradnjo prepoznavnosti in razlikovanja destinacije.

- Vzpostavitev doživljajskega vodenja v historičnem jedru ter izven
- Izobraževanje vodnikov
- Priprava vsebine scenarija za nadgradnjo produkta z avdio/video tehnologijo oziroma mappingom (za fazo nadgradnje doživetja produkta z investicijo v tehnično opremo)

- Oblikovanje in postavitve table med parkom in spomenikom Pegaza, ki informira gosta o doživljajskem vodenju z vodnikom (dan, ura, jezik, info).
- Določitev cene vodenega programa na gosta/skupino (vključuje strošek: vodenja, kristalni kozarec, pitje vode v pivnici in vstopnino v Anin dvor ter Kristalno dvorano)

Rogaška Events

JZTRKS je nosilec 9 ukrepov. Vzpostaviti prepoznavne in na tradiciji temelječe visokokakovostne destinacijske dogodke ter tako produkt izkoristiti na eni strani za gradnjo imidža in krepitev pozicije Rogaške Slatine, na drugi pa tudi povečanje povpraševanja po posameznih sezonah.

- Priprava letnega finančnega načrta za izvedbo dogodkov skupaj s partnerji,
- priprava programa 4 nosilnih destinacijskih prireditev, ki temeljijo na identiteti in tradiciji destinacije,
- priprava letnega koledarja ostalih spremljevalnih prireditev, ki postanejo motiv prihoda v destinacijo.

Rogaška Business

JZTRKS je nosilec 6 ukrepov. Okrepiti pozicijo Rogaške Slatine na trgu poslovnega turizma.

- Analiza MICE ponudbe z opredelitvijo konkurenčnih prednosti,
- včlanitev v Kongresni urad Slovenije, vzpostavitev trženja,
- organizacija SIW + DST in skupno trženje MICE kapacitet destinacije.

Organiziranost na področju turizma in trajnostni razvoj

KLJUČNI IZZIV: Okrepitev funkcije destinacijskega managementa in vključenosti vseh deležnikov (poleg večjih tudi manjših ponudnikov in prebivalcev). Ob tem pa izkoristiti Zeleno shemo slovenskega turizma (Rogaška Slatina kot zlata SLOVENIA GREEN destinacija) kot platformo za kreativne in inovativne zelene projekte, ki zeleno delovanje destinacije pretvarjajo v otipljivo vrednost za prebivalce in obiskovalce.

INFRASTRUKTURA in INVESTICIJE

V okviru infrastrukture in investicij, bo pripravljen posodobljen atraktiven koncept nadgradnje predstavitve muzejskih zbirk v Aninem dvoru, s pomočjo javnega razpisa za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021.

Vsebine Aninega dvora bomo vključili in povezali z vsebinami Bobrovega centra ter Paviljona Kaktej. Vse tri enote bomo na ta način povezali v doživetje in jih s pomočjo skupnega načrta uspešno tržili.

Pripravljamo osnutek projektnega predloga za nadgradnjo depandanse Boč. Torej prestrukturiranje v naravovarstveni center Boč, ki bi lahko nudil storitve centra šolskih in občolskih dejavnosti v povezavi z obstoječimi objekti upravljanja.

KAKOVOST & RE-DESIGN

Vzpostavili bomo sistem za redno spremljanje potrošnje in potreb/interesov gostov na ravni destinacije ter implementirali ankete (TIC + partnerji) o zadovoljstvu gostov v destinaciji Rogaška Slatina. Nadaljevali bomo s sistematičnim zbiranjem podatkov in pripravljali statistične podatke za različne deležnike. Statistiko bomo nadgradili s podatki o potrošnji in zadovoljstvu gostov. Vzpostavili bomo destinacijski sistem spominkov, ki odražajo identiteto Rogaške Slatine. Z namenom, da lokalni proizvodi, storitve itd. postanejo temelj kakovosti bomo razmislili o vzpostavitvi destinacijske znamke kakovosti. Z vzpostavitvijo 4 ključnih destinacijskih prireditvev bomo vzpostavili sistem merjenja vrednosti in učinka le teh. Na področju izobraževanja bomo izvedli izobraževanja za hotelsko in gostinsko osebje, usposabljanje ključnih deležnikov, ki bodo del 5 – zvezdičnega doživetja s poudarkom na zagotavljanju kakovostne butične turistične izkušnje, ki zajema

ZNAMKA IN TRŽENJE

V letu 2019 smo pridobili krovno znamko destinacije Rogaške Slatine, ki jo bomo implementirali v vsa ključna orodja partnerjev na destinacijski ravni. S partnerji bomo dogovorili in pripravili načrt co-brandinga (Medical center, Steklarna Rogaška, Kozmetika Afrodit, Atlantic grupa, večji hotelirji). JZTKRS bo v sodelovanju s partnerji pripravil letni načrt trženja (kateri trgi, s katerimi produkti itd.) Načrt bo vseboval tudi finančno ovrednotenje vseh aktivnosti (PR, vplivneži, študijske ture, sejemske nastopi, itd.)

Destinacija bo v veliki meri izvajala digitalno promocijo, tako na domačem, kakor tujih trgih. JZTKRS bo izdelal krovno destinacijsko brošuro vključno s produktnimi brošurami (ROGAŠKA

MEDICAL, ROGAŠKA BEAUTY & WELLNESS itd.). Za vsak produkt bomo izdelali pet produktnih video vsebin in jih aktivno vključili v različne komunikacijske kanale.

JZTKRS bo upravljal s ključnimi profili na družbenih omrežjih ločeno po trgih. (Instagram, Facebook, TripAdvisor itd.)

UPRAVLJANJE IN TRAJNOSTEN RAZVOJ

V preteklem obdobju je bilo vzpostavljeno sodelovanje s ključnimi akterji v destinaciji. To bi želeli nadgraditi in vključiti tudi ostale manjše ponudnike v destinaciji saj vsi skupaj nudijo popolno ponudbo destinacije. Nameravamo podpisati dogovor o sodelovanju (partnerska pogodba), kjer bi vsak deležnik pripeval v končni mozaik. Spremljali in prijavljali se bomo na razpise na področju turizma in kulture. Sprotno spremljanje uresničevanja ciljev strategije na vseh področjih bo ključ do realizacije le teh.

Kot destinacija prejemnica zlatega znaka »Slovenia green destination« bomo skrbeli za izvedbo vseh ukrepov akcijskega načrta (zelena shema), ki je pogoj za vzdrževanje znaka Slovenia Green. Destinacija je, in bo aktiven član konzorcija Slovenia Green. Izobraževali in informirali bomo vse ponudnike v destinaciji za pridobitev okoljskih znakov. Oblikovali bomo komunikacijska sporočila kako trajnost destinacije komunicirati na trgu (tako na ravni destinacije, kakor tudi na ravni ponudnikov). Z vsemi ključnimi deležniki si bomo zadali cilj glede neuporabe plastike oziroma njeno minimiziranje v nastanitvenih obratih.