

UNILINE KAO ALAT ZA RAZVOJ DESTINACIJE



uniline[®]
make a wish

Danas želimo pokazati:

- Veliko ne znači nužno tromo i neproduktivno
- Velike brojke ne trebaju značiti zanemarivanje detalja i gubitak kvalitete
- Pristup Uniline-a rješavanju “problema”
- Gdje smo i kuda idemo



Zašto turisti putuju?

- Zbog hotela?
- Zbog sobe?
- **ZBOG POTREBE!**
- **ZBOG DESTINACIJE!**





VJEČITO PITANJE: TKO JE BIL PRVI, KOKOŠ ILI JAJE?

THOMAS PRINOR 18.11.12.

Kamen spoticanja u razvoju

- Da li prvo dovesti goste?
- Da li prvo investirati / razvijati proizvod / ostati otvoren?
- Tko da investira?
- Tko da preuzme rizik?
- HTZ/HGK/MINT – prepoznao potrebu i pokrenuo modele koji moгу značiti iskorak
- Iskorak hotelskih investicija je pokrenut
- Usporeno praćenje destinacija / koordinacija



Prvi ključ za uspjeh: pristup proizvodu

- Mikrolokacijski – destinacija definira
- Specifičnosti – nema jednakih destinacija
- Bez svaštarenja i improvizacije
- Korištenje lokalnih resursa kad god je to moguće
- Prodavač poznaje proizvod (poznavanje teme)



Uključivanje potrebnih dionika

- Kvaliteta i održivost
- Specijalizacija
- Podrška lokalnih pružatelja usluga
- Podrška lokalne uprave
- Usklada sa lokalnim razvojnim planovima
- Distribucija rizika (uključenje svih = interes svih)



Preuzimanje rizika

- HTZ
- Uniline
- Lokalne institucije
- Lokane agencije
- Lokalne atrakcije
- Stvaranje sinergije i disperzija rizika



Održivost



Održivost u turizmu i ugostiteljstvu

KVALITETA SADRŽAJA
DOSTUPNOST
SIGURNOST



Teme – motivi dolaska

Potreba = Motivator

- Aktivnosti / Sport
- Eno-gastro
- Kultura
- Zdravlje
- Događanje
- More i sunce



Uniline: konsolidator – promotor – prodavač

- Istraživanje i sondiranje tržišta (trendovi, potrebe)
- Brainstorming (destinacija)
- Definicija konkurentskih prednosti i proizvoda
- Konsolidacija dionika
- Podjela zadatka
- Definicija odgovornosti
- Kalkulacija
- Plasman (promocija i prodaja)



Zašto Uniline?

- Snaga na tržištu
- Kadrovi
- Iskustvo i tradicija
- Spremnost na prilagodbe
- Povjerenje tržišta
- Sposobnost prodaje kreiranog



TRŽIŠTA NA KOJIMA DJELUJEMO

TRŽIŠTE
HRVATSKA

TRŽIŠTE
SKANDINAVIJA
I UK

TRŽIŠTE
BENELUX

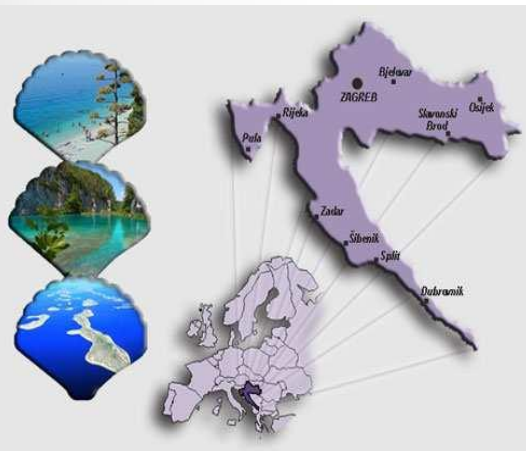
TRŽIŠTE
ROMANSKO

TRŽIŠTE
GERMANSKO

TRŽIŠTE
SREDNJE I
ISTOČNE
EUROPE

TRŽIŠTE
OVERSEAS

TRŽIŠTE
AZIJA I
PACIFIK



Putničke usluge koje Uniline pruža:

.Smještaj u svim vrstama smještajnih objekata: hoteli, kampovi, privatni smještaj, turistička naselja, hosteli.

.Izleti

.Kongresi i incentivi

.Grupni aranžmani

.Kružne autobusne ture

.Tematska putovanja

.Krstarenja

.Wellness programi

.Rent a Car

.Transferi

.Usluge vodiča

.Airport assistance

.Organizacija sportskih događaja

.On line rezervacijski sustav na 13 jezika

.Skijanja

.Tailor made programi

.City breaks



Kako dolazimo do klijenata?



Područje djelovanja u Hrvatskoj:

- Istra
- Primorska Hrvatska
- Dalmacija
- Kontinentalna Hrvatska
- Gorska Hrvatska
- Grad Zagreb



Trenutni DMK programi s potporom:

- Uživanje u kulturnim znamenitostima Dalmacije
- Kulturni Hedonizam u Istri i na Kvarneru
- Kulturni vremeplov kroz središnju Hrvatsku
- Blagodati i čari grada Zagreba i Like
- Otkrivanje ljepota Dalmacije pješke
- Gastro i eno bajka središnje Hrvatske
- Wine tour Slavonije



Vrijeme koje dolazi

- Intenzivirana suradnja na lokalnim razinama
- Potraga za specijaliziranim partnerima u destinacijama
- Razvoj novih programa za specifične interesne skupine
- Uključenje u neke već etablirane evente kojima ćemo proširiti turistički značaj
- Razvoj novih evenata kao uvod ili kulminacija godišnjih programa
- Kontinuirana promocija i plasman postojećih i novih programa



Tema za razmišljanje

Terminologija sezonalnosti i ljudska psihologija:

Trenutno se koristi:

- sezona,
- pred i posezona,
- van sezona
- Za razmišljanje za budućnost:
- ljetna sezona,
- jesenska sezona,
- zimski sezona
- proljetna sezona!?



**HVALA NA
PAŽNJI!**



uniline[®]
make a wish