



Inovativni programi kao ključ uspjeha

Zagreb, prosinac 2015.

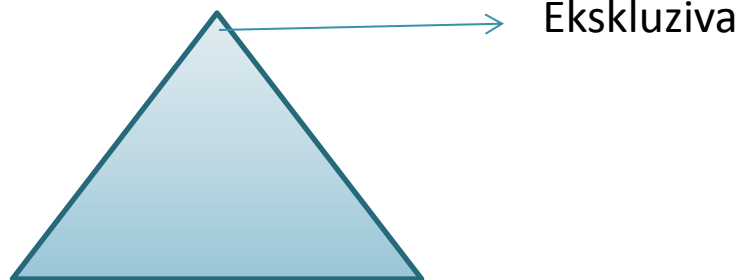
Inovativni programi kao ključ uspjeha

- Uvod
- Ciljane skupine i tržišta
- Kanali prodaje
- Inovativni programi
 - Fischerfest, Olivenernte, Trüffelsuche, Zrmanja
- Zaključak



Ciljane skupine i tržišta

- Ciljane skupine:
 - fleksibilne u pogledu termina (npr. umirovljenici)
 - veže ih zajednički interes (npr. ljubitelji prirode)



- Ciljana tržišta: europska emitivna tržišta, autobusom dostupna



Kanali prodaje

- 1) Druge agencije
- 2) Manji autobuseri



Inovativni programi

- Temeljeni na lokalnoj tradiciji i zajednici kako bi stvorili DOŽIVLJAJ
- Nastali nedostatkom ostalih sadržaja – sezonalnost poslovanja
- Vodiči i lokalno stanovništvo
- Fischerfest / ribarska fešta
- Olivenernte / berba maslina
- Trüffelsuche / potraga za tartufima
- Zrmanja



Inovativni programi - FISCHERFEST

- Doživljaj kroz lokalne značajke: lokalni proizvodi kao hrana i piće, band, folklor
- Medijator – kroz svaku točku programa / animacijski dio
- Sjedeća mjesta, prostor za ples
- Alternativa u slučaju loših vremenskih uvjeta
- Dostupnost – hotel blizu



Inovativni programi - FISCHERFEST



Inovativni programi – BERBA MASLINA

- Uz dozu humora prikazati život u selu sa 17 stanovnika.
- Suradnja s lokalnom zajednicom: cijelo selo je angažirano – vino, rakija, smokve, maslinovo ulje, kruh
- Kombi – prijevoz
- Berba – maslinici
- Prilagodba u lošim vremenskim uvjetima
- Provjereni partneri / dobavlja



Inovativni programi – BERBA MASLINA



Inovativni programi – POTRAGA ZA TARTUFIMA

- Uz dozu humora prikazati jedno od dodatnog izvora prihoda lokalnog stanovništva
- Suradnja s lokalnom zajednicom: vino, rakija, smokve, maslinovo ulje, kruh, keksi, psi tartufari



Inovativni programi – POTRAGA ZA TARTUFIMA



Inovativni programi - ZRMANJA

- Uz dozu humora prikazati život u selu sa 12 stanovnika.
- Kamen i krš dalmatinskog zaleđa
- Izvor Zrmanje – park prirode
- Lokacija – Winnetou
- Groktanje i dipje
- Suradnja s lokalnom zajednicom: čobanski kazan, rakija, vino, bademi, kruh, organska arhitektura



Zaključak

- Baza – povjerenje u kvalitetu programa pod imenom Olivari.
- Putnička agencija prodaje DOŽIVLJAJ u inovativnim programima u suradnji s lokalnim zajednicama i to je ključ uspjeha.
- Doživljaj postićemo jedinstvenošću – pričom kroz hodogram i prilagođavanjem programa.



Hvala na Vašoj pažnji!

