

## KOMU KORISTIJO SREČANJA?

- Vam, če potrebujete pomoč pri pripravi razvojne strategije za nadaljnji razvoj turizma.
- Vam, če bi si želeli, da postane turizem v občini pomembna in donosna panoga.
- Vam, če se zavedate, da imate danosti in ponudbo za uspešen razvoj turizma, a si na konkurenčnem turističnem trgu še niste zagotovili ustrezne prepoznavnosti.
- Vam, če še niste odkrili, v čem ste (lahko) najmočnejši.
- Vam, če še niste dorekli, katere turiste si želite nagovarjati.
- Vam, če že imate odlične, a slabše prepoznavne produkte in storitve,
- Vam, če imate danosti za uspešen razvoj turizma, a iz njih še niste razvili obetavnih produktov.
- Vam, če že imate produkte, a jim manjkajo zgodbe in doživetja.
- Vam, če si želite, da bi bilo uspešnejše trženje vaše turistične ponudbe.

## KAKO DELUJEMO?

Smo zavzeta ekipa z dolgoletnimi izkušnjami na področju turizma. Znanje in izkušnje s pomočjo srečanj, sestavljenih iz predavanj in delavnic prenašamo na udeležence, ki z našo pomočjo in pod našim mentorstvom rešujejo konkretne probleme in odkrivajo nove priložnosti za dvig kakovosti ter nadaljnji razvoj turistične ponudbe.

Naša srečanja so poldnevna ali celodnevna. Iz izkušenj priporočamo več poldnevnih srečanj, ki zagotavljajo večjo motiviranost udeležencev in pripeljejo rešitve do stopnje, ko so naglo uresničljive.

## REFERENCE

Turizem Ljubljana, Občina Žalec, Turizem Bled, LTO Kranjska Gora, Občina Most na Soči, Turizem Bovec, RA Sora, Zavod za turizem Maribor-Pohorje in ZRS Bistra, RRA Mura, TZS, TIC Nova Gorica, Občina Ajdovščina, Zeleni kras, Občina Kidričevo, Občina Straža, RIC Bela Krajina, CPCD Grosuplje, Turizem Kranj ...

## ZAHTEVAJ PONUDBO

Zaupajte nam področja, kjer želite narediti korenite korake na bolje, in poslali vam bomo neobvezujočo ponudbo. Pišite nam na [andrej.pompe@brand-business-school.com](mailto:andrej.pompe@brand-business-school.com) ali pokličite 01 430 29 03. Ponudbo bomo ukrojili po vaših željah.

## STROKOVNJAKI, KI ZAGOTAVLJAJO USPEH



### MATEJA GRUDEN

Ima dvajsetletne izkušnje v turističnem novinarstvu in je avtorica na desetine reportaž, intervjujev, komentarjev in drugih člankov s področja slovenskega in mednarodnega turizma za časnik Delo in Nedelo. Nosilka predmeta Turizem pustolovščin in doživetij na Visoki šoli za trajnostni turizem v Ljubljani. Urednica revije Turistične zveze Slovenije Lipov list. Soavtorica knjige Na sončni strani Slovenije.



### DR. ANDREJ POMPE

Andreja bogatijo skoraj tridesetletne izkušnje v trženju turizma. Kot projektni in kreativni vodja ter soustvarjalec projektov kot so: I feel Slovenia, Slovenija moja dežela, Znamka Bled in Žalec, povezovanje in snovanje produktov za Turizem Bled, Ljubljana ... Je zelo priljubljen predavatelj v podjetjih, na fakultetah in kongresih, odličen motivator, coach, moderator, svetovalec ter pisec člankov in knjig.

## BrandBusinessSchool

Kombiniranje izobraževanja, dobre prakse in timskega dela. Hitro in učinkovito spopadanje z lastnimi izzivi ter problemi.

# NAŠE REŠITVE USPEŠNO DELUJEJO IN POVEZUJEJO

IZDELAVA URESNIČLJIVE STRATEGIJE  
RAZVOJA DESTINACIJE

VZPOSTAVITEV UČINKOVITE IN  
PREPOZNAVNE DESTINCIJSKE ZNAMKA

TRŽENJE TURISTIČNE  
DESTINACIJE IN PRODUKTOV

RAZVOJ TRŽNO USPEŠNIH  
TURISTIČNIH PRODUKTOV

Priporoča:

I FEEL  
SLOVENIA

## USTVARITE USPEŠNO TURISTIČNO ZGODBO! IZKORISTITE SVOJE MOŽNOSTI.

Na podlagi naših izkušenj vam lahko pomagamo pri doseganju večje konkurenčnosti in uspešnosti turizma na vašem območju. Zato vam ponujamo produkte, ključne za uspešen turistični razvoj:

### IZDELAVA STRATEGIJE

- analiza stanja in konkurence
- trendi v turizmu
- SWOT analiza
- ključni stebri razvoja turizma
- ključne ciljne skupine
- poslanstvo, vizija in obljuba

### TURISTIČNA DESTINACIJSKA ZNAMKA

- analiza stanja in konkurence
- vrednote, atributi, USP
- ključni stebri razvoja turizma
- ključne ciljne skupine
- temeljna obljuba, slogan in identiteta
- definicija znamke in znamčenje

### TRŽENJE DESTINACIJE IN PRODUKTOV

- blagovna znamka
- temeljna obljuba
- sporočila
- mediji: klasični in digitalni
- ključne ciljne skupine
- analiza trženja konkurence

### ARHITEKTURA DESTINACIJSKE ZNAMKE

- krovna destinacijska znamka
- podznamke destinacijske znamke
- ureditev razmerij do lokalnih znamk

### RAZVOJ TURISTIČNIH DOŽIVETIJ

- zgodbe in doživetja
- ključni stebri razvoja turizma
- ključne ciljne skupine
- trendi v turizmu
- povezovanje v integrirane produkte testiranje produktov na terenu

## PRAVE REŠITVE ZA PRAVE ODLOČITVE. HITRO IN UGODNO.

Pripravili smo **edinstveno obliko dela z vami**, ki imate namen krepiti turistično ponudbo ter obseg povpraševanja na vaši destinaciji. Skupaj z nami boste prišli **do konkretnih predlogov in rešitev**. Za krepitev vaše turistične ponudbe in optimalno izkoriščanje lokalnih zmogljivosti ter naravnih in človeških virov smo pripravili **edinstvene delavnice, ki prinašajo rešitve**, ki želijo, da turizem postane perspektivna in tržno uspešna zgodba.

### INDIVIDUALNE VSEBINE

#### TEMELNA OBLJUBA IN TURISTIČNA ZNAMKA

Kaj je tisto, kar vam lahko zagotovi uspešno umestitev na konkurenčnem turističnem trgu?

#### KLJUČNI STEBRI RAZVOJA

Katera področja turizma imajo pri vas največji potencial za uspešen turistični razvoj?

#### KLJUČNE CILJNE SKUPINE

Zakaj je treba ciljne skupine turistov jasno določiti in na osnovi katerih kriterijev?

#### VISOKO KONKURENČNI TURISTIČNI PRODUKTI (ITP)

Kako turistom ponuditi inovativne celovite turistične programe na temelju zgodb in doživetij?

#### ZGODBE IN DOŽIVETJA

Veliki besedi danajšnjega turizma; kako najti zgodbe in jih vtakati v turistične produkte, da bodo ti postali - doživetja?

#### TRENDI V TURIZMU

Spremembe v demografiji, v življenjskih slogih, novi produkti...; turizem se naglo odziva nanje in odzvati se moramo tudi mi!

#### TRŽENJE V TURIZMU

Kakšna sporočila bodo najbolj učinkovito nagovarjala potencialne turiste, skozi katere medije sporočiti našo ponudbo (klasični in digitalni mediji)?

**Vsako ponudbo prilagodimo in ukrojimo. Glede na konkretne potrebe izvedemo katerokoli od naštetih vsebin na ločenih delavnicah. Po želji lahko sestavite svojo kombinacijo vsebin.**