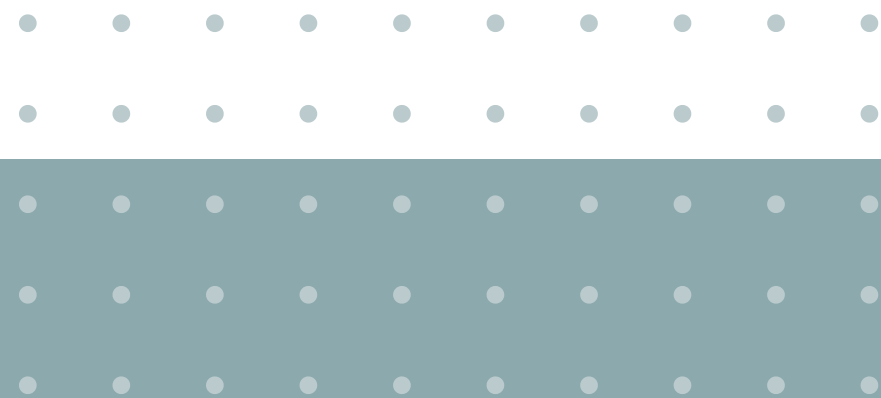




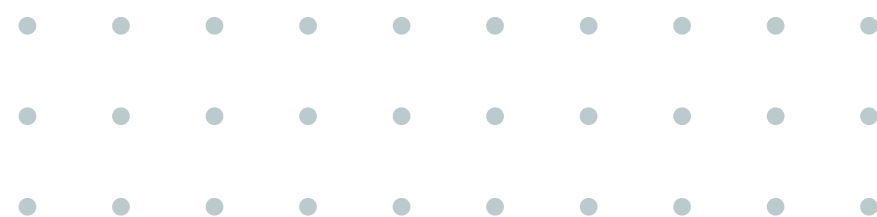
DELAVNICA

Dolina Soče

Kobarid, 12.02.2025



- 00. UVIDI IZ VPRAŠALNIKA
- 01. INOVIRANJE IN STIČNE TOČKE
- 02. EKONOMIJA DOŽIVETIJ
- 03. TRENDI
- 04. DIGITALNA ORODJA
- 05. VIPSLOT PROJEKT



**PREGLED
DELAVNICE**

ANKETNI VPRAŠANIK – UVIDI

Q2	Kaj je vaša primarna turistična dejavnost?				
...	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Nastanitev)	17	65%	65%	65%
	2 (Gastronomija)	0	0%	0%	65%
	3 (Transport)	0	0%	0%	65%
	4 (Atrakcije)	0	0%	0%	65%
	5 (Rekreacija in šport)	4	15%	15%	81%
	6 (Potovalna agencija ali organizator potovanj)	1	4%	4%	85%
	7 (Upravljanje destinacije)	1	4%	4%	88%
	8 (Organizacija prireditev in konferenc)	0	0%	0%	88%
	9 (Ponudnik tehnoloških rešitev za turizem)	0	0%	0%	88%
	10 (Zdravje in velnes)	0	0%	0%	88%
	11 (Drugo:)	3	12%	12%	100%
▼ Veljavni	Skupaj	26	100%	100%	/

ANKETNI VPRAŠANIK – UVIDI

Q23	Katere novosti, ki ste jih uvedli v preteklih treh (3) letih, so POZITIVNO vplivale na vaše poslovanje? Kako so vplivale?
...	Odgovori
	optimizacija procesov, dodajanje zaposlenih, uveljavljanje pisarne v centru kobarida.
	/
	digitalizacija
	chanel maneger, olajšal sam proces odgovarjanja na povpraševanja. lažja sledljivost rezervacij saj imamo vsa zgružena na enem mestu (predvsem ker se oglašujemo na več portalih)
	ni bilo novosti
	spletna prodaja, omejitev obiska v tolminska korita po urah
	paket, organizacija izletov, dobre objave na družbenih omrežjih

ANKETNI VPRAŠANIK – UVIDI

Q24	Katere novosti, ki ste jih uvedli v preteklih treh (3) letih, so NEGATIVNO vplivale na vaše poslovanje? Kako so vplivale?
...	Odgovori
	/
	izvzem cene dovolilnic za reko sočo iz cene produktov, več odpovedi v zadnjem trenutku.
	ni
	ni bilo novosti
	najbolj negativna izkušanja je težava prepričati turistične ponudnike nastanitev in športne agencije k ponujanju možnosti online rezervacije. veliko jih dela ročno, brez chanel managerjev, po povpraševanju in ne online. to je velika težava celotne destinacije.
	haccp, neživiljenjsko za male ponudnike in nesmiselna birokracija kategorizacija - ce si izven nekih okvirov, bi rad bil brez zvezdic...

ANKETNI VPRAŠANIK – UVIDI

Q25	Katere inovacije ali spremembe načina poslovanja načrtujete v prihodnjih treh (3) letih? Kakšna pričakovanja imate glede njihovega vpliva?
...	Odgovori
	optimizacija procesov, odpiranje novih poslovnih poti, uveljavljanje metode `` `unreasonable hospitality` ` ` , povečanje dodane vrednosti gostovega zadovoljstva,...
	popolna digitalizacija vseh korakov od rezervacije do povratne informacije po opravljeni storitvi.
	posodobitev internetne strani v letošnjem letu, boljšo prisotnost v socialnih medijih, širjenje podjetja z večanjem kapacitet, ter tako možnost večje ponudbe poleg nastanitev. pri nas je največji problem razdrobljenost podjetja po dolini. ker ta dejavnost ni naša primarna je to ok, vendar želimo v prihodnosti, da se ukvarjamo samo s tem.
	nimamo nekih planov za spremembo poslovanja
	uvredba digitalnih produktov, želimo si uvesti modul za rezervacije.
	prenova skupnih prostorov in wellnessa - dvig kakovosti, cene in zasedenosti posodobitev načina komuniciranja na družbenih omrežjih uporaba ai (v ozadju, prioriteta osebni stik)

ANKETNI VPRAŠANIK VIPSLOT

Q13	Kdo so turistični ponudniki v radiju cca 10 km od vaše lokacije, ki pozitivno vplivajo na vašo sposobnost uvajanja novosti? Naštejte jih in na kratko opišite zakaj menite, da pozitivno vplivajo na vašo organizacijo.
...	Odgovori
	nastanitve, gostilne, bari, ponudniki športne opreme in dejavnosti. prav vsak pripomore k pestrosti in količini ponudbe, kar naredi območje bolj privlačno za obiskovalce.
	sobodajalci in gostinci. samo skupaj z njimi lahko ponudimo vsako leto nove pakete. brez njih je naša ponudba sestavljena zgolj iz vodenih aktivnosti in izposoje opreme.
	ljahha
	xvz
	positive sport - dejanska ponudba butične izkušnje nebesa chalets - butična ponudba z visoko dodano vrednostjo hotel hvala - edini hotel v kobaridu, hkrati pa drži in viša nivo storitev soča pulse - industrijsko panogo v turizmu spreminjajo v personalno izkušnjo
	/
	z
	nastanitve višjega kakovostnega razreda, sinergija in sodelovanje med turističnimi ponudniki.
	ni pozitivnega vpliva,... premalo sodelovanja, premalo želj po inovaciji, ker so to večina majhni ponudniki in nimajo tega kot glavno dejavnost. najbolj pozitivno so nebesa, kjer je opazen napredek pri dviganju kakovosti storitev in povezovanja z lokalnimi ponudniki.
	emerald valley apartments- v letošnji zimi so v bovec pripeljali workation, kar je ostalim ponudnikom dalo misliti, da je včasih treba iti out of the box.
	nastanitve (večji ponudniki), športne agencije, gostinski obrati
	bar libero - sodelujemo,

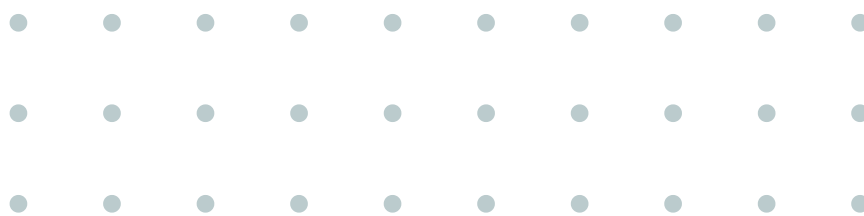
ANKETNI VPRAŠANIK VIP SLOT

Q15	Kdo so turistični ponudniki v radiju cca 15 km od vaše lokacije, ki pozitivno vplivajo na vašo sposobnost uvajanja novosti? Naštejte jih in na kratko opišite zakaj menite, da pozitivno vplivajo na vašo organizacijo.
...	Odgovori
	hiša franko - ker nimamo restavracije se odlično dopolnjujemo, tudins polonko in toplim valom. za izlete sodeljemobz discover soca valley. kobariski muzej in muzej sirarstva za dezevne dni...

Q17	Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z da, tukaj zapišite, kdo so in kako vas inspirirajo?
...	Odgovori
	will guidara - unreasonable hospitality hilton hotels - visok nivo storitev v hotelirstvu robin sharma - voditelj brez naziva
	glamping v vipavski dolini- the odosius forest village vipava
	skupnost julijske alpe, sto, slovenia outdoor

INOVACIJE

V skladu s Schumpeterjevim (1947) pogledom inovacija, opredeljena kot „[...] početi nove stvari ali početi stvari na nov način [...]“ (str. 151), ustvarja nekaj novega, hkrati pa uničuje nekaj starega.



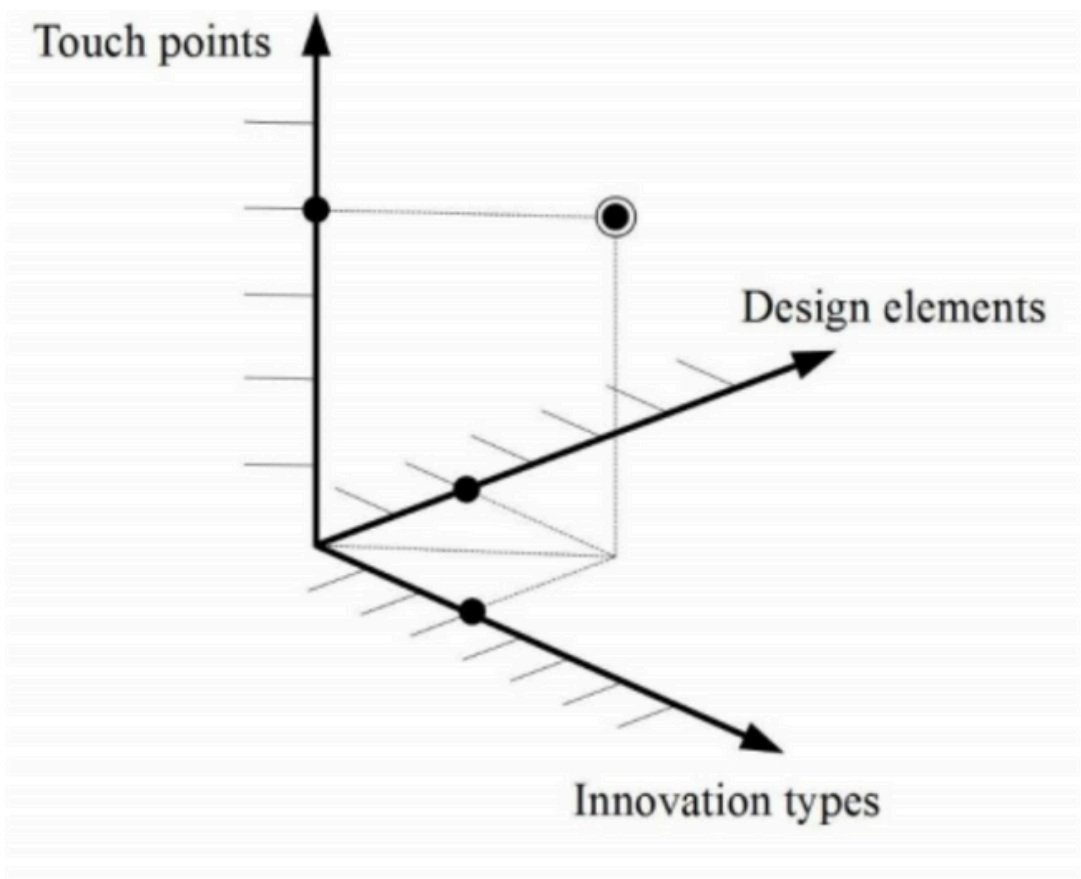
TRENDI

Smer razvoja oz. vzorec sprememb, ki se postopoma uveljavlja v določenem obdobju in vpliva na vedenje ljudi, industrije ali družbe kot celote.

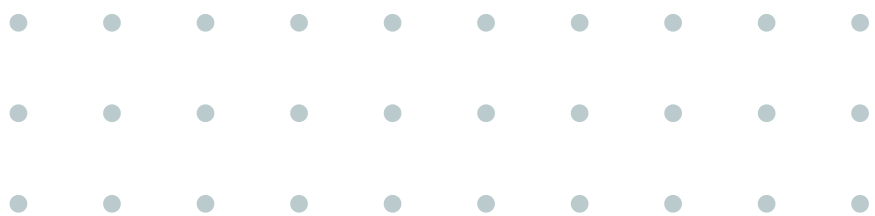
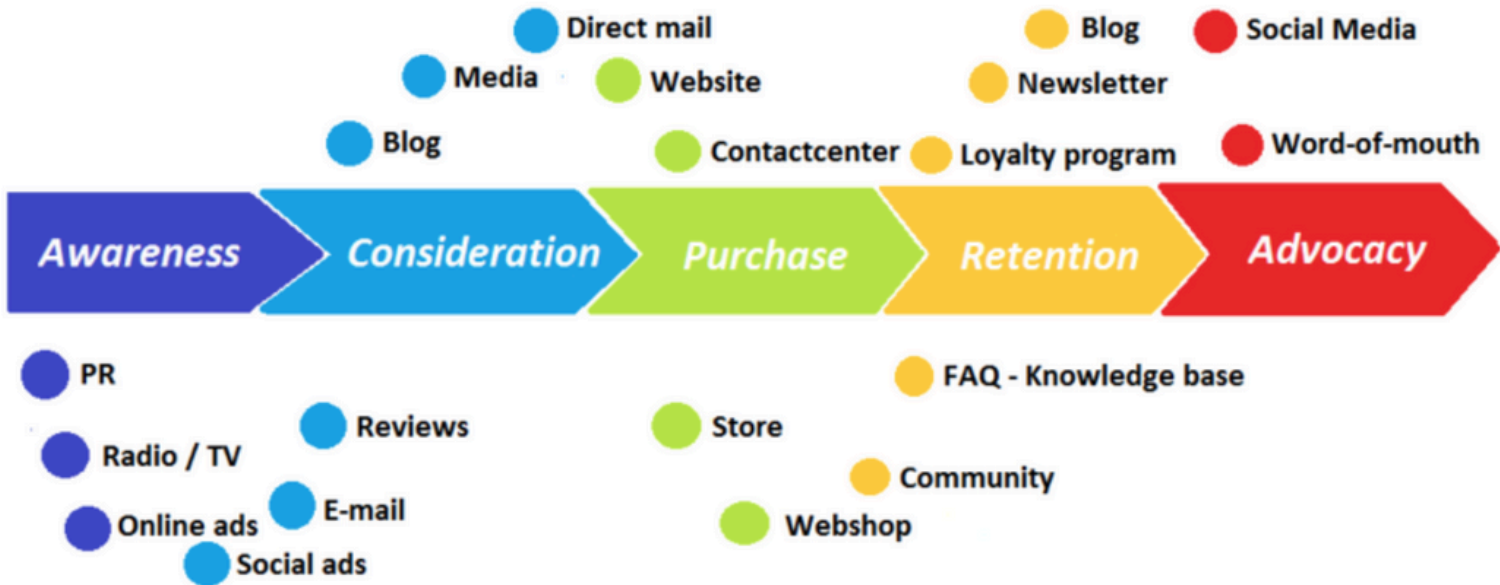
- V turizmu inoviramo za:
- 1) Izboljšanje izkušnje gosta
 - 2) Pridobivanje pozornosti in krepitev konkurenčne prednosti
 - 3) Optimizacija poslovanja in usmerjanje v trajnost

EDIT MODEL

EXPERIENCES THROUGH DESIGN AND INNOVATION ALONG TOUCH POINTS

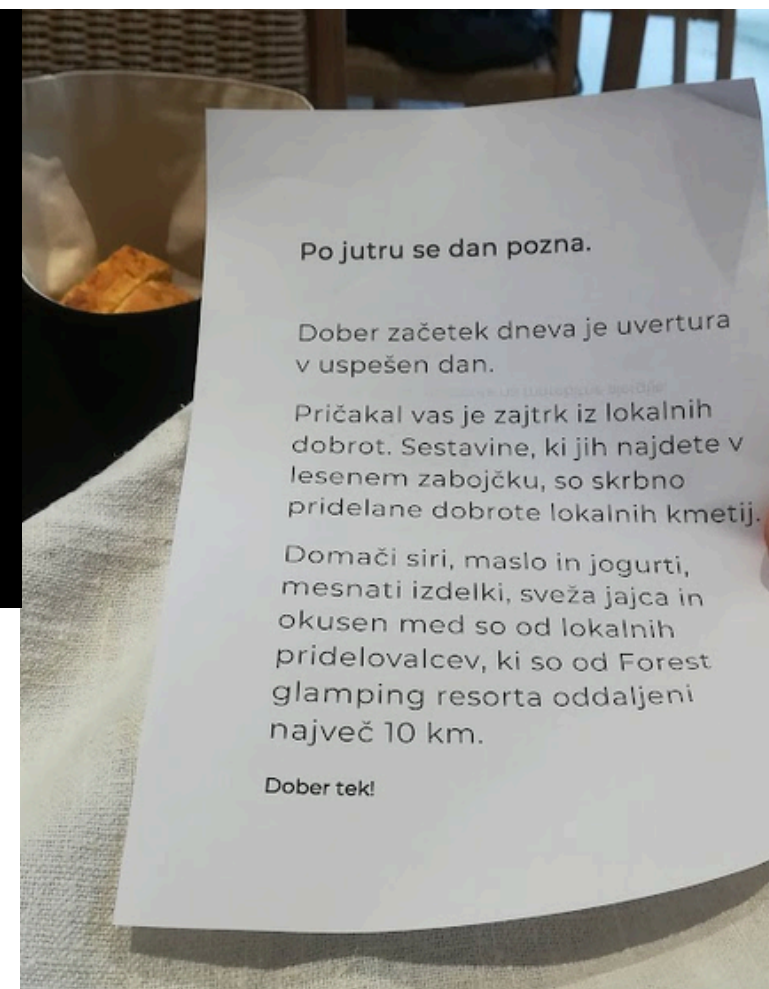
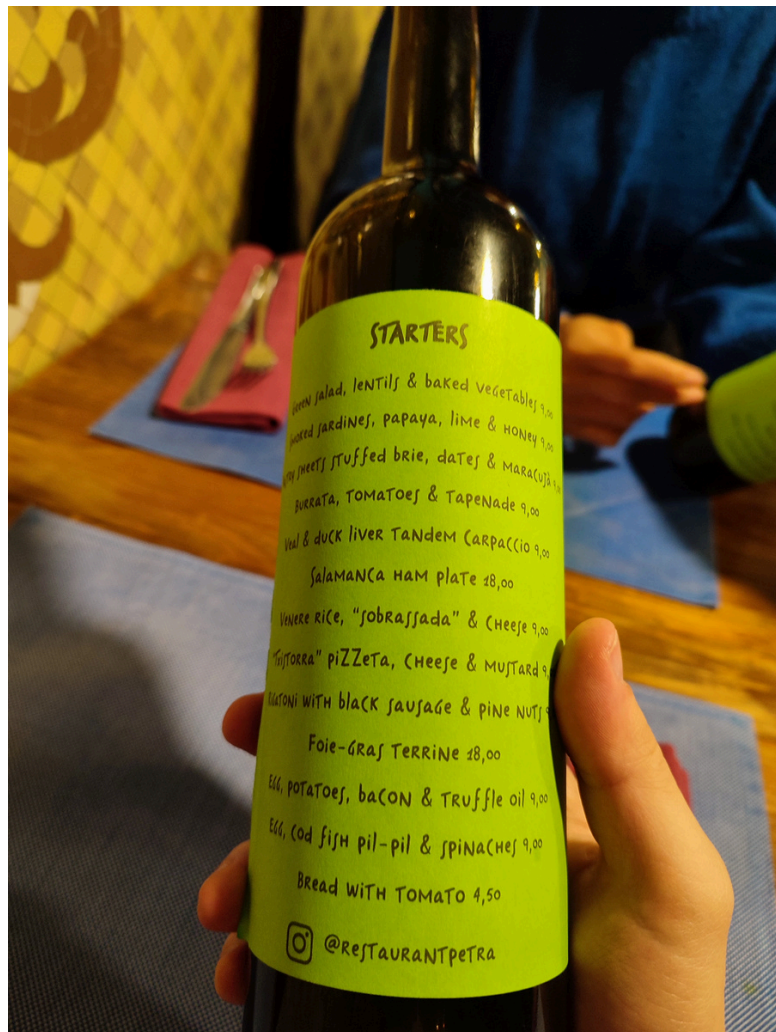


- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Pred prihodom• Prihod• Na lokaciji• Odhod• Po odhodu | <ul style="list-style-type: none">• Produkt/storitev• Proces• Management• Market (ing)• Institucionalne inovacije | <ul style="list-style-type: none">• Serije namigov• Senzorika• Dramatično zap. dogodkov• Prisotnost drugih strank• "Back/Front office" |
|--|---|--|



STIČNE TOČKE

je vsak trenutek (točka), ko stranka pride v stik z blagovno znamko, storitvijo ali destinacijo – bodisi pred, med ali po potovanju. To so ključne interakcije, ki vplivajo na izkušnjo in zadovoljstvo gosta. So **fizične in digitalne**



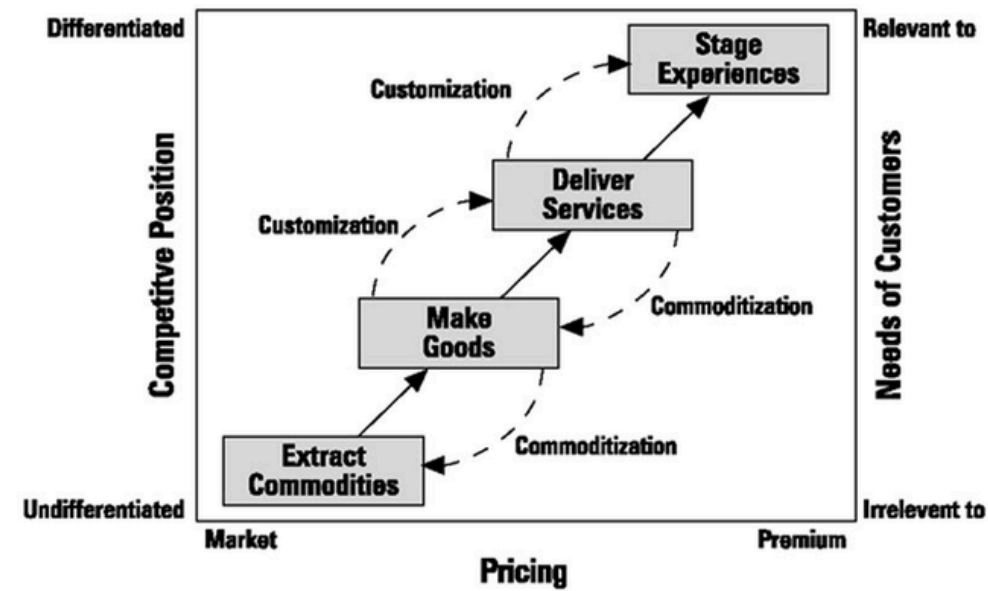
link



EKONOMIJA DOŽIVETIJ



EKONOMIJA DOŽIVETIJ



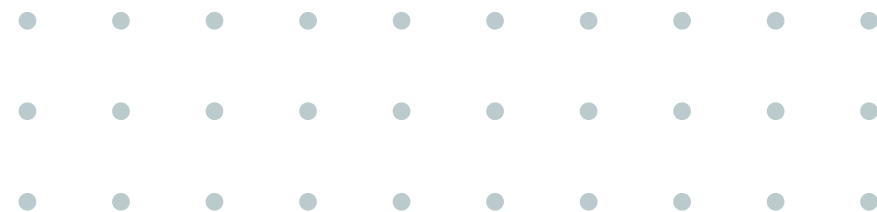
Vir: Joe Pine



Vir: marketingmix.co.uk



Vir: Pinterest



EKONOMIJA DOŽIVETIJ

Ambient

Atmosfera

Zgodba

Presenečenje

Scenarij

Tehnologija

Emocije (čutila)

Pluralnost



EKONOMIJA DOŽIVETIJ

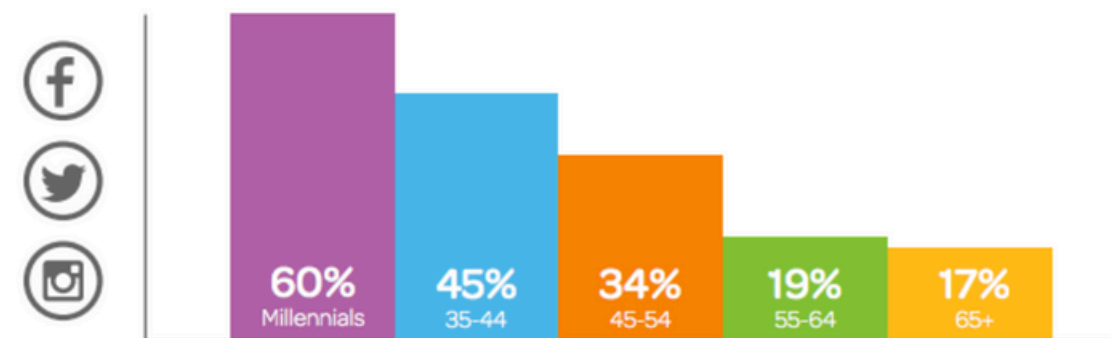
- nismo več pasivi gledalci, uživalci....SMO AKTIVNI IGRALCI! Tehnologija (AR, VR, Hologrami, 360°, ipd.), participacija, interaktivnost, igrifikacija, ipd. Dandanes pogosto slišimo izraz "immerse yourself in..."
- posebne in drugačne zgodbe želimo deliti z drugimi...INSTAGRAMABILNOST! *"Millennials are the 'pics or it didn't happen' generation, and studies have found that sharing photos increases their enjoyment of experiences."* Janin Carola, 2019
- vse bolj vlagamo vase....TRANSFORMATIVE ECONOMY! *"These are immersive experiences designed to shift someone's perspective and are helping individuals to achieve higher purpose"* It goes beyond the concept of the experience economy by focusing on profound and lasting changes in individuals, communities, and even the world at large.
- svoje življenje izoblikujemo s tem kar počnemo in ne s tem kar imamo v lasti

Razmišljajte o nišnih doživetjih/segmentih z visoko dodano vrednostjo!

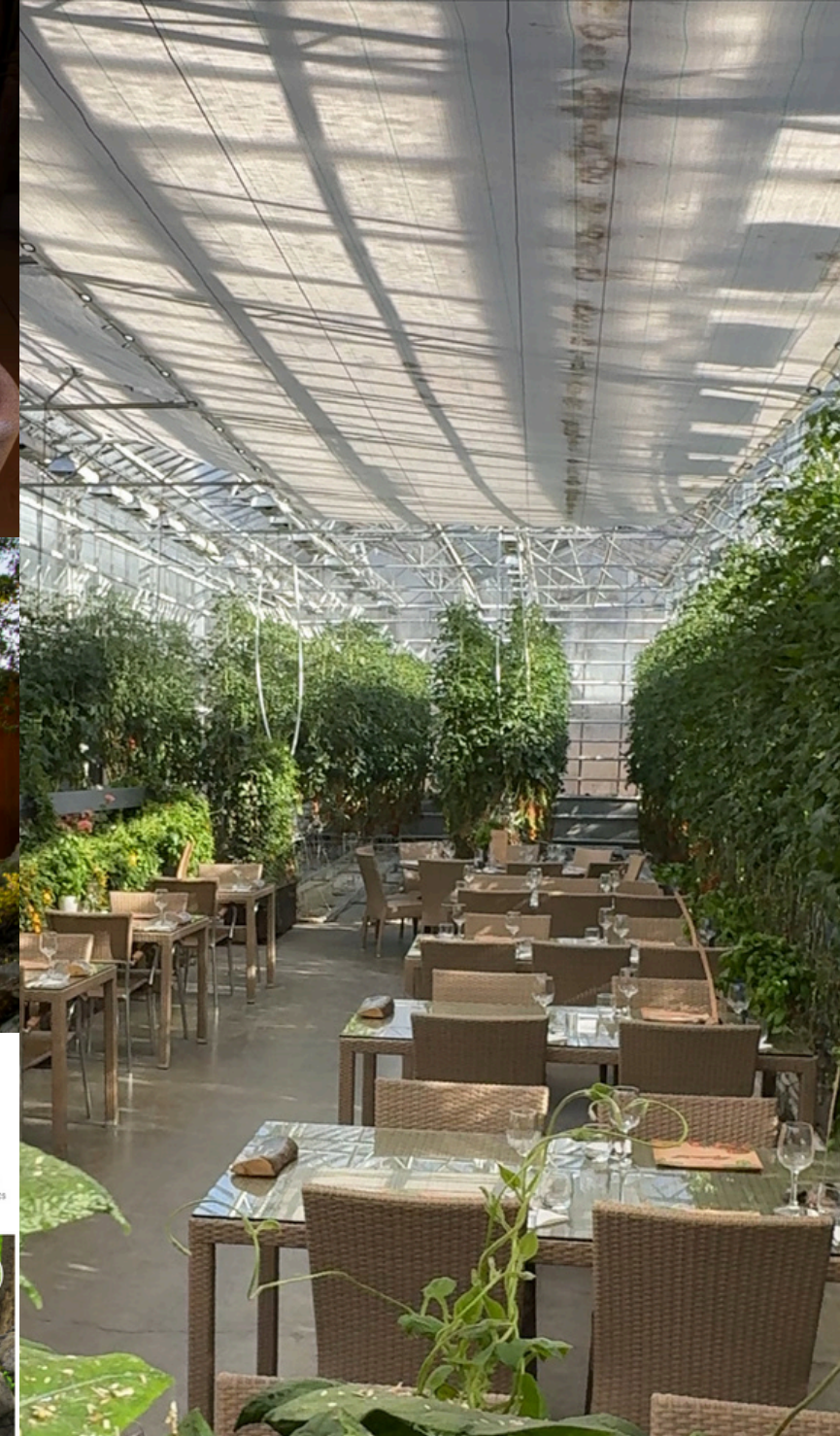
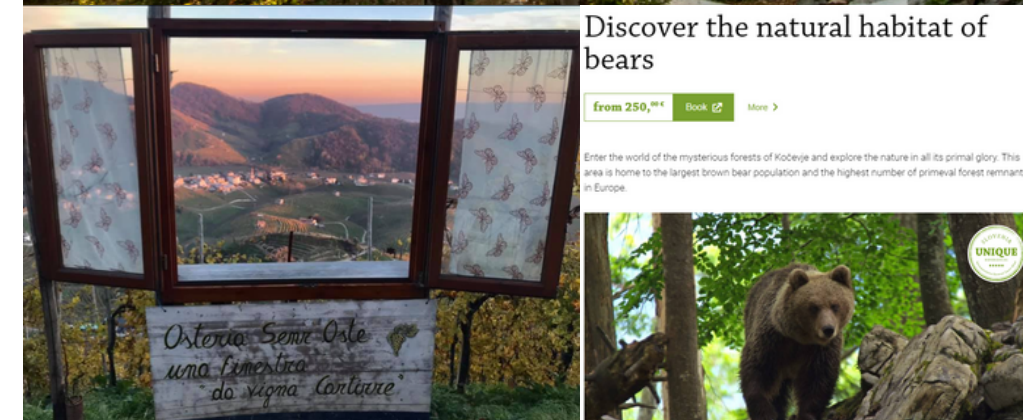
Če podjetja nimajo kupcev za spominke, pomeni, da ne ustvarjajo doživetij!

EXPERIENCES ARE BETTER WHEN SHARED ON SOCIAL MEDIA

People who have posted, tweeted or shared about their events and experiences in the past year.



Data: Eventbrite - Harris survey of 2,000+ U.S. consumers. July 2014.



EKONOMIJA DOŽIVETIJ



cena: 9,90 €

VREDNOST: 24,00 €

POPUST: 58 %

PRIHRANEK: 14,10 €

DDV JE VKLJUČEN V CENO.

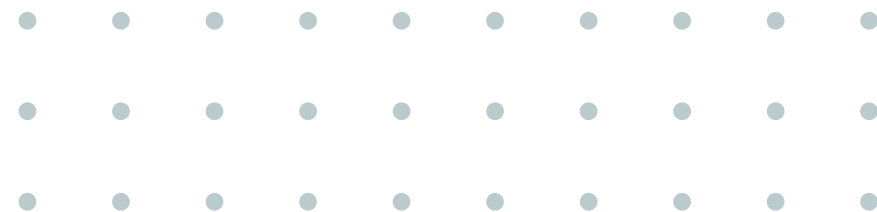
KUPI



akcija je
potekla

naslednjič bolj pohitite

-58%



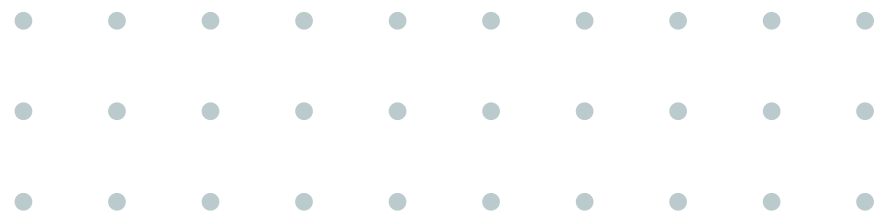
EKONOMIJA DOŽIVETIJ



Croatia, 2010



Croatia, 2015





TRENDI V TURIZMU



DIGITALNI NOMADI

Digitalni nomadi – nov tip turista!

Ljudje, ki se preživljajo z delom preko spleta in potujejo. Izraz se pojavi l. 1997, a je Covid omogočil pospešitev in izjemno rast segmenta.

V porastu so platforme, kot so: Upwork, Fiverr (gig economy)

Potrebujejo:

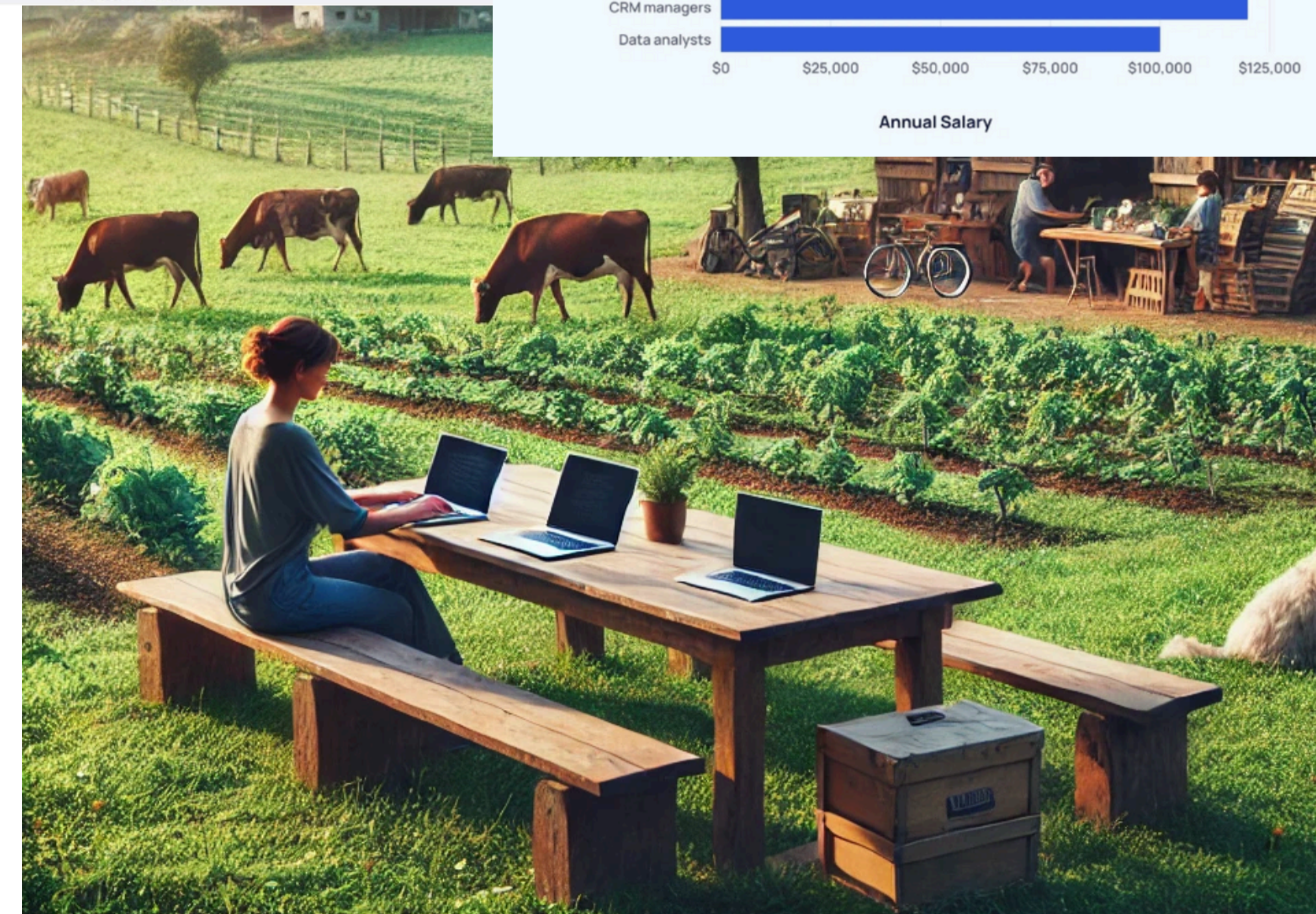
- hitro in zanesljivo internetno povezavo
- primerno opremljeno delovno okolje (delovna miza, primerna svetloba, pisarniške potrebščine, ipd.) ali co-working sobo
- pristna lokalna doživetja
- kava in čaj! ;)

Zanje se promoviramo:

- kot “work-friendly” nastanitev/soba na platformah
- v skupnostih na družbenih omrežjih
- s popustom za daljša bivanja

Številke:

- Več kot 60 držav že izdaja vize za dig. nomade
- Evropa je vodilna v privabljanju tega segmenta
- V obdobju 2015–2023 se je odstotek ljudi, ki delajo na daljavo po vsem svetu, počel veriti, s 7 % na 28 %.
- Približno 35 % digitalnih nomadov zasluži med 100.000 in 250.000 \$/leto in so bolj izobraženi. Vir: Techreport, 2024



“BLEISURE TRAVEL” IN “WORKCATION”

“Bleisure travel”

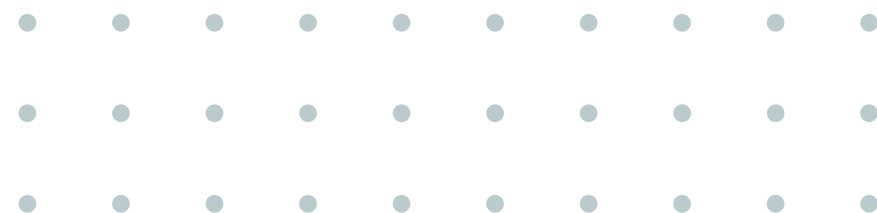
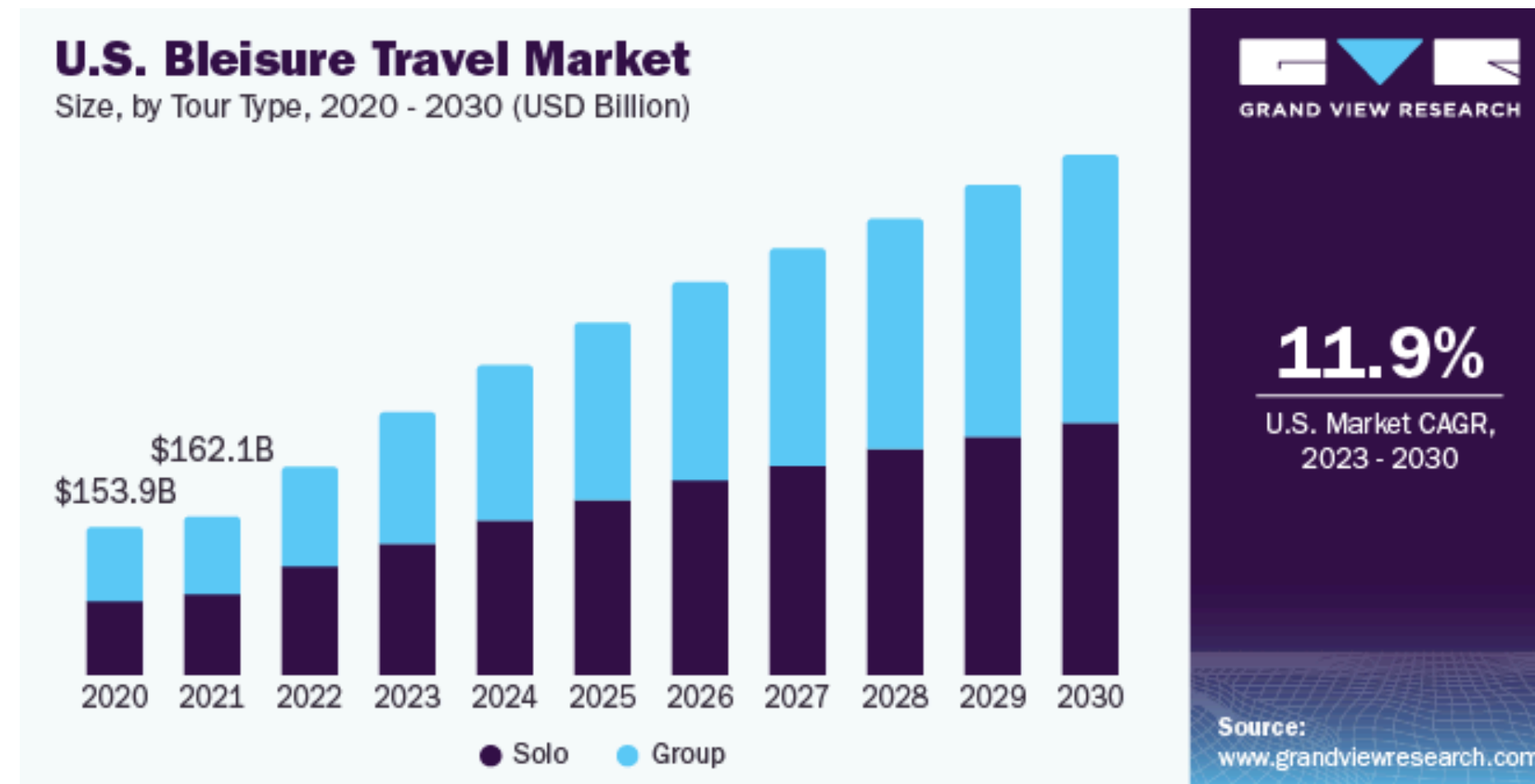
Ljudje, ki potujejo zaradi službenih razlogov, kot so konference ali sestanki, a svoje bivanje podaljšajo za raziskovanje kraja/destinacije in druge priložnostne dejavnosti. Tovrstna potovanja so običajno krajša v primerjavi z digitalnimi nomadi. V veliko primerih potujejo z družinami oz. se te pridružijo kasneje.

Priporočila:

- povežite se z organizatorji poslovnih dogodkov oz. potovalnimi agenti in organizatorji potovanj
- obstoječim poslovnim gostom, ponudite možnost, da podaljšujejo svoje bivanje (popusti, ipd.)

“Workcation”

Workcation je splošen izraz, ki vključuje kombiniranje delovnih obveznosti s potovanji. Nekako zaobjema digitalne nomade in “bleisure travel”.



“BLEISURE TRAVEL” IN “WORKCATION”

Hiter wifi v vsako vas

Attract guests with the new wifi speed test

Find out how to verify and showcase your wifi speed—a top Airbnb amenity.

Amenities

-  Kitchen

 Free driveway parking on premises – 8 spaces

 Indoor fireplace

 Dryer – In unit

 Iron
-  Wifi – 75 Mbps

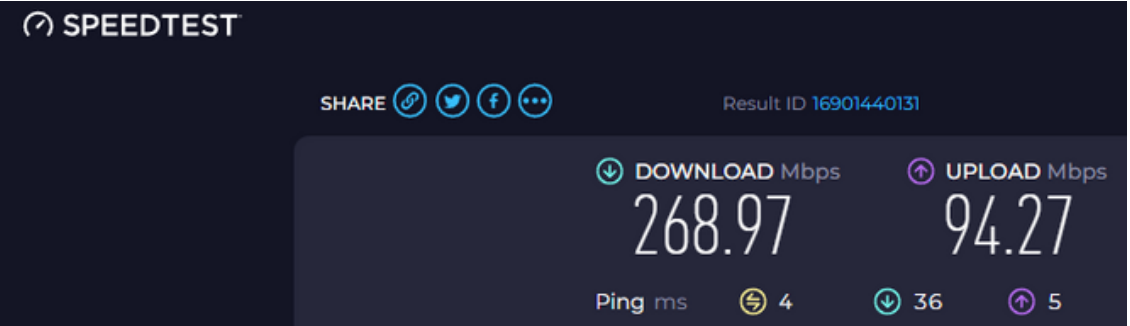
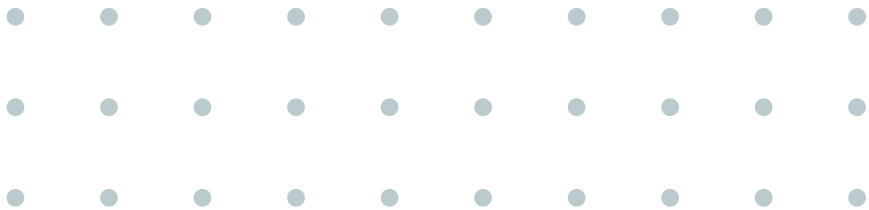
 Cable TV

 Hair dryer

 Washer – In unit

 65" HDTV with Netflix, Amazon Prime Video, Chromecast, standard cable, premium cable

Navodila za
Airbnb



Coober Pedy, Avstralija

TRAJNOST IN TURIZEM

- **Ekonomska** (ustvarjanje delovnih mest, trajnostna ekonomska rast, ki ne škoduje okolju...)
- **Družbena** (pravice, delovni pogoji, enakopravnost, vključevanje skupnosti...)
- **Okoljska** (zmanjševanje ogljičnega odtisa, odpadkov...)



Glavni izzivi za trajnostni turizem:

- ohranjanje naravnih in kulturnih virov
- omejevanje negativnih vplivov na turistične destinacije, vključno z rabo naravnih virov in nastajanjem odpadkov
- spodbujanje blaginje lokalne skupnosti
- zmanjšanje sezonskosti povpraševanja
- omejevanje vpliva prometa, povezanega s turizmom, na okolje
- turizem dostopen za vse
- izboljšanje kakovosti delovnih mest v turizmu

USPEH NI NUJNO VEČANJE ŠTEVILA GOSTOV ZATO RAJE STREMIMO K VEČANJU DODANE VREDNOSTI TURIZMA, ZADOVOLJSTVU IN DRUŽBENO-EKONOMSKEMU IMPAKTU.

RAZMISLIMO TUDI KAKO VKLJUČEVATI/INFORMIRATI GOSTE, DA SE NA DESTINACIJI DEJANSKO VEDEJO TRAJNOSTNO – PUSTIJO IMPACT! KAKO JIH MOTIVIRATI? KAKO JIH NAGRAJEVAT?



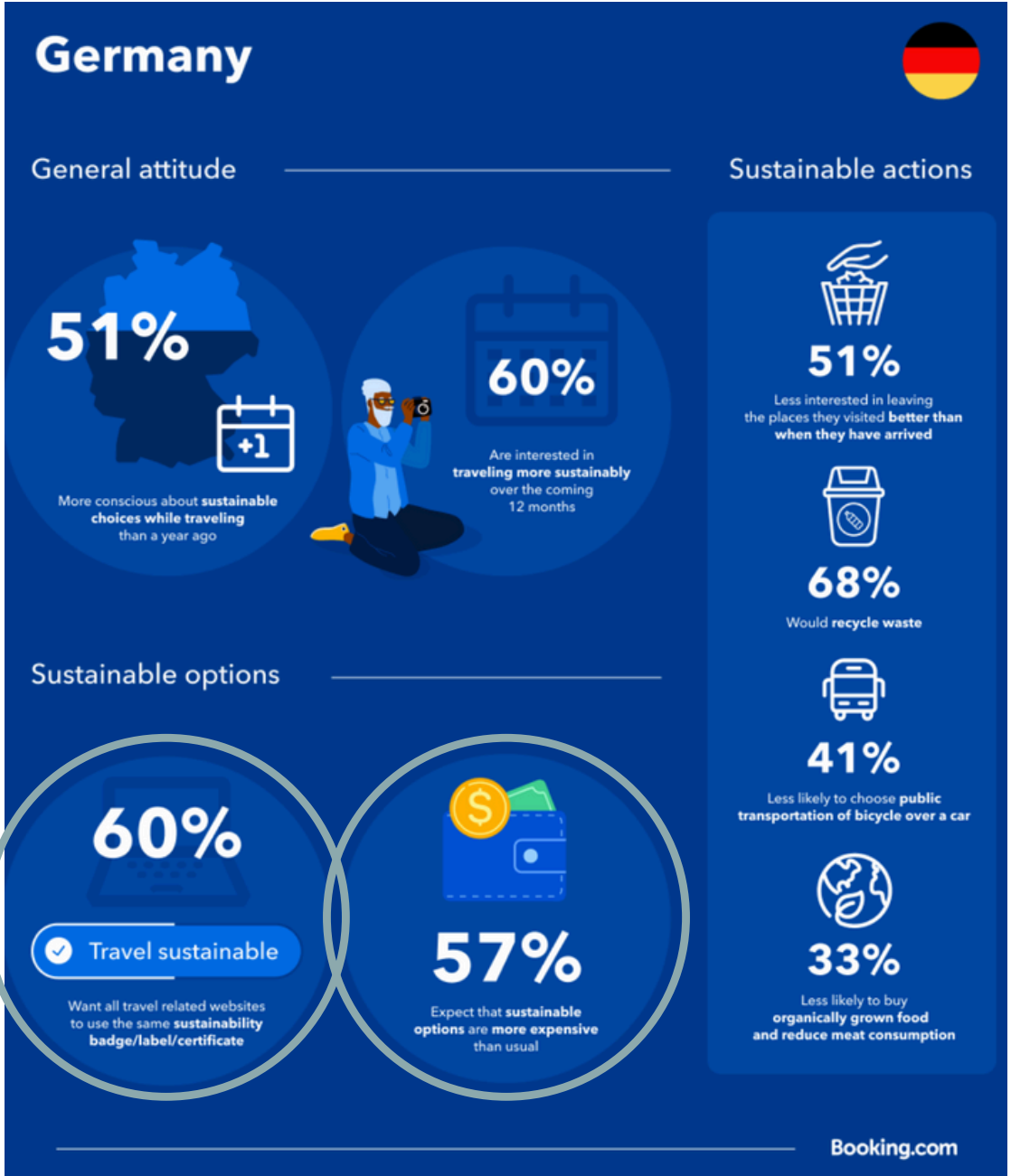
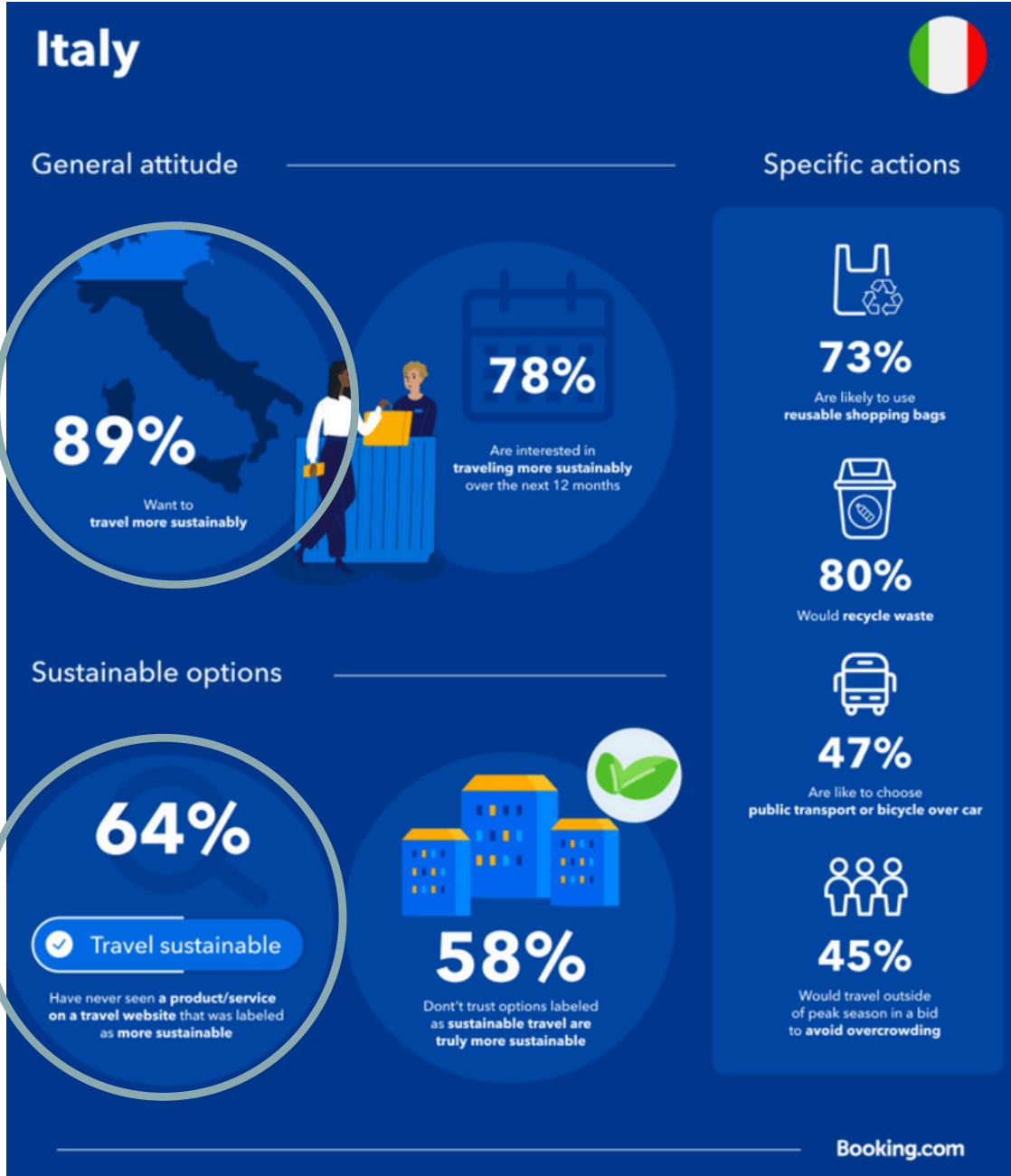
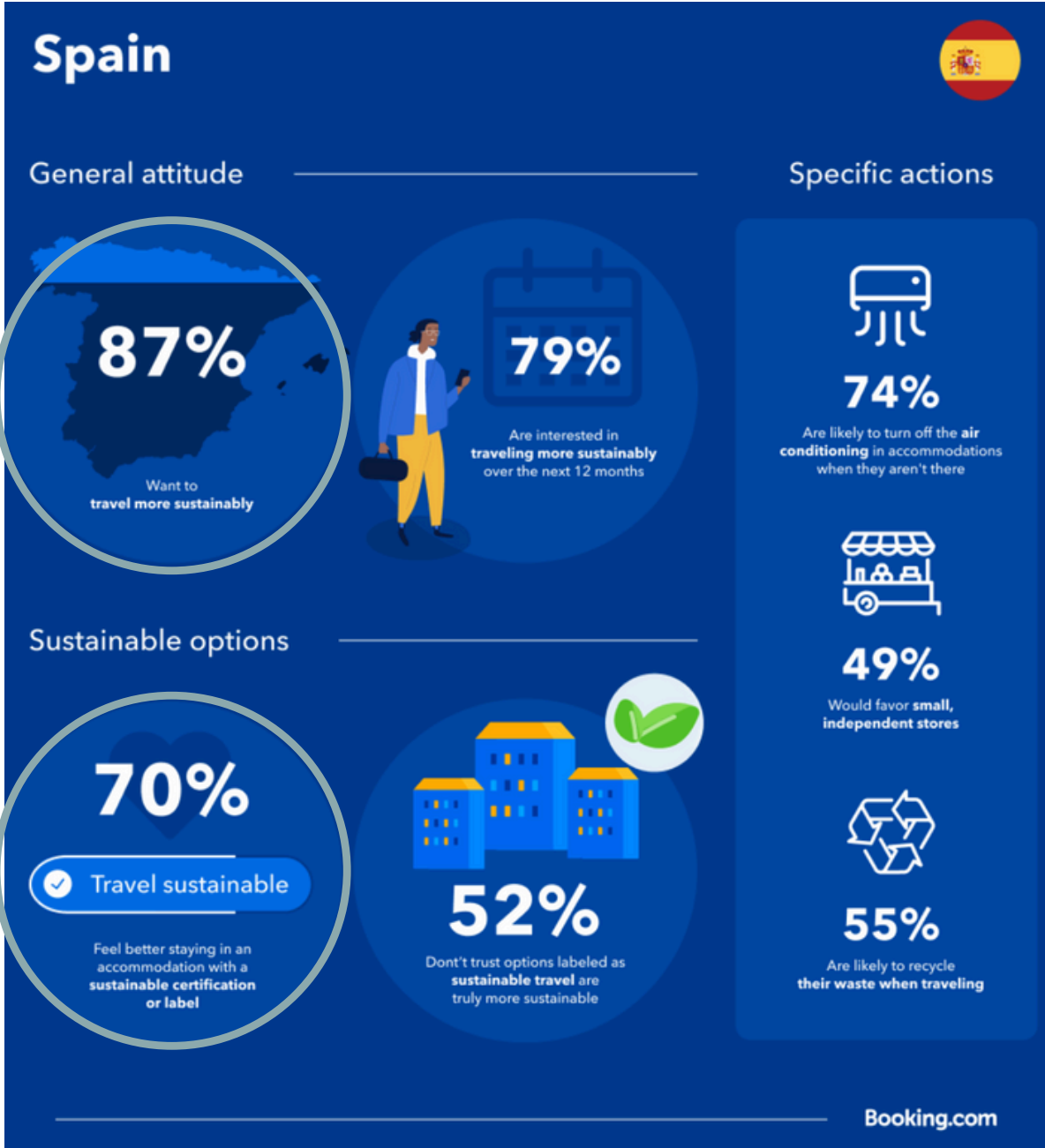
Izhodišče: Slovenia Green



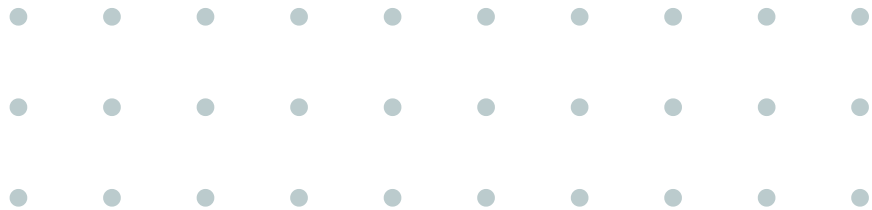
Vir: Slovenia.info, 2024

TRAJNOST IN TURIZEM

Študija izvedena med 33.000 turisti v 5. državah, 2023



Vir: Booking, 2023



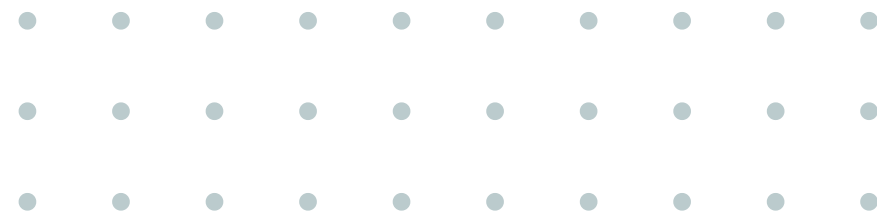
BUTIČNE NASTANITVE (GLAMPING, IPD.)

Karakteristike

- trend 21. stoletja
- zanimivo in unikatno cenovno pozicioniranje. Dosega precej višje cene od drugih tradicionalnih namestitev (pogosto tudi najdražjih hotelov). Prihodki do 40% višji od tradicionalnih namestitev, investicija pa pogosto cenejša (Guthmann, 2019). Povprečna nočitev v glamping objektu 300 €.
- priložnost razpršitve in prerazporeditve turizma
- izboljšuje kakovost in konkurenčnost turizma na “visoko – butičen” in trajnostni način
- združuje najboljše vidike kampov in hotelske industrije
- privlačen za različne ciljne segmente
- glamping se je izkazal zelo odporen tudi v času pandemije Covid-19, ko so vse druge namestitve zastale

Tip gostov

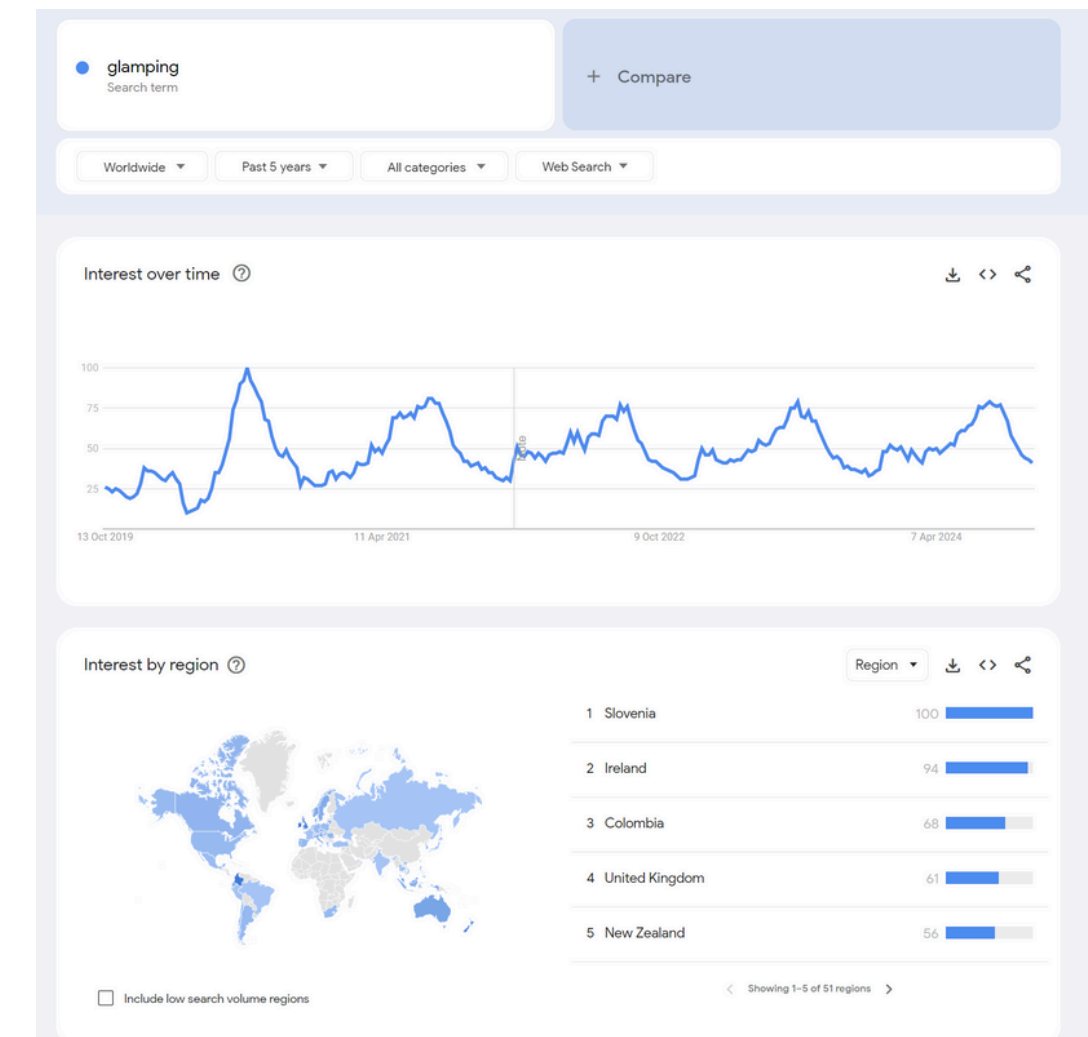
- gostje, ki običajno ne zahajajo v kampe – pogosteje v hotele (Cvelič, Cerović in Milohnič, 2017; Samela, Valtonen in Miettinen (2017)
- mladi, posebej ženske, izobraženi, osebe z višjimi dohodki (MacLeod, 2017)
- največ gostov med 18. in 32. letom (Market Analysis Report, 2019)



3 Glamping Olimia Adria Village, Podčetrtek

Razvajanje v zasebnem jacuzziju pred šotorom ali v bazenih enega najsodobnejših spa centrov v Evropi? V Termah Olimia si lahko privoščite oboje. Termalne užitke čez dan nadgradite s čarobnostjo trenutkov pod zvezdami v glamuroznih šotorih.

[Obišči stran](#)



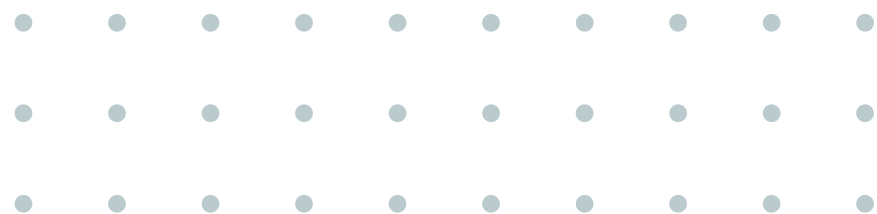
“GASTROCENTRIČNA” POTOVANJA

- kulinarčni festivali/priredive/dogodki (odprta kuhinja, teden restavracij, festival idrijskih žlikrofov, osmice, ipd.) in butični/tematski kulinarčni/vinski večeri, ipd.) so v porastu in dosegajo nadpovprečne cene
- kulinarčni vodniki (e.g. Michelin, Gault & Millau, Falstaff, JRE-Jeunes, ipd.)
- Kuharske delavnice, tečaji in doživetja
- “dinning out”

Odlična priložnost tudi za desesonalizacijo!

Primeri butičnih dogodkov:

Vinski večeri pod zvezdami – Štanjel
Jamska Guštorja (martinovanje)



WELLNESS TURIZEM

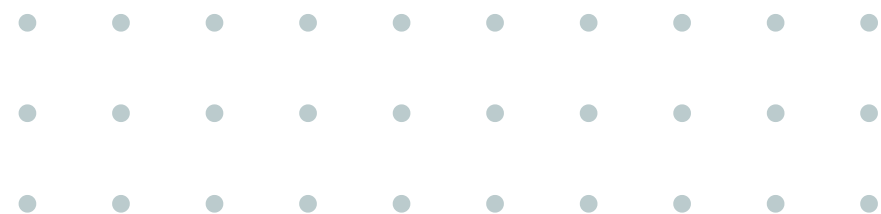
Wellness turizem je oblika potovanja, ki je namenjena izboljšanju telesnega, duševnega in duhovnega počutja. Ta slog turizma se ukvarja s pomladitvijo, sprostitvijo, osebnim razvojem in splošnim dobrim počutjem.

- trg dobrega počutja je v razcvetu
- ljudje prevzemajo vse večji nadzor nad svojim zdravjem in dobrim počutjem
- potrošniki nameravajo še naprej zapravljati več za izdelke, ki izboljšujejo njihovo zdravje, telesno pripravljenost, prehrano, videz, spanje in pozornost
- naraščanje povpraševanja po naravnih in "čistih" produktih

Wellness storitve ponujajte kot dodatno storitev pri vas ali v sodelovanju z drugimi

Vrste:

- Spa (masaže, joga, savna, kopeli, ipd.)
- Fitnes oddih (fizične aktivnosti, npr. joga, hoja, Pilates, ipd.)
- Duhovni oddihi (meditacija, čuječnost, duhovne delavnice, ipd.)
- Izguba teže (posebni prehranski programi, ipd.)
- Zdravljenje (akupunktura, tradicionalna kitajska medicina in druge alternativne terapevtske metode)



DIGITAL DETOX

Primer podjetja **Unplugged**

Po prijavi boste telefon dali v zaklenjeno škatlo in začeli opravljati vse dejavnosti, ki so jih ljudje v kočah počeli pred računalniki in pametnimi telefoni: spali, brali, igrali karte, pisali, hodili na pohode, kuhali ali ne počeli ničesar.

Če pogrešate kakšno tehnologijo, ima vsaka kabina svoj analogni fotoaparati in radijski kasetni predvajalnik. Pri raziskovanju okolice vam bo pomagal zemljevid s kompasom.

NOCTOURISM





Lottie
16,227 followers
6d • 🌐

[+ Follow](#) ...

A favourite employee perk at Lottie 🌲🔒

Every Lottie team member gets a 3-night digital detox at an Unplugged cabin, encouraging to fully switch off from work and the world.

These cabins are all about slowing down: grinding your own coffee beans, finding your way with a map instead of your phone, and lighting a log fire - no screens allowed.

Swipe through to see how our team has been unwinding this past year 🗨️

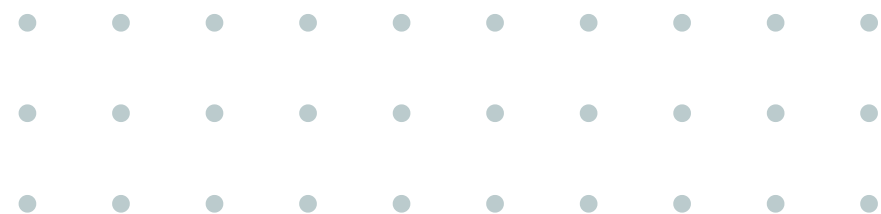
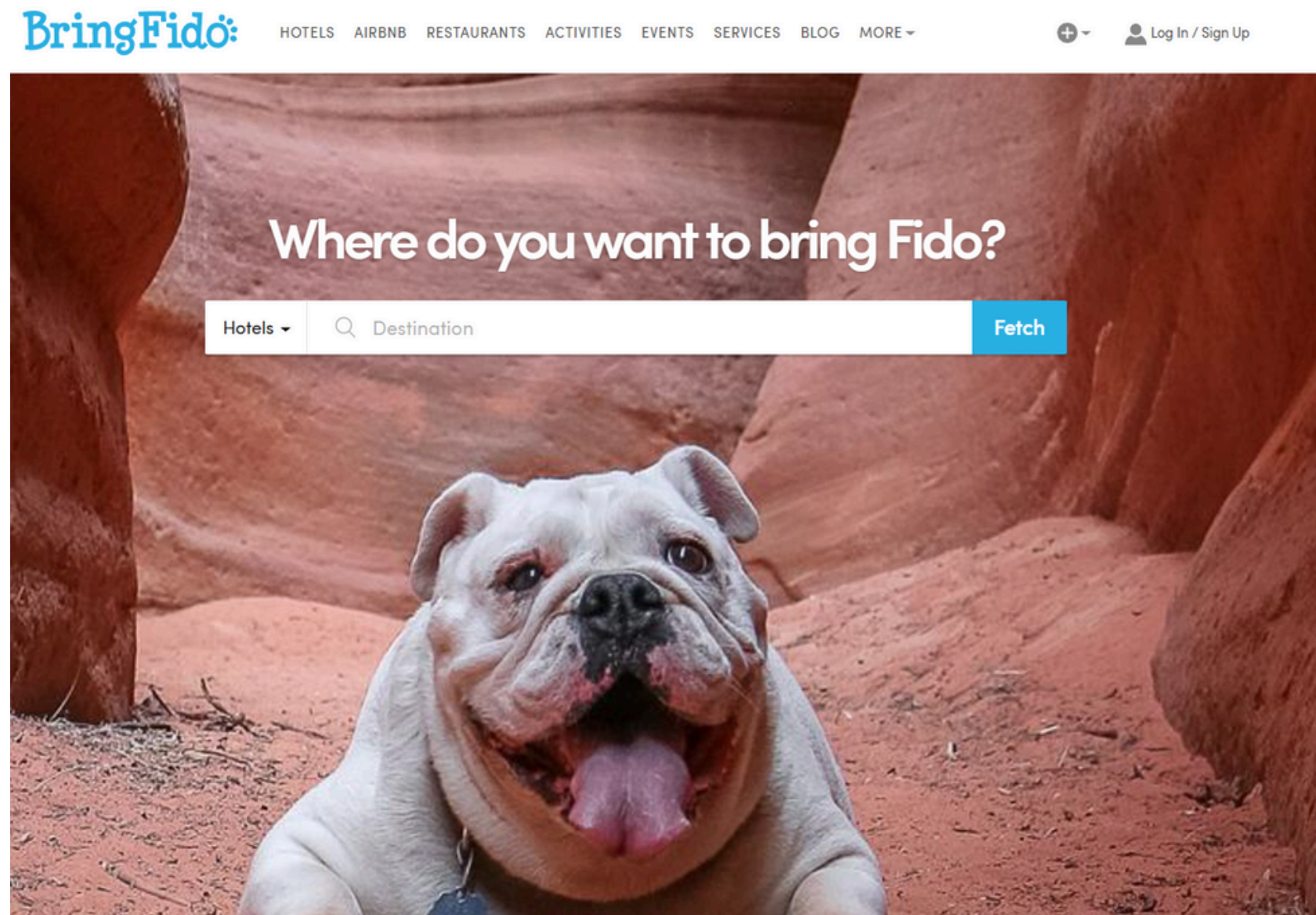
[#LifeatLottie](#)



PRIJAZNO HIŠNIM LJUBLJENČKOM (PET-FRIENDLY)

Da so hišni ljubljenci že skoraj obvezna oprema parov in družin ni skrivnost.

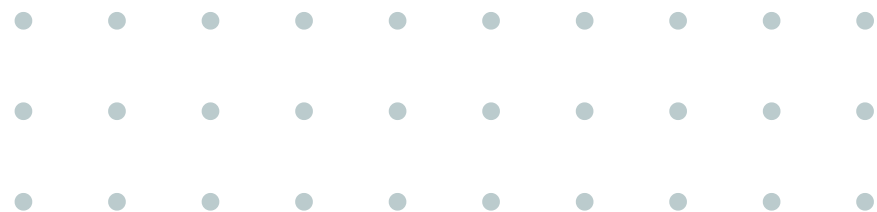
Ponovno priložnost za prilagajanje stičnih točk v vseh fazah (od komunikacije do same izkušnje na lokaciji).



[Link](#)

#VANLIFE

- trend potovanja z avtodomi in kombiji preurejenimi za bivanje se izrazito povečuje (predvsem med mladimi) Vir.
- vse bolj množične in popularne postajajo platfore za najem vozil in iskanje lokacij za prenočevanje. Npr. Roadsurfer, Indie capmers, Campy, Pichup, ipd.
- imamo za tovrstne goste poskrbljeno? Kampi, PZA, ipd.?
- Kako lahko iz tega trenda izstisnemo največ? Kako tovrstne goste zadržati? Ali lahko z njimi višamo dodano vrednost?

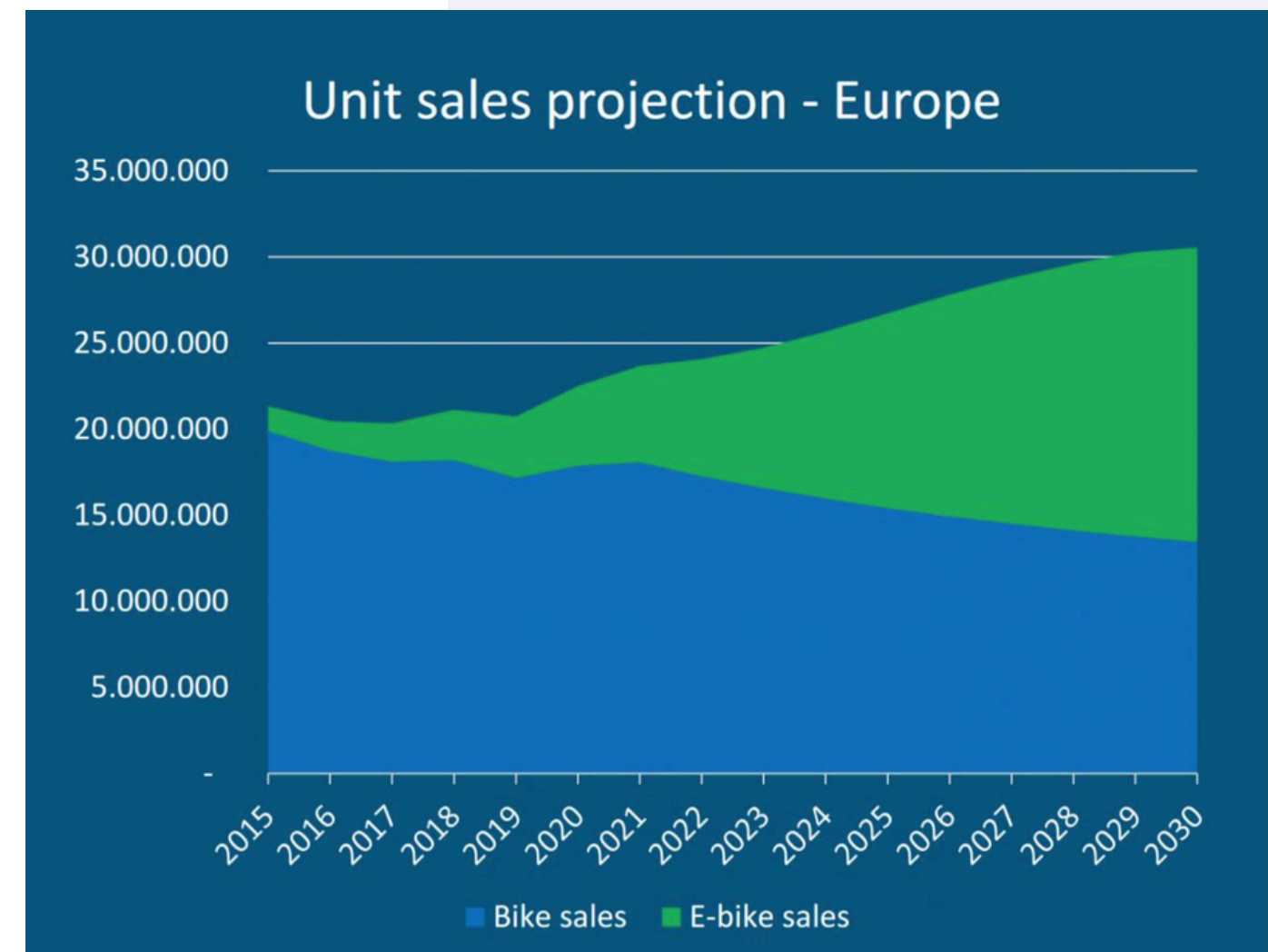
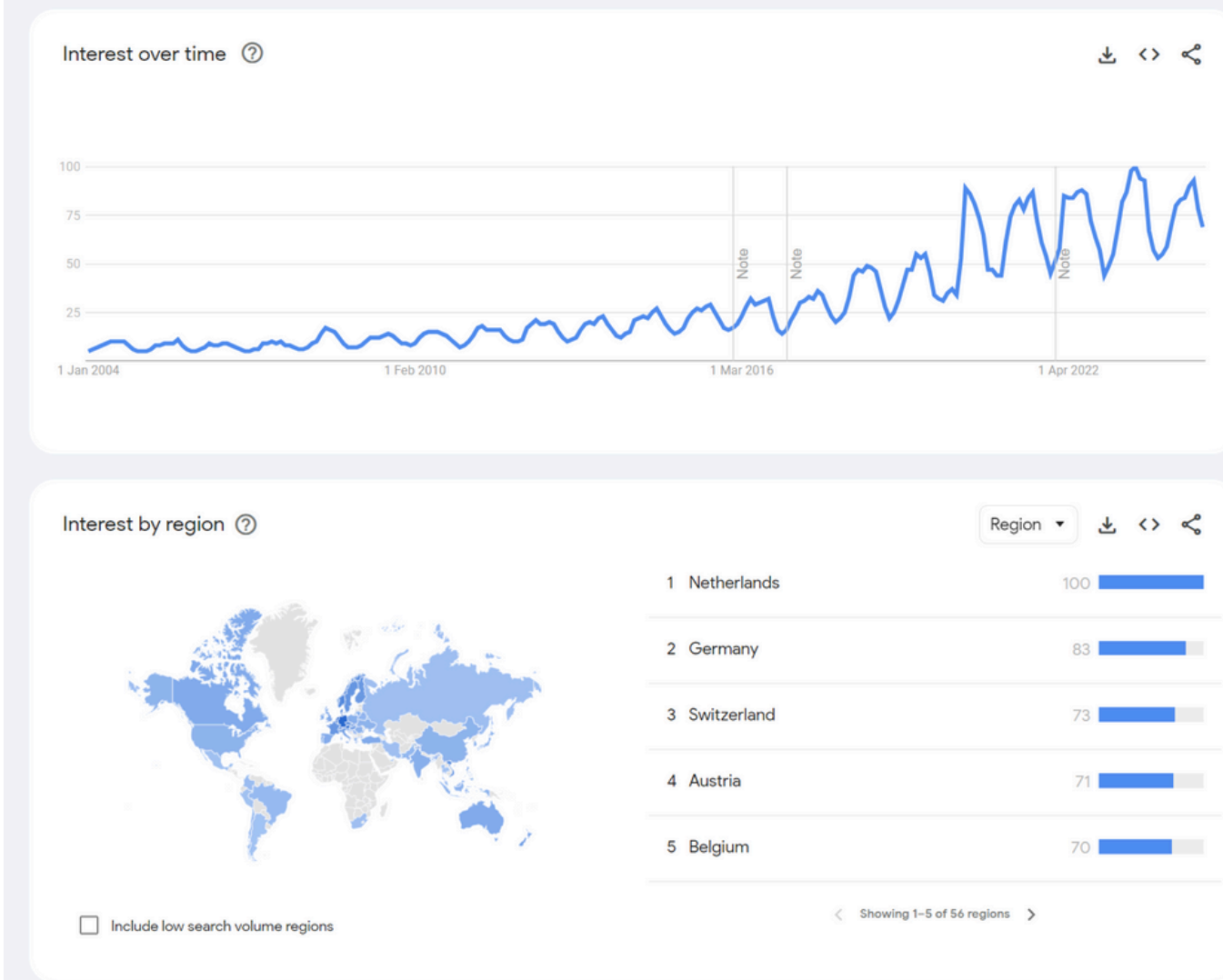
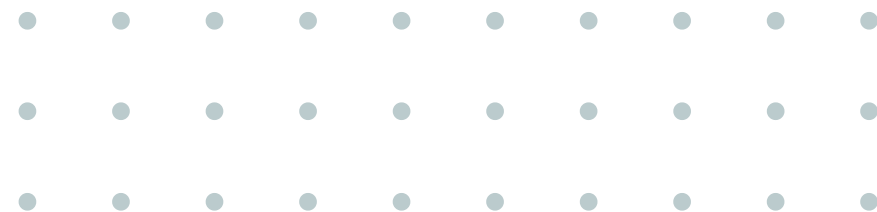


KOLESARTVO IN E-KOLESA

- (e) kolesarski turizem je v velikem porastu
- trajnostni način potovanja in raziskovanja
- kolesarjenje z električnimi kolesi je lažje, hitrejše in kolesarjem omogoča, da izkusijo in vidijo več.

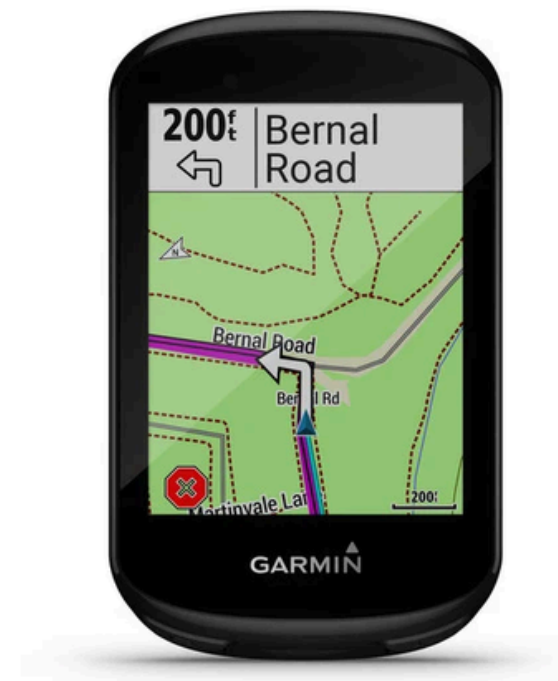
Izzivi:

- razpoložljivost e-koles za najem
- objekti za vzdrževanje in popravilo
- "bike-friendly" namestitve
- poenotene digitalne mape in fizične označbe na poti
- postojanke na poti + stojala za parkiranje
- (vodena) doživetja prilagojena kolesarjem



KOLESARTVO IN E-KOLESA

- Prilagoditev ponudbe za kolesarje?
- Vsebinsko imate že pripravljeno s strani vaše destinacije – Outdooractive platforma
- Lahko zgraditi svoje ture, ki štartajo pri vas doma
- Ostali touchpointi?



Naložite .gpx
datoteke



Nosilci za
telefone

Link



UMETNA INTELIGENCA

Pričakuje se, da bo do leta 2025 90 % vsebin, ki so na voljo na internetu, ustvarjenih s pomočjo umetne inteligence (Yahoo Finance, 2023).

Izpostavljeni primeri uporabe:

- UI je (nevidno) vgrajena že v večino aplikacij
- klepetalni roboti za podporo gostom ("smart booking, recommendation, FAQ assistants"). Primer Alme.
- priprava in obdelava spletnih/promocijskih vsebin (teksti in slikovni/video material), prevodi, naslovi, "hashtagi", "voice overs"
- analiza spletnih review-jev in drugih internih dokumentov, ki je osnova za izboljšave
- obdelovanje preteklih statističnih podatkov za napovedovanje
- Aplikaciji **Captions** ali **CapCut**: avtomatski audio prevodi, podnapisi, optimizacija zvoka, avtomatsko generirana glasba, dinamični video (približuje in oddaljuje sliko), avtomatsko generiran naslov/opis/hashtag za SM. Velika medijska knjižnica. Primer! Primer! Primer!
- **Auphonic**: Izboljšanje zvoka, ki ga posnamete s navadnim telefonom
- Muzeji ; nove priložnosti za hiper-personalizacijo izkušenj

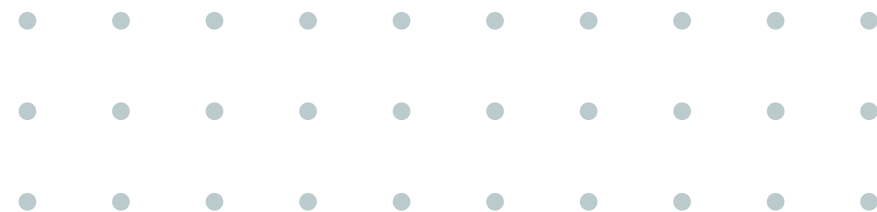
Primer aplikacije v nastajanju:

Priporočanje mikro, manjših in večjih dogodkov!

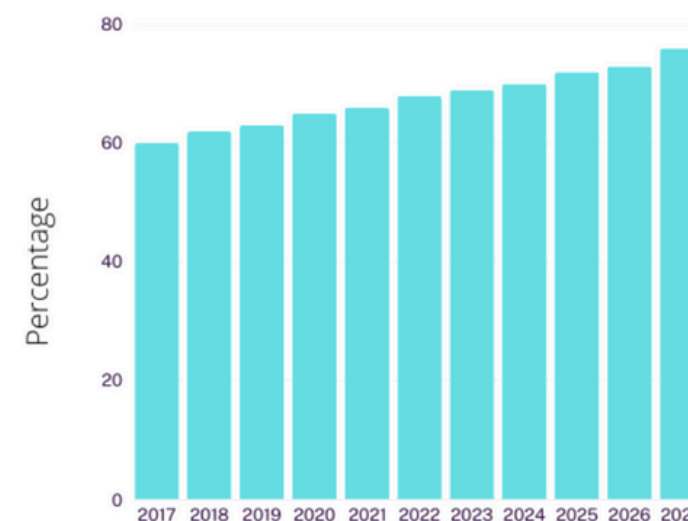
Uporabna stran:

<https://www.futurepedia.io/>.

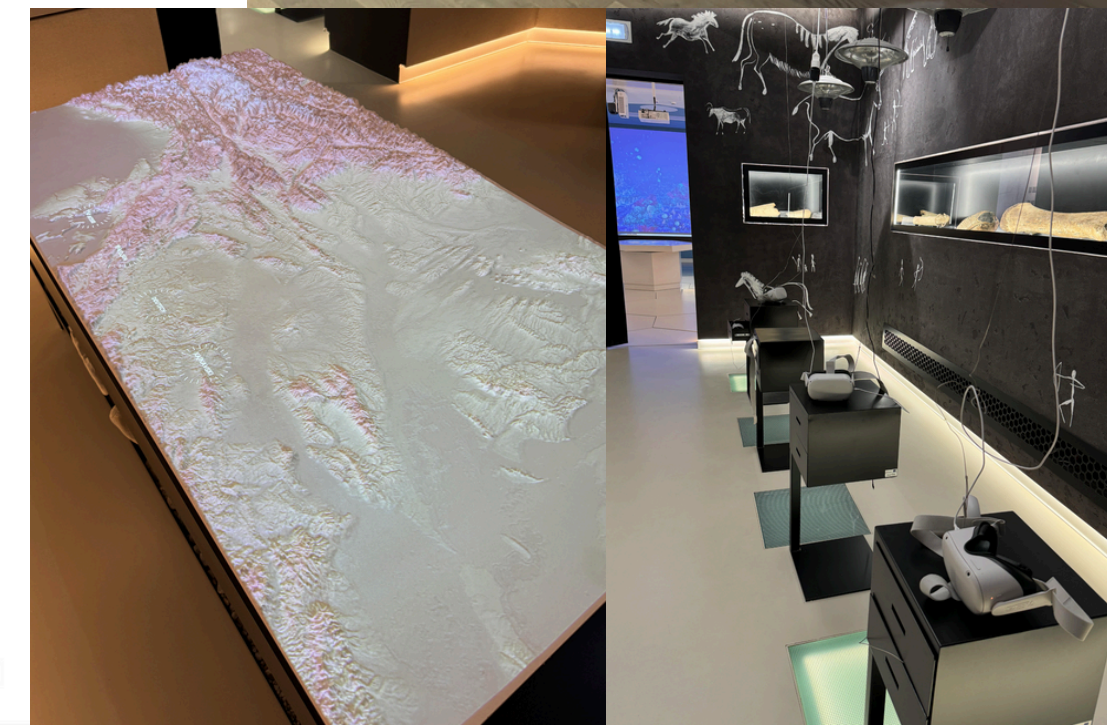
TUDI V SPLOŠNEM STREMIMO K DIGITLAIZACIJI!



68% of all sales in travel & tourism are made online in 2022.



DREAM BIG,
TRAVEL FAR
[source: Statista]



NOVI VZORCI ISKANJA INFORMACIJ

Manipulating Large Language Models to Increase Product Visibility

Aounon Kumar and Himabindu Lakkaraju

Harvard University, Cambridge, MA.

V novem delovnem dokumentu harvardskih raziskovalcev je dokazano, da lahko vstavitev „strateškega zaporedja besed“ - besedila, ki se doda na stran z informacijami o izdelku - poveča možnost, da bo izdelek priporočen. Al tako spremeni informacije, ki jih poda v odgovoru na potrošnikovo poizvedbo.

I FEEL
SLOVENIA



I will give you some tips and suggestions, which will appear on the right side of your screen.

Give me restaurants recommendations for Koper lunch tomorrow



For lunch in Koper, here are some top restaurant recommendations:

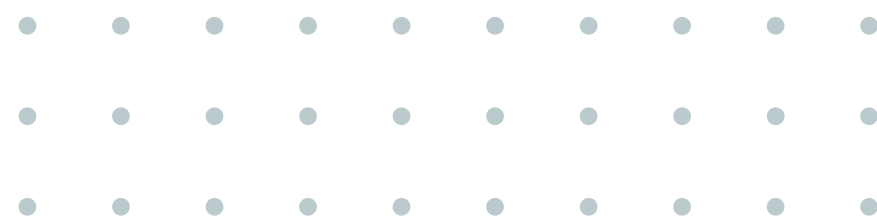
1. **Capra:** Situated at Pristaniška ulica 3, Capra offers a memorable dining experience with a focus on Mediterranean flavors. More details can be found [here](#).
2. **Gostilna Za Gradom Rodica:** Located at Kraljeva ulica 10, this restaurant provides a gourmet experience blending local and international cuisines. Check their menu at [zagradom.com](#).
3. **Al Mulin Restaurant:** Known for its rustic ambiance and seafood dishes, it's located at Sermin 19. Visit [almulin.si](#) for more info.
4. **Restaurant Brič:** Specializing in fish dishes with options for all dietary preferences, you can find them at Dekani 3b. Visit [restaurantbrič.si](#) for more.
5. **The "MOHOREČ" Inn:** For a more traditional experience, this inn is located in Kubed 66a, Gračišče, and offers authentic Slovenian cuisine. Learn more at [mohorec.si](#).

Enjoy your meal in Koper!

Please let me know about your interests

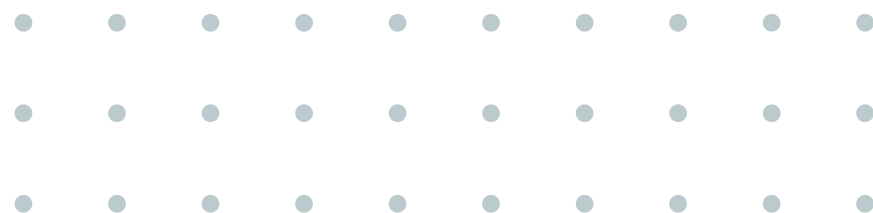


Alma AI



NOVI VZORCI ISKANJA INFORMACIJ

- Pri izkustvenih iskanjih gre za izkušnje iz resničnega sveta. Katera je najboljša italijanska restavracija v New Yorku? Kateri so najboljši kraji za pohodništvo v Peruju? Kje se moram ostriči?
- Ta iskanja nimajo enega samega dejanskega odgovora. Vsi odgovori so subjektivni. Zato je pri izkustvenih iskanjih najpomembnejša pristnost.
- TikTok prevladuje pri pristnosti.
- Ne gre za to, da bo TikTok postal iskalnik številka ena na svetu. Gre za to, da iskanje postaja vse bolj razdrobljeno po različnih medijskih formatih.
- Ljudje imajo veliko različnih načinov iskanja, ki so enako dobri. Zato uporabljajo tisto, kar ustreza njihovim željam. Veliko mlajših ljudi daje prednost vizualnemu učenju prek kratkih videoposnetkov.
- Vir



me searching everything on
tiktok rather than Google
because I understand things
better visually/ verbally

316 comments



maaariahhhhhhh

For me, TikTok is more accurate than Google 🤖

2022-8-3 Reply

♡ 3042



View 8 replies ▾



kayllalewis

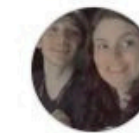
Literally

2022-8-3 Reply

♡ 1417



View 3 replies ▾



haileycollins7

Sameee

2022-8-3 Reply

♡ 262



lemononeverything

YES! Literally what I've been saying. TikTok is the new Google

2022-8-3 Reply

♡ 480



NOVI VZORCI ISKANJA INFORMACIJ

- Prilagoditi tudi digitalna orodja ciljni skupini = tudi z njimi komuniciramo
- npr. Notion ima zelo močno skupnost uporabnikov ...



Brinovka recommends

♥ House-sponsored (nerby) experiences and activities:

- ▶ Discovering the underground secrets of WWI | Hike tour | Option 1
- ▶ Discovering the underground secrets of WWI | Car tour | Option 2
- ▶ Additional to the above tours (optional)
- ▶ Additional to the above tours (otptional)
- ▶ Visit to the Herbal Farm Rogelja
- ▶ Massage at Herbal Farm Rogelja (Vojščica) or at Brinovka House
- ▶ Yoga morning/evening session at Brinovka house (by the pool)

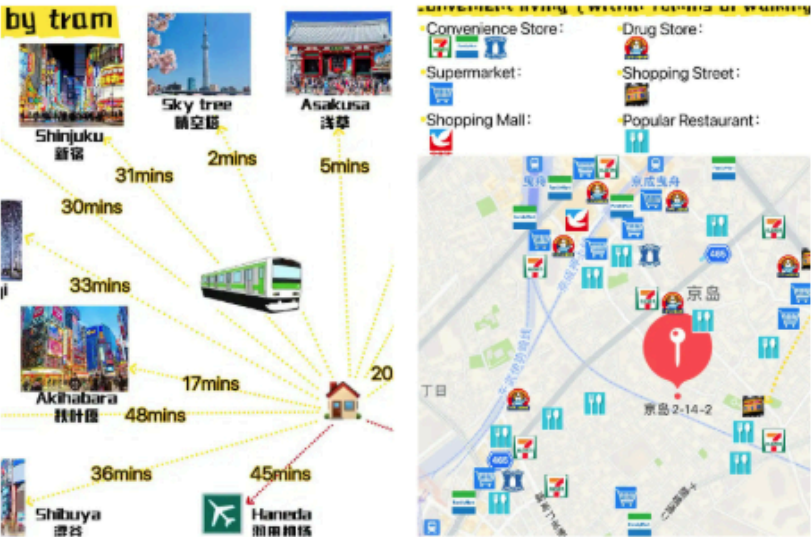


Link

One side is tastefully branded – simple, yet classy. The other side? A QR code that directs guests to a beautifully designed mobile guide.



Once scanned, guests are showcased local attractions, dining options, and exclusive offers.



Imagine hotels doing the same.

Sure, lifestyle pictures are nice, but how about a gallery packed with every detail

CHECK-IN

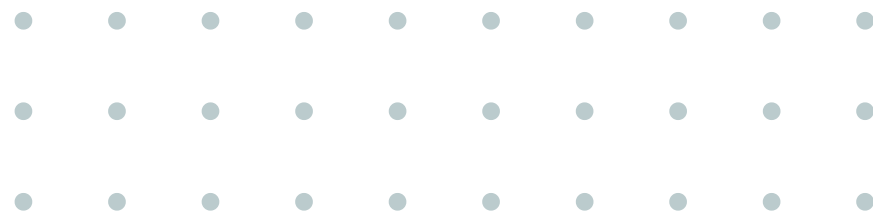


One side is tastefully branded – simple, yet classy. The other side? A QR code that directs guests to a beautifully designed mobile guide.



Once scanned, guests are showcased local attractions, dining options, and exclusive offers.

Ključ -> kartica -> pin koda -> Qr koda -> prstni odtis



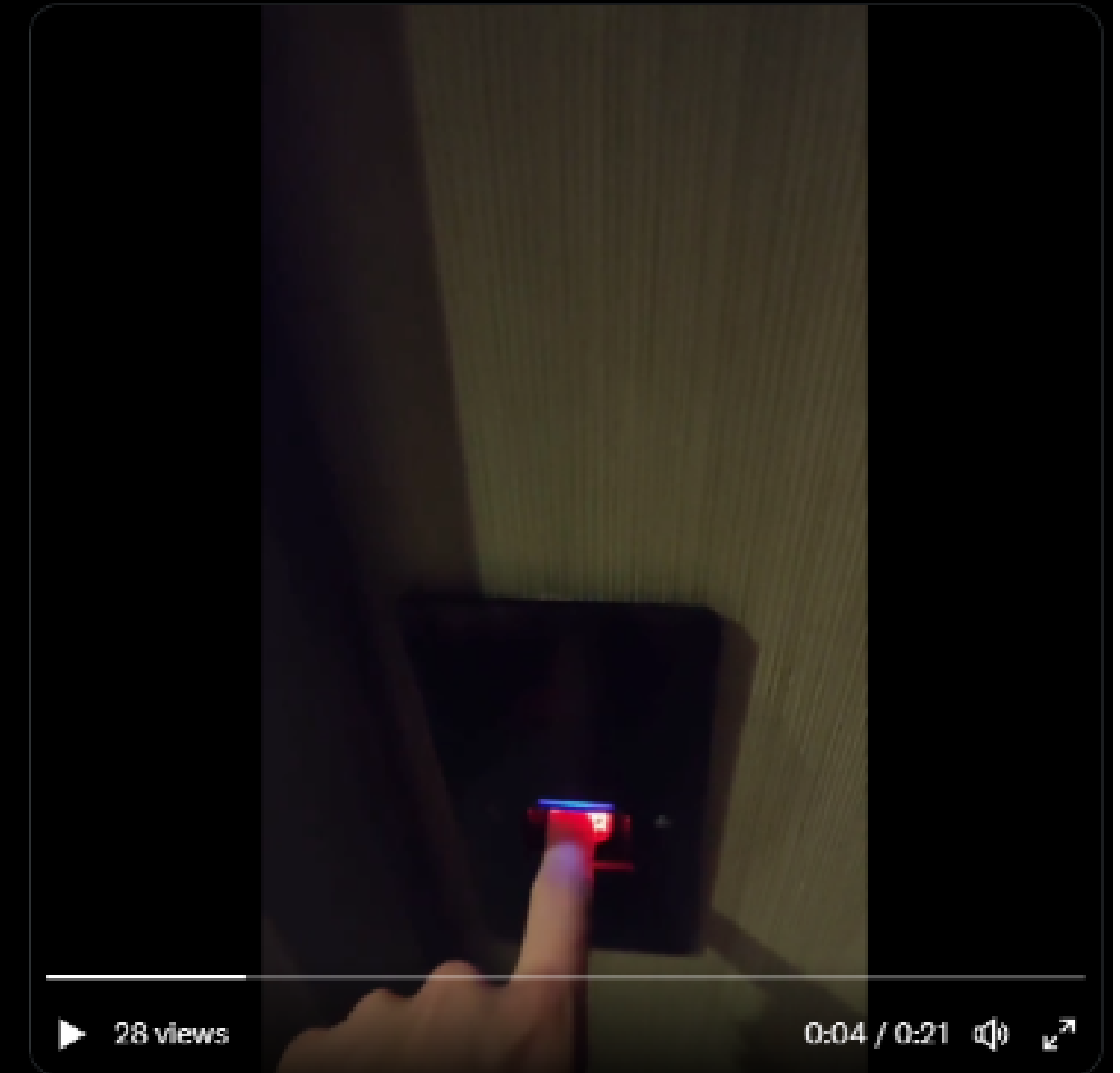
Jaka Godejša

@JGodejsa

Really impressed by TOC Hostel Seville and their "smart key" solution. You always have your finger with you.

Perfect user experience so far. And just coming from a hostel in Ljubljana that had QR codes instead of keys/card and I did not recognize the value of it.

#tourism



Uporaba prstnega odtisa za vstop v sobo

“ZADNJI RECEPTOR, KI GA BOSTE POTREBOVALI”

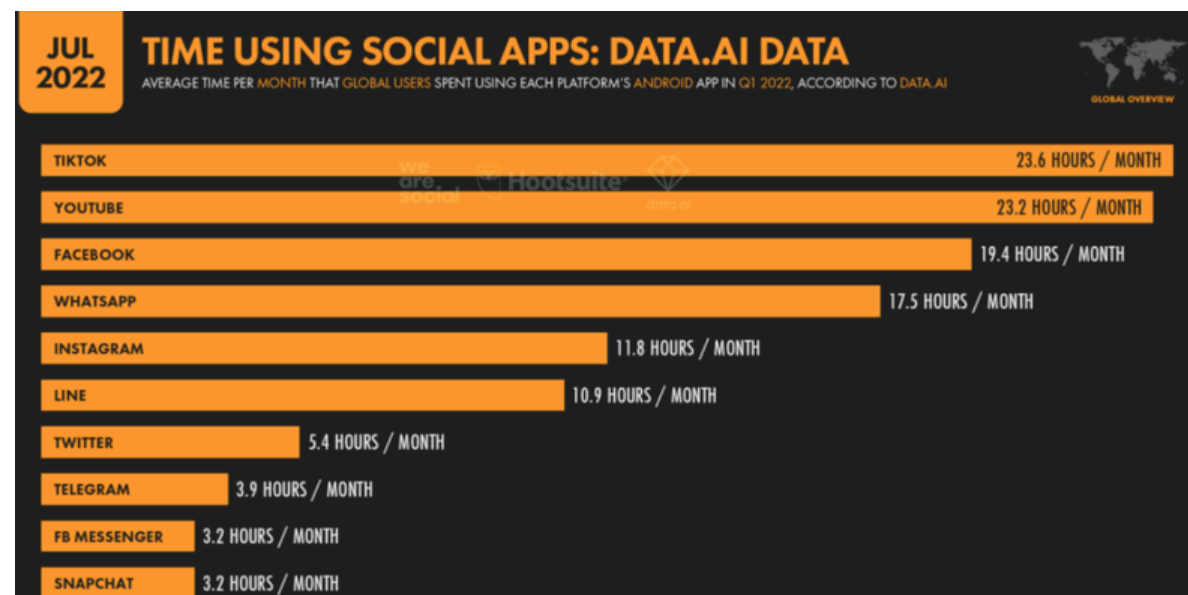
- turistični terminal je digitalni receptor, ki 24 ur na dan namesto običajnega receptorja sprejema goste v nastanitvene objekte.
- poleg sprejema gostov, ki rezervacijo predhodno opravijo na spletnih rezervacijskih platformah, zna mimoidočemu gostu ponuditi proste kapacitete in gost lahko po opravljenem postopku v nekaj minutah vstopi.
- terminal ponudi tudi dodatne storitve v nastanitvenem objektu ali v okolici, gost pa takoj opravi nakup.
- z gosti se pisno in govorno sporazumeva v več svetovnih jezikih, njegova uporaba je enostavna in velika večina gostov vseh starostnih skupin oceni postopek vstopa v nastanitveni objekt z najvišjo možno oceno.



VIDEO FIRST

Video na prvem mestu – ste pripravljeni?

- “Leta 2024 bomo v Sloveniji presegli milijon TikTok uporabnikov. To pomeni, da bo skoraj polovica Slovencev vsaj enkrat tedensko odprla aplikacijo TikTok ”(Marketing Magazin, 2023)
- Uporabniki v povprečju na **TikToku** preživijo **58 minut na dan**
- Raziskave kažejo, da 40 % potrošnikov zdaj uporablja TikTok kot brskalnik. Popularno predvsem za restavracije in inspiracijo za potovanja.
- Visit Ljubljana in pa npr. veliko je UGC vsebine



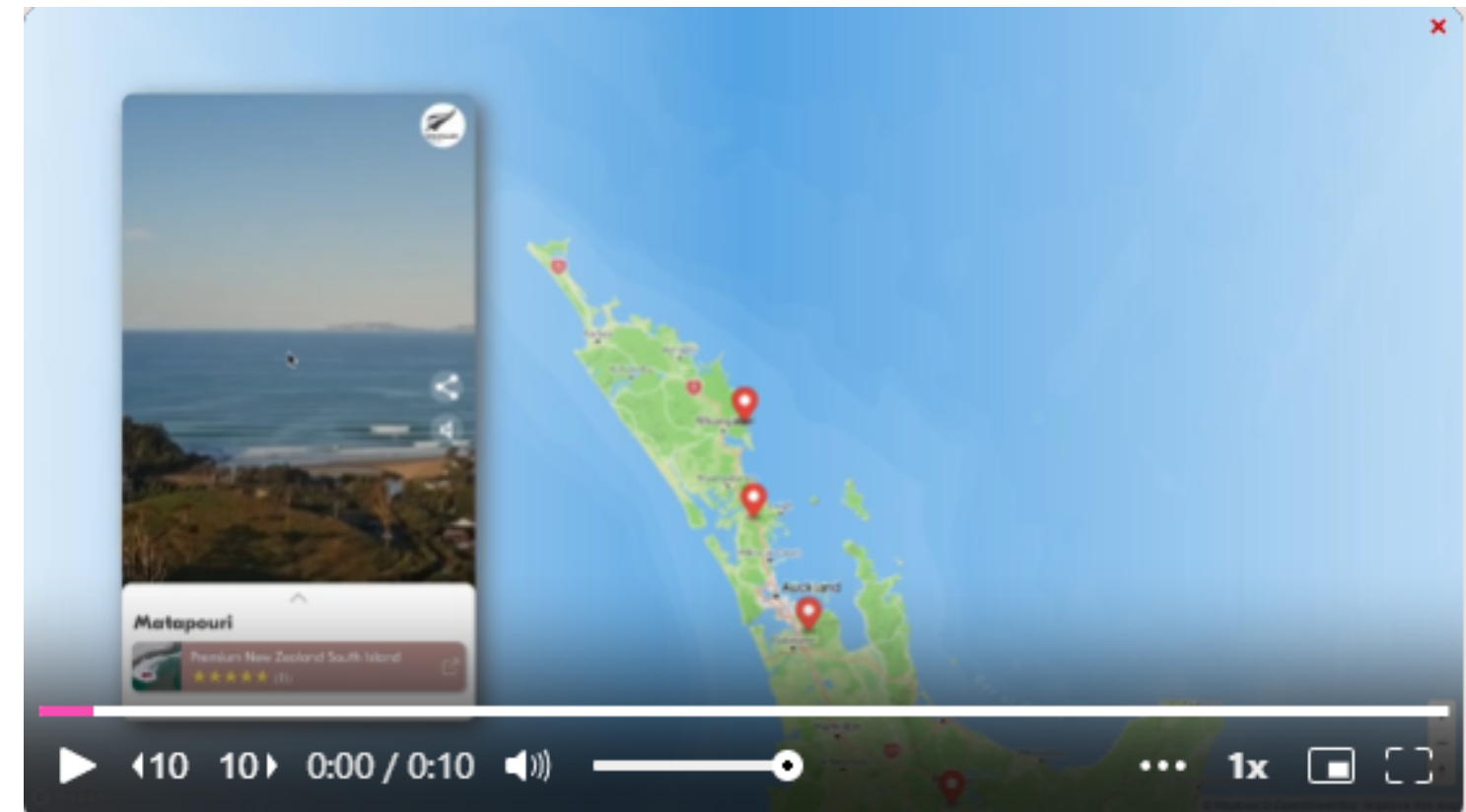
Tony Carne • Following

Adding video to your travel site is as simple as posting to social with Videreo: ...

[Subscribe to newsletter](#)

3w • 🌐

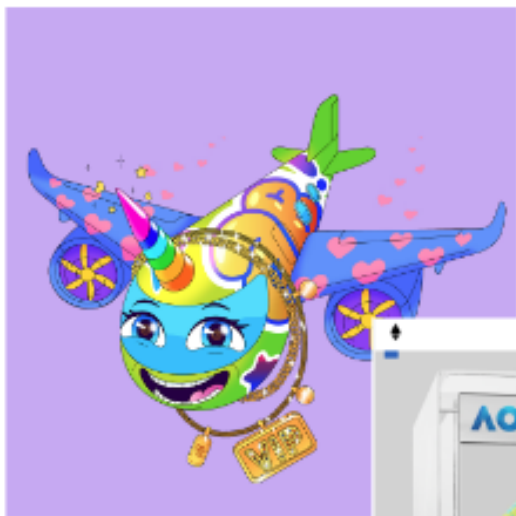
[Airbnb](#) have declared that the product marketing for their “Experiences” product re-launch will be video-first.



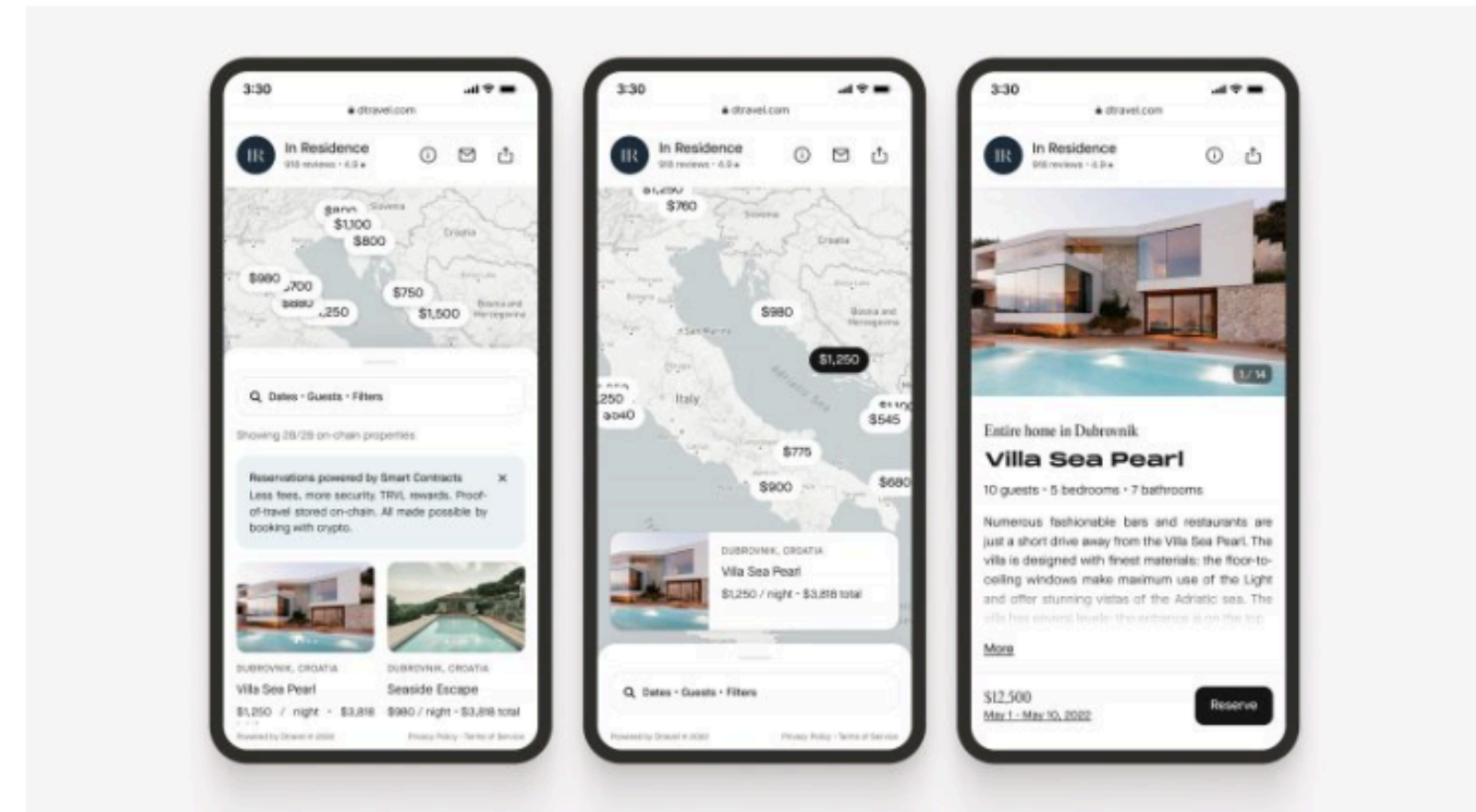
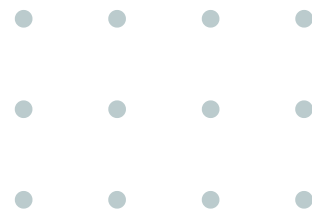
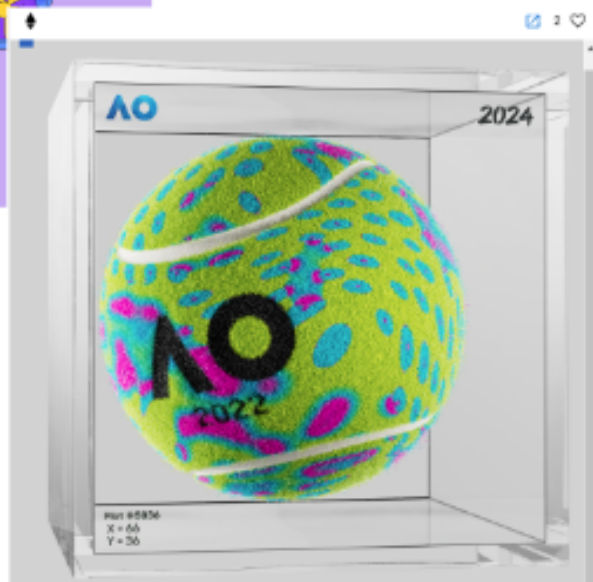
[Videreo.com](#)

BLOCKCHAIN IN NFT

- Dtravel ; primer platforme brez posredništva ; sprejema plačilo kriptovalut - London
- Air Baltic - Planies NFT Loyalty program
- Australian Open - Art Ball - igrifikacija



Loyalty
program and
community
engagement



[Credit: Dtravel]

Marketing and distribution

News

Dtravel processes first travel booking on the blockchain

Paul Stevens August 4, 2022 blockchain, Dtravel, smart contracts, web3

DELO Z EDIT MODELOM NA LASTNEM PRIMERU

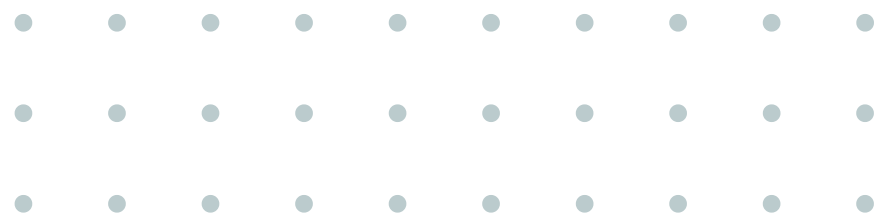
Navodila:

1) Zamislite si “user journey” vašega gosta oz. gosta, ki bi ga radi privabili oz. bolje servisirali

2) Na katerih stičnih točkah lahko uvedete novosti za ustvarjanje dodane vrednosti za 1)

Smiselno je, da so predlogi podkrepljeni s podatki (primarni, sekundarni) in slonijo na trendih in nišah v porastu.

Do EDIT Modela lahko dostopate: <https://rb.gy/auxx1>



Greg Isenberg • 2nd
CEO of Late Checkout, a holding company for business...
[Visit my website](#)
7h •

[Connect](#)

this is today's reminder to build products that make the mundane memorable

every touchpoint is a chance to build trust & go viral.

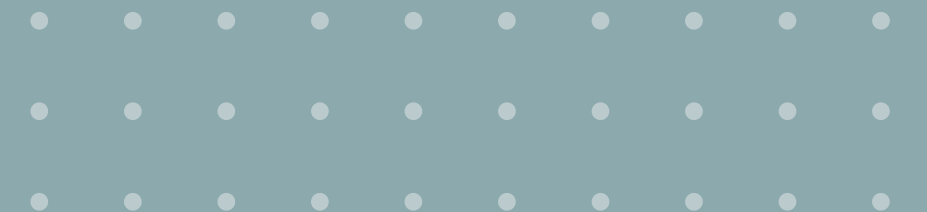


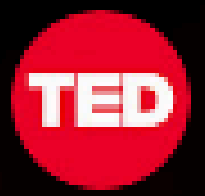
282

61 comments • 4 reposts



UNREASONABLE HOSPITALITY

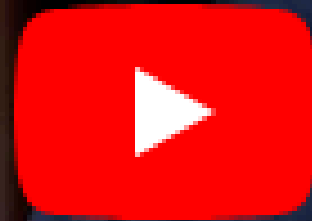




The Secret Ingredients of Great Hospitality | Will Guidara | TED

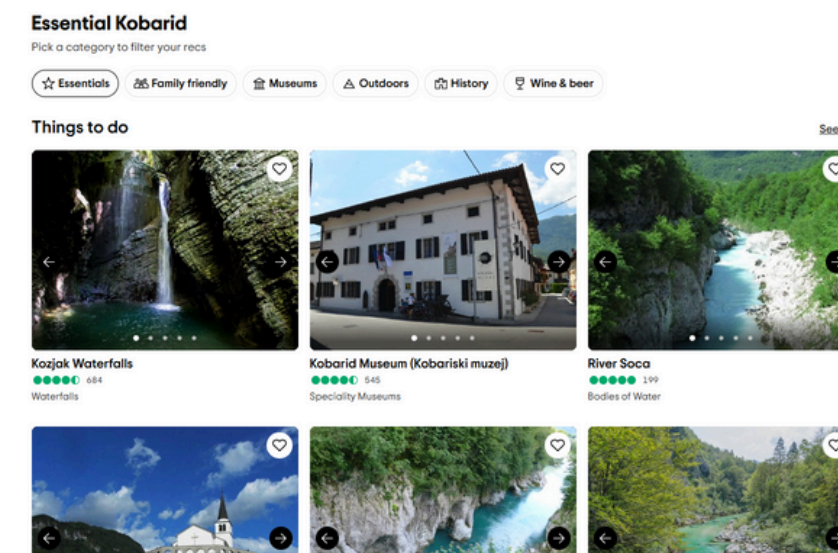


Share



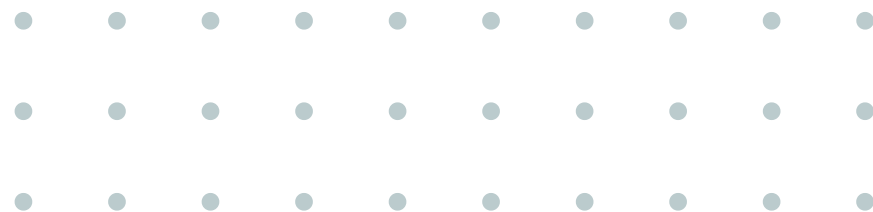
Watch on  YouTube

-

[illegible]

DRUGE UPORABNE POVEZAVE

- [100 Hotel Trends You Need to Watch in 2025 & Beyond](#)
- [Pravko](#) (umetna inteligenca za reševanje pravnih zagat)
- [Cebelca](#) (program za obrtnike, podjetja in nevladne organizacije z zunanjim računovodstvom)
- [Sum-up](#) (priročni pos terminal)
- [Bentral](#) oz. [Cubilis](#) (celoviti rezervacijski sistemi)
- [Platforme za iskanje vplivnežev: Cameo](#)
- [Lu.ma](#) (upravljanje z dogodki in prodaja vstopnic)
- [Notion](#) (aplikacija za organizacija vsega kar je pomembno)
- [Airtable](#) (aplikacija, ki združuje širino podatkovnih baz s preprostostjo Excela ali Googlovih Razpredelnic. Uporabniki lahko brez programiranja ustvarjajo lastne aplikacije, recimo za spremljanje prodaje.
- [Canva](#) (brezplačno orodje za grafično oblikovanje)
- [Goodwalks](#) (Ustvarite in objavite svojo samovodeno pustolovsko igro)
- [Auphonic](#) (izboljšaj slabo posnet zvok na vrhunski nivo)
- [Captions](#) ali [Opus.pro](#) (vašim videjem dodaj "trendy" podnapise)
- [Capcat](#) (enostavno orodje za sestavljanje in urejanje vaših video posnetkov)
- [Mailchimp](#) (pošiljanje e-mailov vašim strankam)
- [Priročnik Slovenia unique experience](#)
- [Oslo turistični oglas 2024](#)



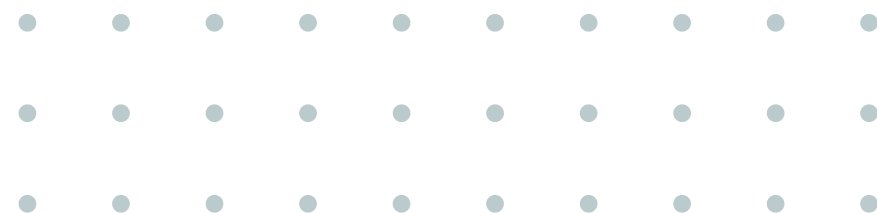


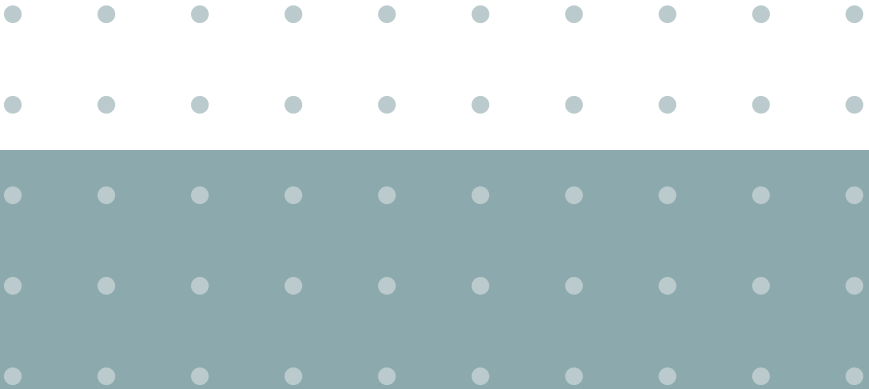
<https://www.vipslot.turistica.si/>

Razprava

1) S katerimi ovirami se soočate pri uvajanju novosti?

2) Kakšne spodbude in aktivnosti bi pričakovali od destinacije, ministrstva, ... da bi vam olajšali napredek in uvajanje novosti?





HVALA ZA POZORNOST

Vprašanja?

