

I FEEL
SLOVENIA



Zgodbe v slovenskem turizmu kot orodje učinkovitejšega trženja

Festival slovenskih LAS

STO

mag. Margareta Vidakovič

09.09.2016

**I FEEL
SLOVENIA**

**ZGODBA O SLOVENIJI JE
ZGODBA O LJUBEZNI,
KI Z OBČUTENJI SKUPAJ DRŽI VSE
SLOVENSKE RAZLIČNOSTI
I FEEL SLOVENIA. SLOVENIJO ČUTIMO
Z LJUBEZNIJO!**

Stara slovenska pripoved pravi, da je ob stvarjenju sveta vsaka dežela dobila veliko svojega: ena gore, druga morje, ta neskončna polja, ona goste gozdove. Na koncu, ko so se dežele že pohotile s svojimi razkošji, se je oglasila Slovenija: Kaj pa jaz?

In tedaj se je iz malhe začetka usulo, kar je tam čakalo prav do konca: najboljšo od vsega! Dovolj za stvarjenje še enega sveta.

Vse to je v celoto sestavila še zadnja, najpomembnejša sestavina: prgišče ljubezni. Ta ljubezen je imela posebno moč. Povezala je morje z gorami, gozdove z vodami, polja z vinogradi, posebnosti podzemlja s svetlobo neba.

Zato se v Sloveniji lepote dotikajo druga druge. S svojo bližino so prvo zaljubljenost spremenile v zeleno ljubezen, ki traja, s svojim obstojem so spodbudile aktivno iskanje dobrega, z doživetji, ki jih omogočijo, so pospešile zdrav utrip srca.

Zato je Slovenija zelena, aktivna in zdrava.

V takšni deželi je lahko najti ljubezen in jo občutiti na čisto svoj način.

Odkrijte svojo sLOVENIJO.

Poklička

Slovenija je edina evropska država, ki na lahko obvladljivih razdaljah združuje Alpe, Mediteran in Panonsko nižino

ZELENA. AKTIVNA. ZDRAVA. Slovenija.

Zelena

Slovenija je **ena najbolj zelenih dežel** na svetu. Z gozdnimi prostranstvi, z razkošjem čistih in zdravilnih voda, z izjemno biotsko raznovrstnostjo, z **zavezo trajnostnemu razvoju** se uvršča med zelene posebnosti Evrope. **Primarna ciljna skupina** za obisk Slovenije kot turistične destinacije so **ljubitelji narave**.

Aktivna

Raznolikost krajine in zelene danosti predstavljajo **izjemne možnosti za aktivne počitnice** (pohodništvo, kolesarjenje, smučanje, raznoteri vodni športi itd) **v tesnem stiku z naravo**. Narava **navdihuje prebivalce in turiste**.

Zdrava

Ljubitelji narave in aktivnega življenja imajo jasen cilj - ohranjanje zdravja in dobrega počutja. **Naravne danosti, nadgrajene z aktivnostmi in doživetji v atraktivne turistične produkte visoke dodane vrednosti**, so odlično izhodišče za zadovoljitev ključnih potreb in želja ciljne skupine turistov. **Zelena in aktivna je zdrava Slovenija**.



- Orodje, ki informacije pretvori v **lahko razumljiv** in **zapomnljiv** jezik, ki se dotakne **srca**. (Človeški možgani niso narejeni za statistiko in alineje, pač pa za zgodbe.)
- Je pripomoček, orodje in metoda za **organiziranje informacij**.
- Zgodbe imajo **velik potencial vizualizacije** tega, kar želimo sporočiti.

„Zgodbe v slovenskem turizmu: Identifikacija in razvoj zgodb za potrebe oblikovanja in trženja turističnih produktov in destinacij“

Skozi ureditev koncepta »Piramide zgodb v slovenskem turizmu«
izboljšati in uveljaviti koncept **storytellinga oz.
zgodbarjenja kot pomembnega trženjskega orodja**
v slovenskem turizmu, na vseh ravneh:
podjetja, lokalne destinacije, regije in krovna raven Slovenije ter
na ta način **povečati privlačnost in konkurenčnost turizma.**

Osrednji CILJ:

... da Slovenija postane

dežela, ki svojo ponudbo komunicira skozi privlačne ZGODBE na krovni ravni,

ki jo jasno pozicionirajo in podpirajo krovni slogan I FEEL SLOVENIA ter krovno zgodbo ZELENA.AKTIVNA.ZDRAVA.,

ki navdušujejo in pritegnejo,

skozi privlačne zgodbe na destinacijskih ravneh pa obiskovalce motivira k obisku, z njimi vzpostavlja poglobljene izkušnje in jih motivira k ponovnemu obisku.

Turisti želijo produkte, ki zagotavljajo edinstveno izkušnjo, spodbujajo sanje, nagovarjajo čustva... Iščejo edinstvena doživetja – izdelke, storitve, destinacije, ki se bodo dotaknili naših sanj, nagovorili naša čustva in osmislili življenje.

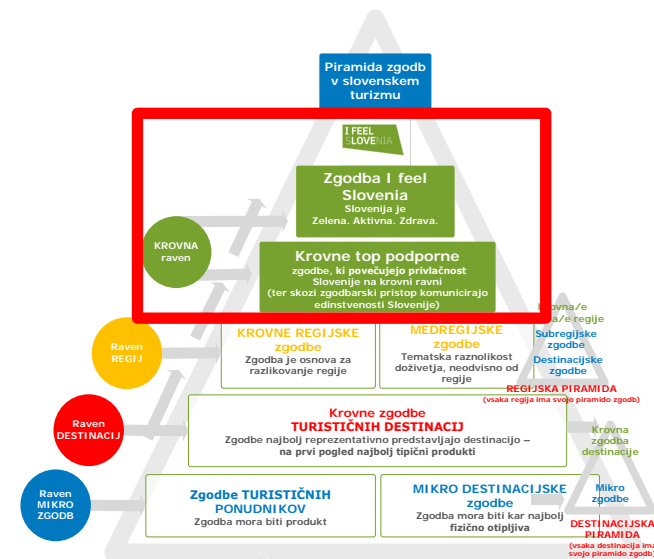
Piramida zgodb v slovenskem turizmu: predstavitev ravni



NACIONALNA raven = Krovna raven Slovenije kot turistične destinacije

- Na to raven se uvršča **dva tipa zgodb:**

- KROVNA ZGODBA**, ki na zgodbarski način podpre, pojasni in čustveno osmisli znamko I feel Slovenia (na osnovi že obstoječe identitete znamke) in pojasni značilnosti Slovenije skozi attribute: **ZELENA. AKTIVNA. ZDRAVA.**
- Sledijo TOP PODPORNE ZGODBE**, ki prikažejo raznolikost Slovenije – in na krovni ravni najbolj neposredno, konkretno in jasno komunicirajo to, kaj je Slovenija, kaj so njene edinstvenosti (s čustvenim osmišljanjem skozi nastavke zgodb) in kaj nudi.



Ta raven je opredeljena in relativno zaprta – ne more se poljubno širiti, se pa lahko skozi čas aktualizira. Ta raven predstavlja možni temelj za komunikacijsko strategijo Slovenije.

Piramida zgodb s konkretnimi zgodbami

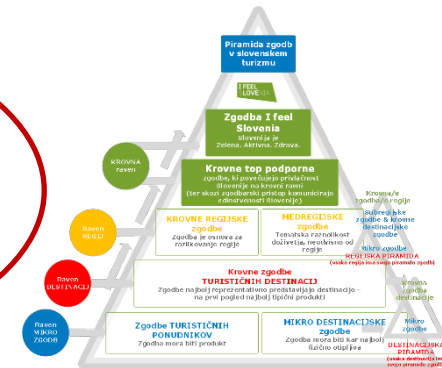
I FEEL SLOVENIA

I FEEL SLOVENIA. SLOVENIJO ČUTIM. Z LJUBEZNIJO!

Zelena. Aktivna. Zdrava.

Zgodba o Sloveniji je zgodba o ljubezni, ki z občutenji skupaj drži vse slovenske različnosti

KROVNA ZGODBA



TOP PODPORNE ZGODBE

O čem je zgodba?

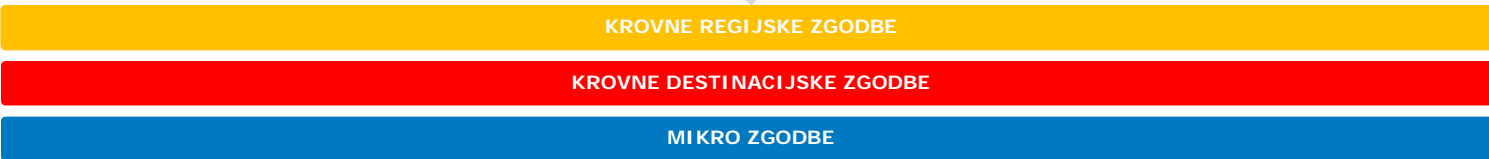
Kakšen tip zgodbe predstavlja

Povezave navzgor in navzdol

!!! V katere zgodbe na destinacijski ravni vodi top podpora zgodba?

	DEŽELA POD TRIGLAVOM	LJUBLJANA	KRAS IN KRAŠKE POSEBNOSTI	SLOVENSKA OBALA	VODE SLOVENIJE	GOZDOVI SLOVENIJE	OKUSI SLOVENIJE	NAVDIHI IZ SLOVENIJE
O čem je zgodba?	Doživetja pod gorami	Ljubezen v imenu glavnega mesta	Presenečenja pod površjem	Sol in ljudje Mediterana	Prinašalke dobrega!	Drevesa, kamor seže pogled	Dober tek in na zdravje	Ljudje, ki osvajajo svet
Kakšen tip zgodbe predstavlja	ZGODBE O TRIGLAVSKEM NARODNEM PARKU IN BLEDU SO ZGODBE O VAROVANJU ZAKLADOV	ZGODBE O LJUBLJANI SO ZGODBE O URBANEM IN USTVARJALNEM POVEZOVANJU SLOVENSkih RAZLIČNOSTI, SO ZGODBE O MESTU, KI IMA LJUBEZEN V SVOJEM IMENU	ZGODBE O KRASU IN KRAŠKIH POSEBNOSTIH SO ZGODBE O KAMNU, KI IMA MEHKO SRCE	ZGODBE O OBALI IN ISTRI SO POVEZANE Z ZGODBO O SOLI, KI CVETI, V JADRANSKEM MORJU, V MEDITERANSKEM OKOLJU	ZGODBE O SLOVENSkih VODAH SO ZGODBE O VIRIH DOBREGA POČUTJA IN ZDRAVJA	ZGODBE O RAZLIČNOSTI SLOVENSkih GOZDOV NISO ZGODBE O OBJEMALCIH DREVES, TEMVEČ ZGODBE O DREVESIH, KI OBJEMAJO LJUDI	ZGODBE O SLOVENSkih VINIH IN KULINARIKI SO ZGODBE O PRVOBITNEM VESELJU DO ŽIVLJENJA	ZGODBE O DOSEŽKIH LJUDI SO ZGODBE O LJUBEZNI, KI NE PRIZNAV OVIR IN MEJA
Povezave navzgor in navzdol	=> ZGODBA O ZLATOROGU (TNP) => BLEJSKE ZGODBE => TRIGLAVSKE PRAVLJICE (KG) => PLANICA => FESTIVAL ALPSKEGA CVETJA (BOHINJ)	=> ZGODBA O LJUBLJANSKEM ZMAJU => ZGODBA O PLEČNIKOVI LJUBLJANI => ZGODBA O EMONI /IZ EMONE => ZGODBA O KOLESU	=> ZGODBA O LIPIANCU => ZGODBA O ZMAJEVIH JAJCih V POSTOJNI => ZGODBA O NASTANKU CERKNIŠKEGA JEZERA	=> ZGODBA SOLNEGA KRISTALA => ZGODBA BRANCINA => ZGODBA O KOPRU: KOZE => ZGODBA O IZOLI: BELA GOLOBICA	=> KAKO JE NASTALO PANONSKO MORJE => SOČA, REKA S SPOROČILI MIRU => ZGODBA O BRODARJIH NA SAVI => KRST PRI SAVICI	=> ZGODBA O STELJNIKIH => ZGODBA O NAJEVSKI LIPi => PRAVLJIČNI GOZD V LOGARSKI DOLINI	=> NAJSTAREJŠA TRTA NA SVETU => OKUSI ROGLE => ZGODBA O TRNIČU => NAJSTAREJŠA KLET/PTUJ => ZGODBA O CVIČKU	=> ZGODBA O SLOVENSKEM SMUČANJU => ZGODBA O AVSENSKIH => EVENTUALNA MEDREGIJSKA ZGODBA O SLOVENCih KOT OSVAJALCIH NEBA IN VESOLJA

Zgodbe se lahko dodajajo – gre golj za nekaj primerov



Dva nivoja zgodb kot trženjsko orodje

1. **Zgodbe kot strateško trženjsko orodje** – v podporo razvijanju tržne znamke in krovnega pozicioniranja
2. **Kot operativno komunikacijsko orodje**

ZGODBE SO ZGOLJ ENO OD TRŽENJSKIH ORODIJ!

Naš fokus ni zgodbarjenje samo po sebi, **temveč trženje s pomočjo zgodb**. Zgodbe kot orodje torej, ki nam lahko pomaga pri trženju države kot turistične destinacije/ destinacije na lokalni ravni/ponudbe/atrakcije/produkta ...

Kako zgodbe vključiti v obstoječa trženjska orodja?

- 1. Spletno mesto** - velja za najbolj temeljno platformo in orodje za zgodbarjenje!
- 2. Družbena omrežja – ki enosmerno zgodbarjenje spreminjajo v dinamično** (user generated contents).
- 3. Odnosi z javnostmi** (in študijska potovanja).
- 4. Trženjska infrastrukturna orodja**, ki jih je potrebno v podporo komuniciranju skozi zgodbe razviti: foto material (**vizualna podpora komuniciranju zgodb**), video klipi, vključenost principa zgodbarjenja v brošure, promocijski artikli, ki podpirajo zgodbe itd.

Zgodbarski priročnik

- Kaj so ključni elementi zgodbe.

- **PIRAMIDA ZGODB V SLOVENSKEM TURIZMU** - hierarhična razvrstitev izbranih zgodb.

- **OPREDELITEV ZGODB:**

1. Na obstoječi identiteti in zgodbi znamke Slovenije **opredelitev zgodbe na krovni ravni** (krovnna zgodba in krovne top podporne zgodbe).
2. Priporočila za oblikovanje **regijskih in destinacijskih zgodb**.

- **Smernice za razvoj zgodb v turistične produkte - koncept implementacije izbranih zgodb v turistične produkte.**

- **TRŽENJE ZGODB:** Oblikovanje smernic za trženje zgodb **ter vpetost zgodb na obe trženjski ravni** (strateško in operativno), s poudarkom na uporabi sodobnih orodij.

- **Skozi »izobraževalno«** komponento usmerjati destinacije v strateško razvijanje zgodb kot pomembno trženjsko orodje.

Zgodbarski priročnik

www.slovenia.info

www.slovenia.info
uradni slovenski turistični informacijski portal

Jezik: Slovenski Država: International

O STO [ZELENA AKTIVNA ZDRAVA](#) [DOGODKI IN PRIJAVE](#) [RAZISKAVE IN RAZVOJ](#) [DST 2016](#) [ZELENA SHEMA TURIZMA](#) [MARKETINŠKE PRILIKOŠT](#)

Znamka
www.slovenia.info

Zgodbe v slovenskem turizmu

Globalna digitalna kampanja I feel Slovenia - Make

STO
Slovenska turistična organizacija (STO) je nacionalna turistična organizacija, zadožena za trženje in promocijo turizma, ki ji je zaupana naloga promocije in razvoja slovenskega turizma.

Slovenska turistična organizacija »
Znamka Slovenije »

ISKANJE

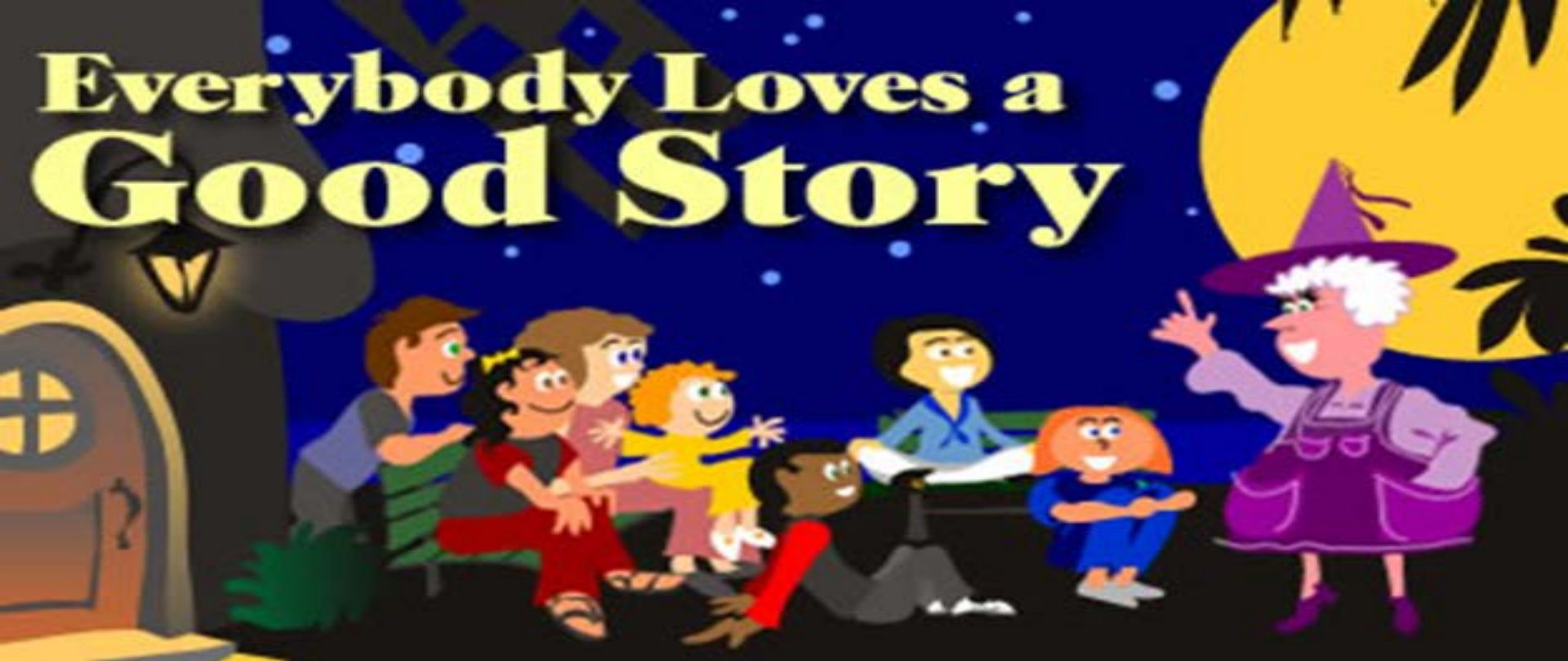
Naročilo na
TTA - Turistična tiskovna agencija
Turizem
Arhiv - Turistično ogledalo

Publikacije
Zgodbarski priročnik - celoten

V turizmu oblikovanje in pripovedovanje zgodb – ZGODBARJENJE (ANG. STORYTELLING), postaja učinkovito orodje v pomoč razvoju in trženju turističnih destinacij, produktov, znamenitosti in ponudnikov. Slovenija je sicer bogata z zgodbami v turizmu, ki imajo tudi turistični trženjski potencial, vendar še niso v zadovoljivi meri vpete v turistične produkte, oziroma imamo turistične produkte brez zgodb.

Slovenska turistična organizacija je zato pristopila k projektu »Zgodbe v slovenskem turizmu«. Namen projekta je, da (1) analizira stanje na področju zgodb v Sloveniji – od

Everybody Loves a Good Story



Čeprav se je način pripovedovanja zgodb skozi zgodovino in stoletja spreminjal, pa so zgodbe vedno ohranile eno značilnost: navdihovale so ljudi.

I FEEL
SLOVENIA

www.slovenia.info

[margareta.pecaver-
vidakovic@slovenia.info](mailto:margareta.pecaver-vidakovic@slovenia.info)