



DNEVI SLOVENSKEGA TURIZMA



Gostoljubnost in izzivi medgeneracijskega sodelovanja v turističnih društvih

mag. Mirjana Ivanuša -Bezjak

Janja Viher

Predavateljica, svetovalka in mentorica

Mirjana Ivanuša-Bezjak

Povezovalka in predavateljica izven okvira. Svetovalka na področju turizma ter predavateljica predmeta WEB3 tehnologija in umetna inteligenca.

Oseba, ki je pred 15 leti v Slovenijo prinesla tehniko hitrih poslovnih sestankov-pogovorov.

Avtorica knjig in mentorica okoli 400 študentom pri pisanju diplome.



“Odštekana, NORA in izven vseh okvirjev”



Mag. Mirjana Ivanuša – Bezjak

Turistični delavci smo gostitelji

Gostoljubnost v turizmu bo tudi osrednja tema Srečanja turističnih društev, ki bo na Dnevih slovenskega turizma potekalo v ponedeljek, 18. 11. 2024, ob 10. uri. O tem, kaj je pravzaprav gostoljubnost, smo se pogovarjali z mag. Mirjano Ivanuša Bezjak, višjo predavateljico ter avtorica knjig o gostoljubnosti in lastnico portala www.gostoljuben.si.



Chat GPT je sposoben generirati naravni jezik in sodelovati v pogovoru s človekom.

Umetna inteligenca in turizem

Uporaba umetne inteligence in jezikovnega modela ChatGPT v turizmu in gostinstvu v Sloveniji: Povezovanje in izboljšanje doživetij

Zdaj je čas
za gostoljubnost
v turizmu

mag. Mirjana Ivanuša – Bezjak
mag. Klara Korenč
Janja Viher
Helena Rošker
Smiljan Benkovič
Maja Križmančič, MBA

Gostoljubnost slovenskih turističnih delavcev v in po času korona krize




Janja Viher

9 P

prostovoljka,
predsednica,
podpredsednica,
podjetnica,
pripovedovalka,
projektna vizionarka,
predavateljica,
pohodnica,
prijateljica



Two vertical bars of different shades of olive green are positioned to the left of the text.

Kje smo
in kam
želimo?

TURIZEM V ČASU PO COVID 19



Turizem v času krize je potreboval oživitev in nov zagon. Pri tem je ključno vlogo odigral tudi digitalni marketing, ki igra pomembno vlogo pri komuniciranju in turizmu.



Turisti v »post-coronskem« obdobju so bolj natančni pri iskanju informacij o posamezni destinaciji, eden pomembnejših izzivov pa je zagotovo, kako poglobiti odnose s potrošniki in jim predati informacijo o varnosti destinacije. V ta namen je potrebno prilagoditi strategije digitalnega trženja in upoštevati novo nastale situacije, kar počnemo vsakodnevno.

Turizem med in po COVID-19: ODNOS DO TURISTA - PERSONALIZIRAN & DIGITALEN

- Oblikovati moramo premium doživetja, ki imajo srčno noto in pomen tako za gosta kot za lokalno skupnost.
- Komuniciramo samozavestno, poudarjamo varnost in visoke standarde.
- Ne pozabimo na tiste, ki še ne morejo potovati. Navdihujemo k sanjarjenju, da ne pozabijo na nas.
- Preoblikujemo in prilagodimo poslovne modele.

Turizem med in po COVID-19: ODNOS DO TURISTA - PERSONALIZIRAN & DIGITALEN

- 5 faz okrevanja in prilagoditev komunikacije v turizmu:
 - potovanja na daljavo (izjemne izkušnje skozi zaslone),
 - fokus na lokalnem (avtentična doživetja skozi zgodbe ambasadorjev),
 - počitnice doma (prilagoditi doživetja za domačine),
 - počitnice tik za mejo (nagovoriti sosednje države),
 - nova normalnost (podarjamo varnost in visoke higienske standarde)

EVOLUCIJA TURISTOV (sodobni turistični trendi)

| Starodobni (masovni) turisti | Novodobni (individualni) turisti |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Značilnosti turista | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Homogeni, predvidljivi • Želijo se uniformirati, imitirati • Vse mora biti vnaprej organizirano | <ul style="list-style-type: none"> • Heterogeni, spontani, nepredvidljivi • Želijo biti drugačni od mase • Želijo sodelovati pri organizaciji in se samostojno organizirajo |
| Motivacija | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Potovanje je nekaj novega • Destinacija in kakovost nista pomembni • Pobegniti od vsakodnevnega življenja, pokazati ostalim, da je bil na potovanju | <ul style="list-style-type: none"> • Potovanje je nekaj običajnega • Destinacija je »ključ« potovanja • Pomembno je razmerje kakovosti in cene • Nova doživetja (izkušnje), razširiti obzorje, obogatiti življenje |
| Težnje | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Biti danes tu, jutri tam • Prevzemanje zahodnjaških vzorcev • Nadvlada | <ul style="list-style-type: none"> • Oglede brez uničevanja • Spoštovanje različnosti • Razumeti in biti bolje informiran |
| Interesi | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Sončiti se • Nima posebnih interesov • Jesti v hotelski restavraciji | <ul style="list-style-type: none"> • Biti aktiven • Posebni interesi (šport, kultura, narava) • Pokušanje lokalne kulinarike |

Kaj je zanimivo za gostoljubje obiskovalca?

Produkti gostoljubnega turizma so zanimivi za obiskovalca, ki **vkjučujejo obisk**:

- vodenih ali individualnih naročenih športno-rekreativnih, kulturnih, kulinaričnih programov,
- kulinaričnih delavnic, inštitutov, združenj - delavnice,
- posameznih primarnih in sekundarnih ponudnikov hrane in pijače,
- kulinaričnih in drugih festivalov,
- restavracij in gostiln,
- specifičnih lokacij, ki omogočajo doživetja krajine, gozdov, doživetij, proizvodnje, nakupa (pri ponudniku, v specializiranih delikatesnih trgovinah, na tržnicah) in
- degustiranja avtentičnih pridelkov, izdelkov, jedi in pijač regije.



Vloga gostoljubne skupnosti, ki jo kreirajo turistična društva:

Turizem v podeželskih skupnostih ima tako ključno vlogo pri:

- Ustvarjanju delovnih mest.
- Doseganju gospodarskih učinkov.
- Ohranjanju dediščine.
- Diverzifikaciji.
- Privlačnosti in vitalnosti krajine.
- Blažitvi demografskih izzivov.
- Trajnostnih praksah.



Potrebni pristopi

Dodano vrednost ustvarjamo z nepozabnimi in transformativnimi izkušnjami.

*Doživetja stranke morajo temeljiti
na izhodiščih, da jih privabimo
čustveno, intelektualno in senzorično.*

*Ustvariti moramo edinstvene,
personalizirane in poglobljene
realne zgodbe.*



Cilj ...Vizija trajnosti...Uspeha

Zavedati se moramo, da naš obiskovalec deluje po principu:

- raziskovanja,
- sanjah in željah,
- načrtovanju potovanja,
- rezervaciji,
- doživetju,
- komentiranju in deljenju svoje izkušnje.

In posameznik/ponudnik/turistični delavec je tukaj tisti, ki poskuša njegove zahteve potešiti, če se posamezniki povežejo v skupnost je zadovoljstvo obiskovalca veliko večje.



SPREMINJAJOČI SE SVET DELA

TRIJE ZOBNIKI USPEHA:
TEHNOLOGIJA, VREDNOTE IN MENTORSTVO
V SODOBNEM DELOVNEM OKOLJU



Mirjana Ivanuša – Bezjak, Zinka Kosec, Tatjana Kolenc

KAKO OSTATI ČLOVEK V NOVIH DIGITALNO-TEHNOLOŠKIH OKOLIŠČINAH?

TD – nosilci gostoljubnosti

Prav vodstva turističnih društev ste nosilci in „vleči konji“ slovenskega turizma na lokalni ravni.

Gostoljubnost in novi mladi člani društev

V svojih sredinah želite širiti „zavedanje o gostoljubnosti in gostoljubju“ ter to prenašati na mlajše člane.

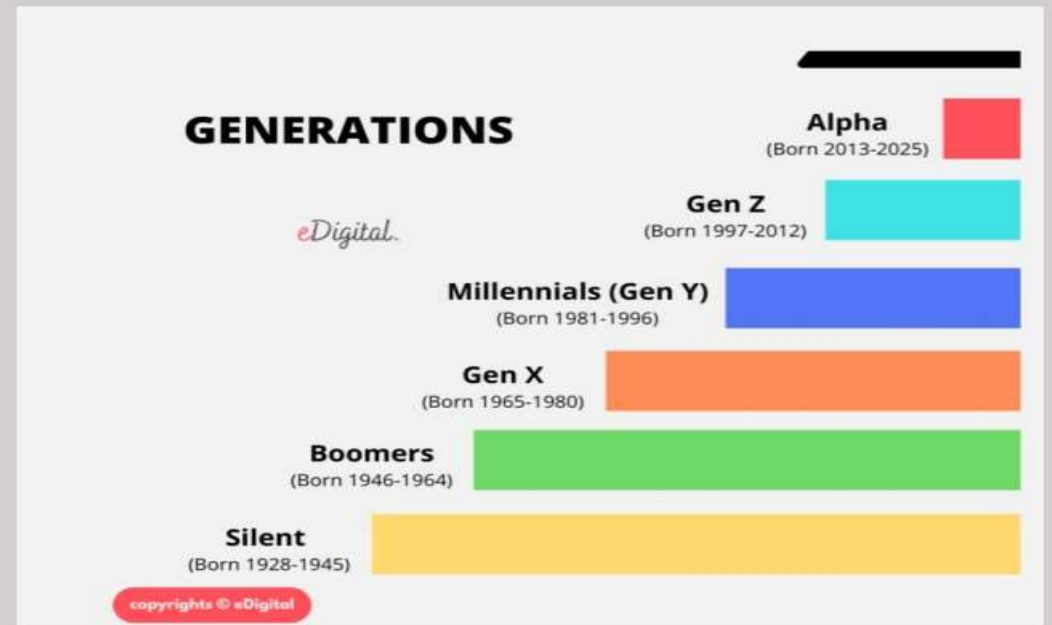
Za to potrebujemo mentorstvo ter medgeneracijsko sodelovanje v različnih oblikah.

Generacije med nami-sodelovanje

Generacije mladih

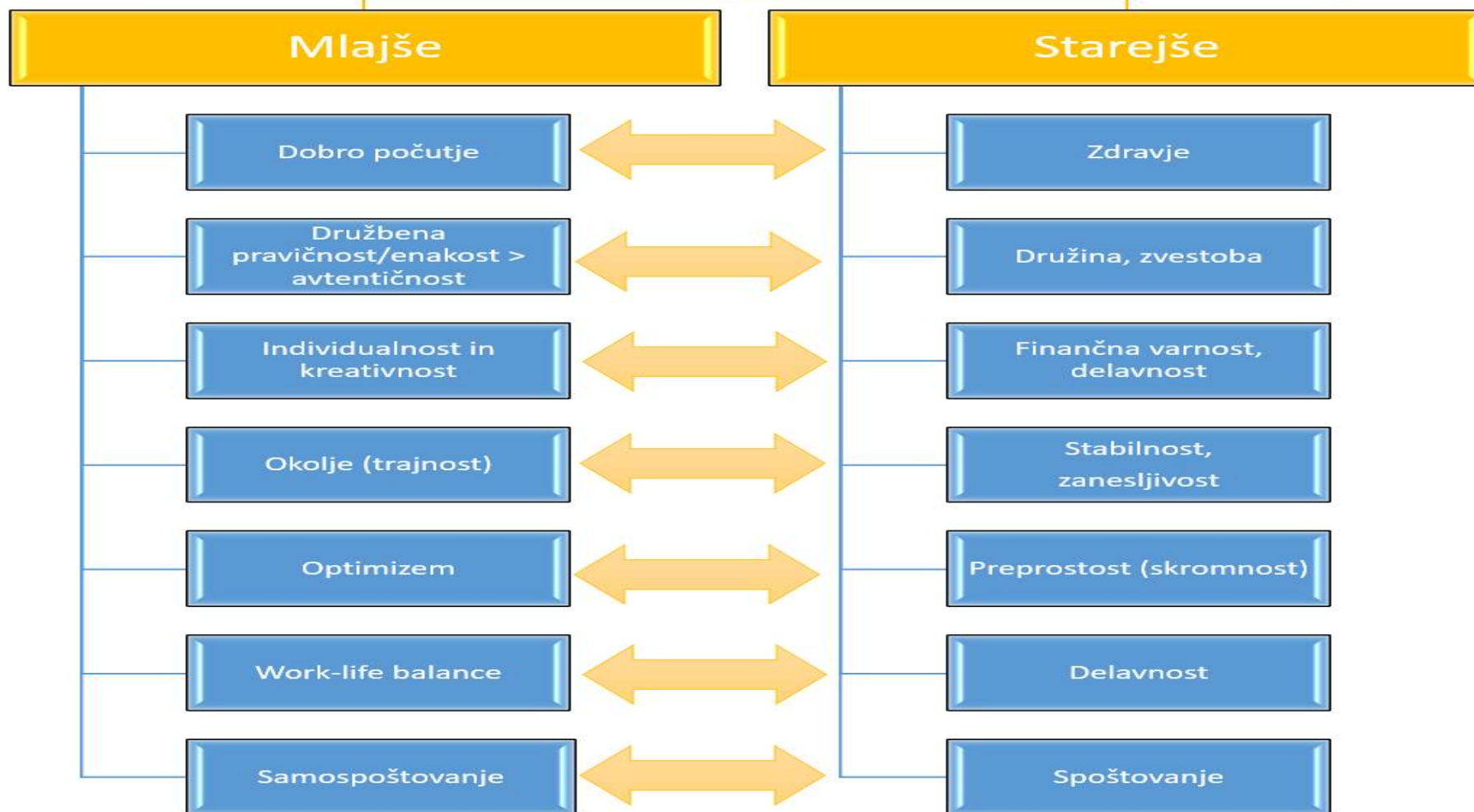
Alfa = še niso vstopili na trg dela
Generacija Z = dijaki, študenti
Generacija Y (milenijci) = mladi zaposleni

*marketinška kategorija



Vir: <https://www.edigitalagency.com.au/market-research/best-generation-years-chart-names-list/>

Vrednote različnih generacij



Ali se v organizacijah slišimo in pogovarjamo medgeneracijsko?

Kako najti skupne točke in „skupni imenovalec“ sodelovanja.

Kako premagati razlike med generacijami ?



Kako v največji meri usposabljate in motivirate zaposlene, da si prizadevajo za visoko kakovost storitev in uresničevanje vizije podjetja/destinacije? (n = 55)

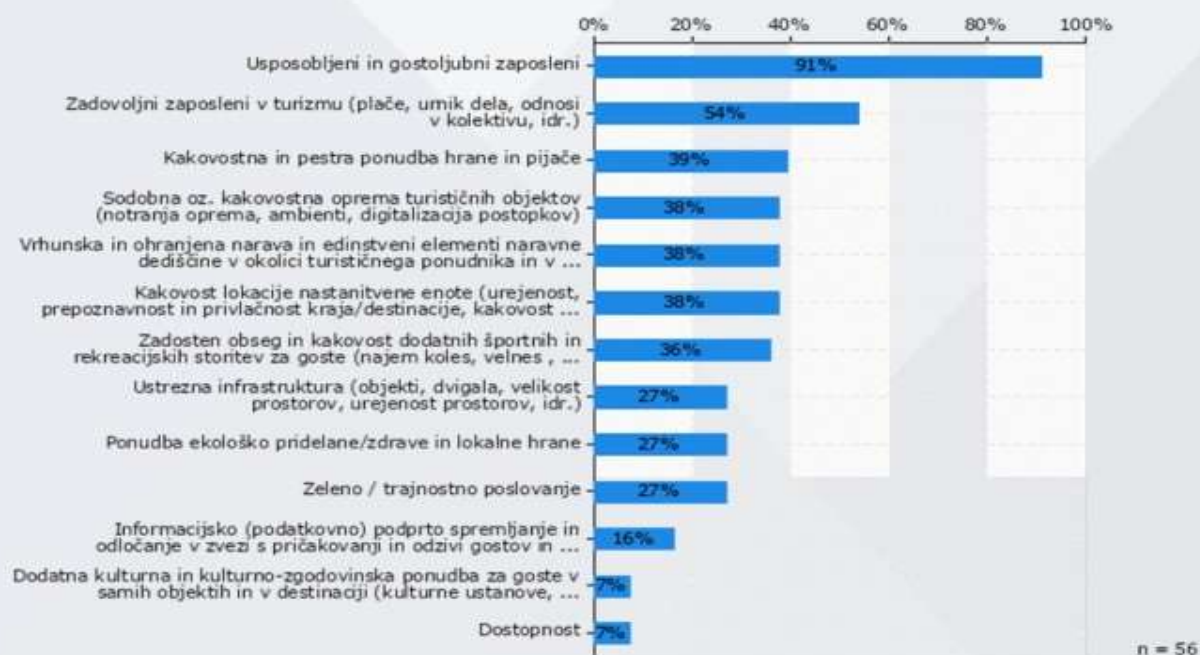


Gostoljubnost je „zakon“

Gostoljubnost je
najpomembnejši element
turistične ponudbe.



Kaj menite, da je (na splošno) najbolj pomembno za doseganje visoke kakovosti storitev v slovenskem turizmu z vidika turističnega gospodarstva? (izberite največ 5 odgovorov, ki se vam zdijo najpomembnejši) (n = 56)





Stikajte žice in ustvarjajte iskrice med člani TD.

Stikajte žice in ustvarjajte iskrice.
(med somišljeniki) in člani TD.



Nujno potrebujemo medgeneracijsko sodelovanje

Medgeneracijsko sodelovanje – učimo se drug od drugega.

Mlajši od starejših in starejši od mlajših.

Prenašajmo in delimo svoje znanje in vrednote ter izkušnje medseboj.



Kje je možna rešitev
našega izziva sodelovanja ?

„Ryan Holiday je eden najboljših avtorov svoje generacije in to je njegova najboljša knjiga do sedaj.“ — *Thomas H. Davenport, avtor knjige Big Data Revolution*

EGO JE NAŠ SOVRAŽNIK

Otvladajmo trojega največjega nasprotnika



RYAN HOLIDAY

Ali že vključujete mlade v TD?

Ali imate v vašem TD mladinsko sekcijo ? Imate narejene mentorske pare ?

Povabimo in vključimo mlajše v aktivnosti, ki vključujejo sodobne informacijske tehnologije.

Naj mlajši člani društev naredijo (in vzdržujejo) spletne strani in Facebook strani društva ter Instagram in Tiktok.

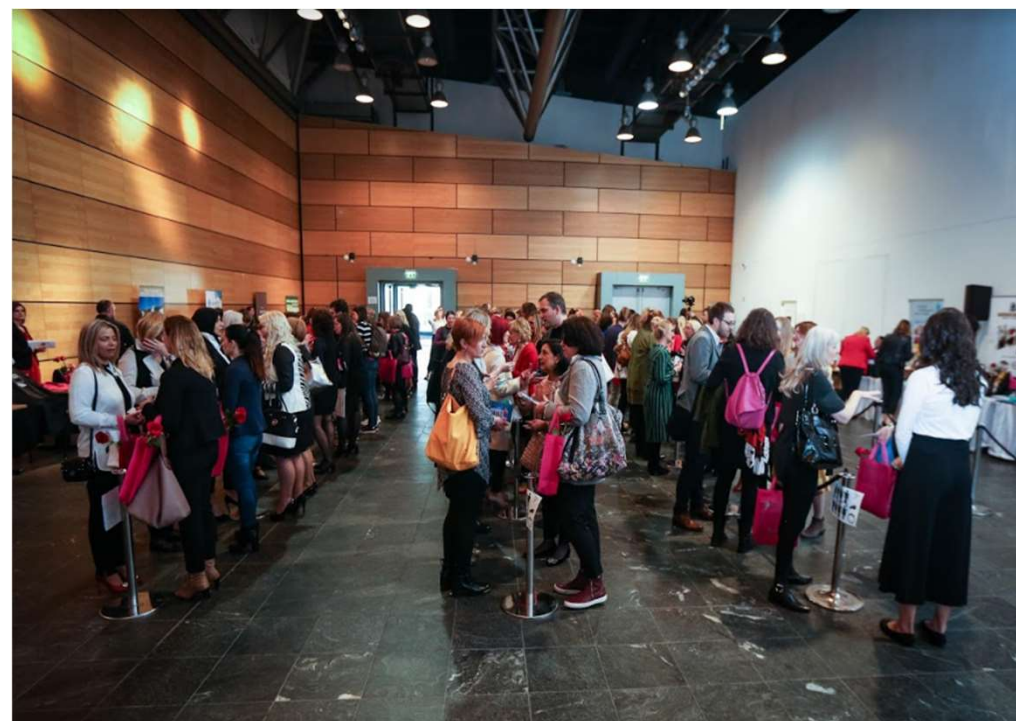
Naj objavljajo fotografije in kratke video posnetke na družbenih omrežjih.

Naredite Whatsup skupino (na gsm) – kjer se boste preko pametnih telefonov obveščali.

Imejte online zoom sestanke.

Naredite si Discord ali Slack skupino za interno komuniciranje.

Gostoljubnost in tehnika hitri poslovnih sestanki-pogovori



Hitre poslovne predstavitve

Spoznaj >>

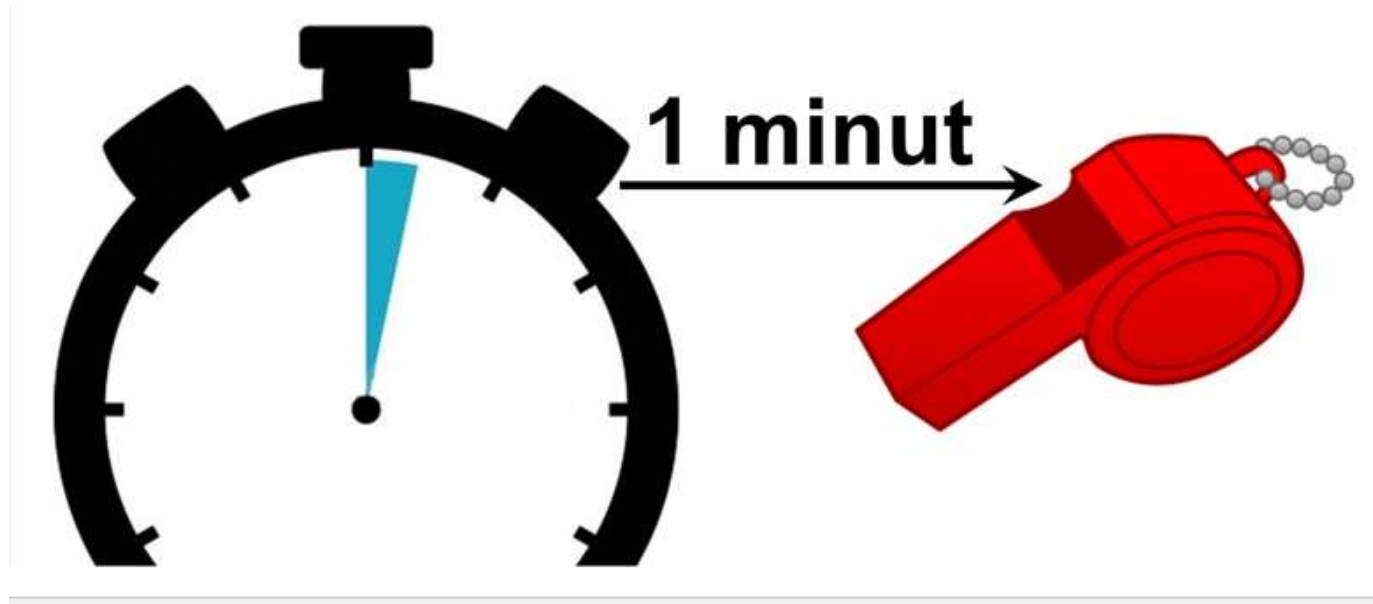
Komuniciraj >>

Vzpostavi zaupanje

Gostoljubnost in tehnika hitri poslovni sestanki-pogovori



Hitre poslovne predstavitve



Naredimo vajo

Vstanite, 1. in 3. in 5. in 7. vrsta se obrnite.

S sogovornikom se pozdravite in mu predstavite dober primer letošnje dobre akcije ali dogodka v vašem TD.

**Tehnologija ne bo nikoli nadomestila mentorjev,
je pa odlično orodje v njihovih rokah.**

Prirejeno po George Couros

**Mentorstvo je most, ki povezuje temeljne
človekove vrednote in sodobne tehnologije in s
tem zagotavlja njihovo strokovno, kritično,
odgovorno ter etično uporabo v dobro sedanjih
in prihodnjih generacij.**

Hitra vaja – pogovor z vašim sosedom

Kaj bodo aktivnosti vašega društva v naslednjem mesecu.

Katere oblike komuniciranja (ki ste jih danes spoznali) boste uporabili v praksi ?

Pogovorite se (sede z vašim levim in nato desnim) sosedom.

**Pozabimo na svoj EGO.
Sedaj je čas za akcijo in
medgeneracijsko sodelovanje!**

Izvedba online aktivnih delavnic

online delavnice

-delavnica Gostoljubnost v digitalni dobi
poslovanja

- delavnica Uporaba umetne inteligence
v turizmu

vabljeni na spletno stran

