

PROJEKT DŽAMPA

THE LAND OF CELJE – predlog razvoja športnega turizma v regiji.

Prijava na

**Javni razpis za sofinanciranje razvoja in promocije integralnih produktov
turističnega gospodarstva
Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo**

Zavod za šport in turizem
Šmartinsko jezero
Prekorje 50
3211 Škofja vas

www.dzampa.si

Februar, 2018

1. Problem :

1. Turizem v Celju, z izjemo mestnega turizma, ne dosega svojega potenciala. Potencial vidimo v športnem turizmu.
2. Na območju Dežele celjske (The Land of Celje) primankuje atraktivnih vsebin za turiste, predvsem aktivnih doživetij v naravi.
3. Obstoječi turisti (predvsem iz zdraviliških in termalnih kompleksov), ki tukaj ostanejo v povprečju 4 dni, bi pri nas ostali dlje, če bi bilo v okolici takšnih vsebin več.

2. Rešitev

Turistično ponudbo športa in aktivnosti v Savinjski regiji - The Land of Celje, želimo zbrati, enotno predstaviti ter jo ponuditi obstoječim in novim turistom, preko :

- turistično informacijskih centrov in
- ponudnikov nastanitvenih kapacitet, ki lahko te aktivnosti (v kombinaciji z lastnim programom) ponudijo svojim gostom kot dnevne izlete med zajtrkom in večerjo, ki turistu popestrijo in podaljšajo bivanje tukaj.

3. Cilji :

1. Priprava atraktivnih paketov - The Land of Celje.
2. Enotna strategija promocije, digitalnega oglaševanja in prodaje na spletu.
3. Baza aktualne ponudbe Dežele celjske - zbrana ponudba športa in aktivnosti na enem spletnem mestu, dostopna vsem ponudnikom nastanitvenih kapacitet in turistično informacijskih centrov.

Baza vključuje že pripravljene izkušnje (pakete), pa tudi aktivnosti, katere lahko ponudniki turističnih storitev vkomponirajo v svoje programe ter tako kreirajo nove pakete.

V Savinjski dolini bi si želeli več turistov, ki cenijo vrednost, ki jo dobijo za svoj denar, pri nas ostanejo dlje, se vrnejo s prijatelji in ostanejo še dlje.

Spodnji paketi, močna promocija in učinkovit sistem digitalnega oglaševanja bi k temu lahko pripomogli.

3.1. Paketi:

1. The Land of Celje - **KNIGHT fight**

Mečevanje, lokostrelstvo in učenje drugih srednjeveških borilnih veščin na Celjskem gradu, z grajsko pojedino Pr' Kmetec.

2. The Land of Celje - **KELEIA active**

Enotna karta za aktualne športne prireditve v Celju (Mesec športa, Džampa sport fest), z

Jezerskim kruhkom na Šmartinskem jezeru.

3. The Land of Celje - **KELEIA sport**

a) **BOATtheLAKE**

Voden izlet po Šmartinskem jezeru s čolnom, kajakom ali pedolini ter Jezerski kruhek v Džampi. Predstavitev osnov za začetnike, vključuje najem opreme.

b) **SUPtheLAKE**

Voden izlet po Šmartinskem jezeru s SUPom ter Jezerski kruhek v Džampi. Predstavitev osnov za začetnike, vključuje najem opreme.

c) **WAKEtheLAKE**

Smučanje/deskanje na vodi ter Jezerski kruhek v Džampi. Predstavitev osnov za začetnike, vključuje najem opreme.

d) **ZORBtheLAKE**

Kotaljenje v napihljivi žogi in odojek/bograč pri Zinki.

e) **BATTLEtheLAKE**

Paintball bitka in odojek/bograč pri Zinki.

f) **FLYtheLAKE**

Prelet Šmartinskega jezera s helikopterjem ter Jezerski kruhek v Džampi.

g) **SPEEDtheLAKE**

Vožnja okoli Šmartinskega jezera s Ferrarijem F450 ter Jezerski kruhek v Džampi.

h) **FISHtheLAKE**

Voden ribolov s piknikom na Robiški koči. Predstavitev osnov za začetnike, vključuje najem opreme.

i) **PLAYtheLAKE**

Lokostrelski turnir Robin Hood, družinska olimpijada in športni festival za družine (otroci od 6 let naprej) z Jezerskim kruhkom na Džampi.

4. The Land of Celje - **TROIA adrenalin**

a) Bobcart in pustolovski park z domačim narezkom in jabolčnim zavitkom na Celjski koči.

b) Wakeboarding, vodna drča/skok v vodo in trampolin z Jezerskim kruhkom na Šmartinskem jezeru.

c) Plezanje v skali z golažem v naravi.

5. The Land of Celje - **BUSINESS**

Iz Celjskega sejma na "Floating grill" na Šmartinsko jezero - paket vključuje karto za sejem in piknik sredi jezera.

6. The Land of Celje - **BEE**

Ogled panja, API terapija, medena masaža in medene dobrote.

7. The Land of Celje - **HUNTER**

Streljanje glinastih golobov in "El Comandante" burger v Starem piskru.

P.S.: Vse aktivnosti so vodene, vključujejo predstavitev osnov za začetnike pod budnim očesom izkušenega inštruktorja, vsa oprema je na voljo za izposajo.

Gre za dnevne izlete, ki zaposlijo gosta med zajtrkom in večerjo.

Pakete bomo prilagodili različnim segmentom strank, tudi kar se oglaševanja tiče.

3.2. Promocija :

Na območju Dežele celjske se najbolje tržijo ponudniki nastanitvenih kapacitet, predvsem zdraviliški in termalni kompleksi, kjer je zakupljenih kar 97% vseh nočitev. A se promovira vsak zase, neenotno. Zato želimo tem solo promocijskim aktivnostim dodati krovno, enotno promocijo Dežele celjske oz The Land of Celje, s ciljem ustvarjanja mednarodne prepoznavnosti območja.

Tega se bomo lotili z dosledno komunikacijo preko naših paketov in druge turistične ponudbe Dežele celjske.

Še pomembnejša pa je promocija Dežele celjske preko dogodkov, npr. preko Celjskega sejma, Piva in cvetja, Meseca športa, Džampa sport festa in drugih večjih dogodkov v regiji.

Naš predlog je, da promocijski material teh dogodkov opremimo z grafiko The Land of Celje, to dosledno komuniciramo in za dogodke pripravimo komplementarno turistično ponudbo z zainteresiranimi ponudniki, npr. iz Celjskega sejma na piknik sredi jezera.

3.3. Digitalno oglaševanje :

Več kot 56% turistov uporablja mobilnike. Najlažje in najceneje je turiste nagovarjati preko spletnih omrežij in storitev, npr. preko facebooka, instangrama, snapchata, twitterja, pa tudi preko [booking.com](https://www.booking.com), airbnb, trip advisorja ipd., tudi kuponko, enanadan.

Postavili bomo enotno strategijo digitalnega oglaševanja, s katero lahko pridemo do takojšnjih in merljivih prodajnih učinkov. Enotna strategija digitalnega oglaševanja :

- s samostojno prodajo posameznih turističnih ponudnikov (uporabnika pripeljemo na vašo spletno stran/trgovino, pred blagajno) in
- s prodajo preko skupnih točk (uporabnika pripeljemo na TIC, [dzampa.si](https://www.dzampa.si), airbnb, kuponko, enanadan, ipd.).

Ideja projekta je, da športne aktivnosti na območju Dežele celjske zberemo, prilagodimo in približamo turističnim potrebam ter jih zapakiramo v turistične pakete, katere lahko TIC in ponudniki nastanitvenih kapacitet kombinirajo s svojo ponudbo ali pa jih kot take uporabijo kot dodatno ponudbo za svoje goste.

4. Vloge partnerjev :

1. Ponudbo športa in aktivnosti bomo zbrali v Zavodu za šport in turizem Šmartinsko jezero. Objavljena bo na spletni strani dzampa.si.
2. Pripravo novih paketov bo prevzela licencirana potovalna agencija.
3. Design in pripravo promocijskega gradiva bo prevzel Neven biro.
4. Strategijo promocije in digitalnega oglaševanja z izvedbo bo prevzel Janoš Pečnik.
5. Promocijo na terenu bomo izvajali preko 200 panojev v avlah turističnih ponudnikov (hoteli, TIC, ipd.) projekta info4tourist.
6. Radio Fantasy bo medijski partner za oglaševanje na radiu.
7. Prodajo bomo izvajali preko dzampa.si in drugih partnerskih strani, Zavoda Celeia in turistično informacijskih centrov ter preko ponudnikov nastanitvenih kapacitet.
8. Partnersko bomo povezali vsaj 20 izvajalcev/ponudnikov športne ponudbe ter bazo konstantno širili.

5. Predpostavke :

Vedno več ljudi prepozna pestrost športnih aktivnosti, ki so danes na voljo, ter množico pozitivnih učinkov, ki jih šport ustvarja. Tudi v turizmu je opaziti trend, ko si ljudje vedno bolj želijo aktivnega oddiha.

Turisti, ki prihajajo v TIC Laško in hotelski gostje, ki ostajajo v Thermani dlje, iščejo dodatne aktivnosti v Laškem in okolici.

Celje in Šmartinsko jezero jim nista predaleč.
Iščejo aktivnosti/doživljanje med zajtrkom in večerjo v hotelu.

Stranke Thermane so družine, športniki in željni aktivnega preživljanja prostega časa.

Stranke Thermane in STIKs so skupine in organizacije, npr. podjetja, športni in drugi klubi, društva upokoencev, skupine turistov, ipd.

Pozornost sodobnega turista je vedno bolj usmerjena v splet in digitalno.

Kreacija novih inovativnih turističnih produktov ter kreacija nove ponudbe za turiste vzame zaposlenim v Thermani in STIKu veliko časa.

Potreba po novih inovativnih turističnih produktih in po osvežitvi ponudbe za turiste je konstantna, za vse delujoče v turizmu.

Šmartinsko jezero še ni prepoznano kot turistična destinacija, pa se vanj vlaga vedno več. Plan je, da v 3 letih tukaj zraste adrenalinski park s skakalnico za skoke v vodo in drčo, wakepark, SUP/boat center, v okolici bo na voljo več kot 20 različnih športnih aktivnosti.

Celje kot turistična destinacija trenutno zadovoljuje predvsem goste, ki se sicer razgledajo, si ogledajo znamenitosti, a tukaj ne ostanejo dolgo (mestni turizem). Pa se za bolj fizično aktivne turiste ponudba vsak dan izboljšuje in povečuje, npr. na Šmartinskem jezeru ali Celjski koči.

V Celju je veliko možnosti za aktivni dopust in unikatna doživetja, pa te možnosti turistom niso ustrezno prilagojene, približane in skomunicirane.

Neenoten in neuskaljen nastop ponudnikov turističnih storitev na globalnem trgu.

Razpršena ponudba med seboj nepovezanih ponudnikov turističnih storitev.

Različnim trgom in ciljnim skupinam premalo prilagojena turistična ponudba.

(Ne)uoraba digitalnih orodij pri trženju in prodaji turističnih storitev (informiranje, promocija, zbiranje in analiza podatkov o obnašanju kupcev, digitalno oglaševanje).

Ker 97% vseh nočitev predstavljajo nočitve v zdraviliščnih/termalnih kompleksih, je smiselno že obstoječim gostom (npr. Thermane) ponuditi dnevno razvedrilo v obliki športnih aktivnosti na bližnjih lokacijah (npr. Šmartinsko jezero) ter tako zaposliti goste Thermane in ob enem "zagnati" Šmartinsko jezero kot turistično destinacijo, vzajemno.