



**TURISTIČKI PROIZVOD „FEEL & TASTE“**

**PRIRUČNIK ZA DIONIKE**

**Krk, 17. 11. 2018.**

**Quanarius d.o.o.**

**Nedo Pinezić**

**PREGLED SADRŽAJA:**

01. TURISTIČKI PROIZVOD „FEEL&TASTE“

01.01. TURISTIČKI ITINERARI

01.02. TURISTIČKI PROIZVOD

01.03. DOSTUPNOST

02. OSNOVA „FEEL&TASTE“ PROIZVODA

02.01. PONUDITELJI PROIZVODA

02.02. PRODAJA U DOMAĆINSTVU I KALKULIRANJE CIJENE KUŠANJA PROIZVODA

02.03. DEGUSTACIJSKI MENUI, KUŠANJE PROIZVODA

02.04. MJESTO ZA KUŠANJE I PRODAJU PROIZVODA

02.05. AMBIJENT DEGUSTACIJE I PRAVILO OBLAČENJA DOMAĆINA

02.06. PRIKAZ STARIH ZANATA, RADIONICE

02.07. VOĐENI RAZGLED GOSPODARSTVA

02.08. POPUSTI

03. „FEEL&TASTE“ PAKET ARANŽMANI

03.01. ŠTO JE TO „PAKET ARANŽMAN“?

03.02. KAKO KREIRATI „FEEL&TASTE“ PAKET ARANŽMAN ?

04. KLUB KVALITETE „FEEL&TASTE“ I SURADNJA DIONIKA

04.01. STJECANJE STATUSA ČLANA KLUBA KVALITETE

04.02. PREDSTAVNICI (PRIDRUŽENI ČLANOVI)

KLUBA KVALITETE „FEE&TASTE“

05.MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

05.01. ŠTO SE DO SADA NAPRAVILO ?

05.02. ŠTO PREDSTOJI ?

06. PITANJA-ODGOVORI, PODRŠKA

1. **TURISTIČKI PROIZVOD „FEEL & TASTE“**

Turistički proizvod „Feel & Taste“ zadan je nastavkom prethodnog projekta prekogranične suradnje koji u projektu „Riviera4Seasons2“ konkretizira tu suradnju. Proizvod se kreira pod nazivom „Zajednička baština za zajedničku međunarodnu promociju 365 dana zelenog turizma na Opatijskoj i Portoroškoj rivijeri“. Projekt ukupno traje 24 mjeseca, započet je 01.10. 2017. a završava 30.09. 2019. Vodeći partner je Općina Piran a projektni partneri su još i Grad Opatija, Turističko udruženje Portorož, Sveučilište u Primorju, Fakultet turističkih studija – Turistica Portorož, Turistička zajednica grada Opatije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Sažetak projekta (izvadak iz projektne dokumentacije)

„Projekt nadograđuje očuvanje baštine područja i nadopunjuje integralni turistički proizvod – kulturni turizam 365 dana rivijere, razvijen u okviru projekta „365 dana rivijere“, s uključivanjem prirodne i kulturne baštine i događaja u ruralnom području u novo nastale itinerare. Zajednički izazov programskog područja kojeg projekt rješava prekograničnom suradnjom je promicanje aktivnog očuvanja kulturne i prirodne baštine, promicanje održivog , zelenog turizma. Pri tome polazimo od činjenice da Portorož i Opatija predstavljaju kolijevku srednje-europskog turizma s bogatom tradicijom. Događajima koji se odvijaju u ruralnom području obaju gradova , te manjim investicijskim radovima se u najvećim turističkim središtima područja želi iskoristiti ovaj potencijal u smjeru izravnog povećanja posjeta baštine na zajedničkoj prekograničnoj destinaciji. Obrazovnim radionicama se želi podići svijest o održivom upravljanju te promicanju sudionika za stvaranje zelenih radnih mjesta i povećanju međunarodne prepoznatljivosti prekogranične destinacije na međunarodnim tržištima. Projekt uključuje inovativne pristupe za povećanu integraciju i zajednički nastup destinacije na međunarodnim tržištima (zajednički su portal, itinerari, događaji, promocija). Budući da će se pritisak turizma smanjiti u korist zelenog, održivog turizma u ruralnim područjima, glavni korisnici projekta će biti lokalno stanovništvo, turisti / posjetitelji, neprofitne organizacije područja, tvrtke, njihovi zaposlenici i potencijalni start-upovi, povezani s korištenjem prirodne i kulturne baštine. „

**01.02.TURISTIČKI ITINERARI**

„Feel&Taste“ turistički itinereri su nastali na osnovu provedenih istraživanja ciljnih skupina turista. Kroz to se istraživanje došlo do tri osnovna motiva za putovanja van glavne turističke sezone : sport, odnosno aktivni odmor, wellness i kultura. Temeljem tih motiva istraženi su sadržaji za aktivni odmor, za wellness i kulturni sadržaji. Konačno su napravljeni itinerari s ishodištem u Opatiji odnosno Portorožu. Nakon toga je istražena ponuda obiteljskih poljoprivrednih domaćinstava, smještaja i ugostiteljskih objekata na itinerarima. Obiđene su „točke od interesa“ koje zadovoljavaju osnovne uvjete. Odrađene su dvije radionice sa potencijalnim ponuđačima, utvrđena je konačna lista i definirani su itinerari sa svim uključenim dostupnim sadržajima prema prethodnim rezultatima. Konačno su definirani itinerari sa uključenim svim dostupnim sadržajima prema prethodnim rezultatima. **Turistički itinerari su zapravo samo poticaj na kreiranje i poduzimanje putovanja. Oni nisu nepromijenjivi niti obavezni. Individualni gosti kao i turističke agencije mogu na osnovu predloženih itinerara kreirati vlastito putovanje. Kombinacija ima zaista mnogo na svakoj rivijeri a one se dalje povećavaju kombinacijom sadržaja obiju rivijera.**

**01.03.TURISTIČKI PROIZVOD**

Turistički proizvod kao i svaka druga roba ili usluga mora biti spreman za „konzumiranje“. To znači da sadržaj boravka turista koji namjerava kupiti taj proizvod mora biti definiran,uobličen.Cijena mora biti poznata, proizvod se mora moći kupiti i mora biti dostupan. Ako nešto od toga nedostaje onda govorimo o potencijalu, poluproizvodu ili sirovini.

**Na primjer: „**U konobi „Vino“ možete kušati i kupiti naša vina.“ -To je primjer nečega što nije proizvod.

**Na primjer:“**Nudimo kušanje vina po cijeni od 5 eura. U cijenu je uključena vođena degustacija naših sortnih vina: malvazija, sivi pinot, merlot, teran, muškat uz porciju domaćeg sira i kruha iz krušne peći, vodu po želji . Za najmlađe i one koji ne piju alkohol nudimo degustaciju prirodnih sokova od višnje, maline, bazge, jagode, jabuke, kruške uz porciju domaćih frita po cijeni od 3 eura. Sve kušane proizvode možete kupiti .“ Cjenik u privitku. -To bi već bio proizvod.

**01.04.DOSTUPNOST**

Od onog trenutka kada se javno objavljuje neki proizvod mora biti poznata i njegova dostupnost uz sve naprijed navedene karakteristike. Kupac mora znati kada će proizvod kojega želi kupiti biti dostupan za konzumiranje. U slučaju turističkog proizvoda to su mjeseci u godini, dani u tjednu, sati u danu. Znači da se ponuditelji usluge i proizvoda moraju izjasniti o dostupnosti.

**Na primjer** da je neki OPG dostupan u periodu od 01.04. do 01.11. svaki petak, subotu i nedjelju u periodu od 09:00 do 18:00.

**02.OSNOVA „FEEL & TASTE“ PROIZVODA**

**02.01.PONUDITELJI PROIZVODA**

Osnovna „komponenta“ našeg „Feel&Taste“ proizvoda je ponuda proizvoda i / ili usluge na „točki od interesa“. U ovom slučaju „točka od interesa“ je lokacija s domaćinima. Vrt kaktusa, riblja farma, ribar-škampar, vinar, maslinar, ovčar ... obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo... točke su od interesa koje najviše privlače turiste na koje ciljamo. Ti turisti žele održivi turizam, zeleni turizam, dobru hranu, dobro ulje, vino... i autohtoni doživljaj.Na ukupan doživljaj koji se nudi na „točki od interesa“ najveći utjecaj imaju ljudi, domaćini. Dobro domaćinstvo, razgovor u opuštenoj atmosferi uz izvrsne okuse i mirise svakako daju poseban izražaj doživljaju koj će se pamtiti.

Na toj „točki od interesa“ se formira osnovna ponuda koja ima svoju cijenu koštanja.

**02.02.PRODAJA U DOMAĆINSTVU I KALKULIRANJE CIJENE KUŠANJA PROIZVODA**

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo ima pravo prodaje svojih proizvoda u svome domaćinstvu. OPG mora pri prodaji voditi evidenciju prodaje vlastitih proizvoda. Ako OPG nije obveznik poreza na dohodak nema obaveze izdavanja računa krajnjim potrošačima (prodaja na malo) (čl. 54b,OPZa), ali mora imati evidenciju o ostvarenim primitcima. Ako je OPG paušalist također nema obavezu izdavanja računa ali mora evidentirati promet u Knjizi prometa. Ako OPG vodi poslovne knjige također nema obaveze izdavanja računa ali evidentira promet u Knjizi prometa i KPIu(knjiga primitaka i izdataka) Tako je u Hrvatskoj.U Sloveniji također obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje plaća porez po katastarskom dohotku, svoje osnovne poljoprivredne proizvode (povrće, voće, mlijeko, jaja…) smije prodavati krajnjem kupcu u vlastitom domaćinstvu bez računa. Oni OPGi koji plaćaju porezna dohodak na način da vode poslovne knjige, obavezno moraju krajnjem kupcu izdati račun.

Sve prerađevine koje se prodaju na OPGu moraju biti označene sa osnovnim podacima o proizvodu i sa cijenom po jedinici (kg, lt). OPGi jamče zdravstvenu ispravnost svojih proizvoda. NN 29/2018, Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu,Hrvatska poljoprivredno-šumarska savjetodavna služba ([www.savjetodavna.hr](http://www.savjetodavna.hr)), Zakon o kmetijstvu (ZKme-1, [www.pists.si](http://www.pists.si)) Uredba o dopolnilnih dejavnostih na kmetiji ([www.pists.si](http://www.pists.si)) Javna služba kmetijskega svetovanja ([www.kgzs.si](http://www.kgzs.si)).

U „Feel&Taste“ turističkom proizvodu imamo prodaju poljoprivrednih proizvoda OPGa na vlastitom domaćinstvu. Da bi se proizvod lakše kupio, potrebno ga je kušati. Da bi kupcima – turistima sve bilo unaprijed poznato a ponuditeljima lakša priprema, mi smo dio prodaje proizvoda „pretvorili“ u degustacijske menue. Tehnički gledano i dalje se radi o prodaji vlastitih proizvoda u domaćinstvu.

**Primjer:Degustacija maslinovog ulja.**Jedna litra maslinovog ulja košta npr 10 eura. Za „malu degustaciju“ nudimo ½ dcl maslinovog ulja u kombinaciji sa tri kriške (različitog) sira, tri kriške kruha i 1 dcl vina, ili 2 dcl soka. Samo maslinovo ulje bi koštalo 0,5 eura. No tu imamo i 50 grama sira (1 kg sira = 10 eura) pa je to dodatnih 0,5 eura, zatim 100 grama kruha dodatnih 0,10 eura, 1 dcl vina ( 1 lt vina = 5 eura) 0,5 eura. To bi ukupno bilo 1,60 euro. Na tu cijenu dodajemo trošak pranja suđa, pripremu, pospreamnje, svoje raspoloživo vrijeme, obilazak uljare i dodamo 0,8 eura. Mi smo prodali **maslinovo ulje za 2,40 eura. Cilj ove degustacije nije zarada na njoj već motiviranje kupca na kupovinu ulja koje će ponijeti sa sobom.**

**02.03 DEGUSTACIJSKI MENUI, KUŠANJE PROIZVODA**

Radi ujednačavanja normativa i cijena odlučili smo se da svaki ponuđač može nuditi tri razine degustacije u tri cjenovna razreda :

1. Mali degustacijski menu 3- 5 eura
2. Srednji degustacijski menu 5 -7 eura
3. Veliki degustacijski menu 7 – 10 eura

Razred degustacijskog menua obuhvaća asortiman proizvoda za kušanje a samim time i količinu.

**Primjer:** Mali degustacijski menu ima od 1 do 4 proizvoda za degustaciju. Srednji od 5 do 7 proizvoda, veliki od 8 do 10 proizvoda.

Svaki se proizvod nudi u pojedinačnoj količini po oosbi

- za vino 1 dcl , za maslinovo ulje ½ dcl, za sir 50 grama, za namaz 25 grama itd. Domaći kruh 50 grama. On se pojavljuje uz svaku degustaciju.

Kombinacijom „porcioniranih“ proizvoda dolazite do konačne cijene.

Ako ponudite na degustaciju 3 različita maslinova ulja , jedan sir i kruh, to bi bio mali degustacijski menu po cijeni od 3 eura. Ako na to dodate i 1 dcl vina, onda je to srednji menu po cijeni od 5 eura.

**Kušanje proizvoda** se nudi upravo na način da se gostima ponudi mala, srednja ili velika degustacija. Za tu prigodu moramo imati spremne posude u kojima ćemo servirati proizvode za kušanje po navedenim količinama. Poželjno je izbjegavati PVC posudu u duhu preporuke Europske komisije ali i prema načelima zelenog turizma. Sve posude bi trebale biti za višekratnu uporabu i trebale bi biti perive. Posude se peru u perilici suđa i pouđa pa je potrebno imati na raspolaganju veću količinu posuda kako bismo mogli imati uvijek na raspolaganju dovoljno čistih posuda.

**02.04.MJESTO ZA KUŠANJE I PRODAJU PROIZVODA**

Već smo ranije definirali da svaki OPG koji se želi uključiti u „Feel&Taste“ turistički proizvod treba imati mjesto za degustaciju proizvoda. To je natkriveni ili zatvoreni prostor sa stolom i stolicama za minimalno 10 osoba. Ako se degustacija nudi samo od proljeća do jeseni onda takvo mjesto može biti vani na terasi na primjer, ali mora biti natkriveno zbog zaštite od sunca, kiše i prljavštine koja bi mogla onešistiti hranu. Ako se degustacija nudi i u jesen / zimu, tada prostor treba biti zatvoren sa mogućnošću grijanja.Najbolje je ako su proizvodi koji se mogu kupiti izloženi u neposrednoj blizi mjesta za kušanje. Ako su izloženi negdje drugdje onda domaćin nakon degustacije vodi svoje goste do izloženih proizvoda. Gostima koji dolaze kušati i kupiti proizvode na raspolaganju treba biti i jedan sanitarni čvor. Te sanitarije ne moraju biti neposredno uz prostor kušanja, mogu biti i u stanu ponuđača ali spremne za upotrebu gostiju. (Uvijek čisto, uredno sa dovoljno toaletnoga papira, brisača za ruke, osvježivača zraka...).

**02.05. AMBIJENT DEGUSTACIJE I PRAVILO OBLAČENJA DOMAĆINA**

„Feel&Taste“ je proizvod, zelenog, održivog turizma oslonjenog na tradiciju, povijest, kulturu. Zato je poželjno da i ambijent u kojemu nudite svoje proizvode odiše tradicijom, da predstavlja autentično graditeljsko nasljeđe, čak da ima i „patinu“ prošlosti.Preferiraju se prirodni, trajni materijali pri opremanju, izradi namještaja – kamen, drvo, željezo, staklo, glinena cigla i slično. Boje zidova su nekada bile boje gašenog vapna uz dodatak zemlje sa lokaliteta. Zato imamo lepezu pastelnih boja koje imitiraju okoliš. Danas imamo na raspolaganju sve za opremanje prostora u retro stilu koji dobro pristaje seoskom ambijentu a spoj je modernih materijala i tehnologije i „starinskog“ dizajna. Ipak unikatni stari predmeti, namještaj imaju nemjerljivu vrijednost u autentičnom prostoru.

Domaćini bi se u dane dostupnosti trebali odijevati u replike tradicijskih nošnji i odjeće vremena na prijelazu 19. u 20. stoljeće.

Ambijent, obitelj, tradicijska odjeća trebali bi biti prikazani i na promotivnim fotografijama web portala „Feel&Taste“ i u brošuri.

**02.06. PRIKAZ STARIH ZANATA, RADIONICE**

Imajući u vidu mogućnost prikaza starih zanata, predlažemo da se za ovu ponudu osmisle mali suveniri upotrebne vrijednosti koje bi domaćini i gosti mogli zajedno napraviti tehnikom starih zanata.

**Primjer:** Pletenje košića od suhog pruća. Na osnovu iste tehnike gosti bi mogli zajedno s domaćinom „isplesti“ podmetače za zdjele, čaše. Domaćin može isplesti koševe u svoje slobodno vrijeme te ih izložiti u kušaonici i ponuditi na prodaju. Kod obilaska može gostima demonstrirati izradu koša a onda im ponuditi da zajedno sa njim naprave podmetače.

Svaka radionica ima cijenu koja se formira po osobi na bazi 50% cijene degustacijskog menua koji se tim gostima nudi. Ako je menu u razredu 5 eura, radionica je 2,50 eura po osobi. Te se radionice ugovaraju unaprijed, uglavnom za organizirane grupe. To je važno kako bi domaćin na vrijeme osigurao materijal i alat za radionicu i rezervirao prostor za izvođenje radionice.

**02.07.VOĐENI RAZGLED GOSPODARSTVA**

U slučaju kada domaćini nude razgled gospodarstva, npr. polja lavande, maslinika, hranjenje ribica, posjet „hotelu za pčele“, ta se usluga naplaćuje po osobi u iznosu 50% od najmanje cijene degustacije, odnosno 1,5 eura. U slučaju izleta brodom na ribljoj farmi Fonda, ili na organiziranom razgledu solane, ili parka Strunjan, cijene razgleda su već definirane i uhodane i kao takve se primjenjuju.U cijenu tog razgleda treba biti uračunata neka sitnica poput hrane za ribice, cvijet lavande, mali drveni privjesak za ključeve i slično. Ako je suvenir nešto skuplji onda i cijena tog razgleda može biti nešto veća ali ne veća od 2 eura po osobi.

**02.08. POPUSTI**

Uobičajeni popusti za djecu obuhvaćaju 100% popusta za djecu do 6 godina starosti. 50% popusta za djecu od 6 do 12 godina starosti, 20% popusta za učenike i studente do 25e godine starosti (uz predočenje indeksa).

Popust za grupe od 20 osoba je obično 10%.

Popust za agencije sa kojima se radi višekratno u toku godine iznosi 30%.

**03.„FEEL&TASTE“ PAKET ARANŽMANI**

**03.01.ŠTO JE TO PAKET ARANŽMAN ?**

Paket aranžman je uobičajeno turistički aranžman koji sadrži najmanje dvije različite usluge od koje je jedna smještaj. Najčešći „paketi“ se odnose na smještaj i prijevoz. U marketinškom smislu paket aranžman objedinjuje što više usluga koje zbrojeno koštaju manje u paketu nego kada se plaćaju pojedinačno. U tome i leži njihova privlačnost. Gost, putnik dobije više za manje novaca. Organizator ostvaruje svoju računicu na volumenu odnosno na većem broju prodanih aranžmana.

**03.02. KAKO KREIRATI „FEEL&TASTE“ PAKET ARANŽMAN ?**

Paket aranžmani se u pravilu nude u periodu smanjene potražnje, znači vikendima kada nema praznika, u mjesecima kada nema masovnih godišnjih odmora, sa ciljem da se poboljša promet. U tom cilju dionici „Feel&Taste“ proizvoda mogu organizatorima aranžmana ponuditi razne atraktivne popuste poput **obiteljskih ulaznica po cijeni za 1,5 osoba**, prodaju vlastitih proizvoda po principu **platiš 1 dobiješ 2**, **besplatne degustacijske menue**, dodatne **besplatne atrakcije** za posjetitelje poput **vožnje u zaprežnim kolima, jahanja magarca, radionicu izrade podmetača** i slično. Organizator putovanja će nastojati dobiti što povoljniju cijenu smještaja i prijevoza te će organizirati veće grupe uz atraktivnu cijenu. Posjeti mogu biti i individualni u okviru paket aranžmana uz posebnu karticu ili voucher kojime se potvrđuje kupovina takvog aranžmana.

**04.KLUB KVALITETE „FEEL&TASTE“ I SURADNJA DIONIKA**

**04.01. STJECANJA STATUSA ČLANA KLUBA KVALITETE**

„Feel&Taste“ turistički proizvod nastao je marketinškom metodom kreiranja proizvoda. „Sastavni djelovi“ tog proizvoda moraju zadovoljavati određene kriterije koji su već u prvoj komunikaciji sa dionicima isticani. Ti kriteriji su važni i o njima ovisi pouzdanost ponude. Osnovni kriteriji su **registracija OPGa, vjerodostojnost deklarirane palete proizvoda, dostupnost domaćinstva, mogućnost kušanja proizvoda, mogućnost kupovine proizvoda, natkriveno mjesto za kušanje sa stolom sa najmanje deset stolica, sanitarni čvor na raspolaganju gostima – posjetiteljima.**

Sva domaćinstva koja zadovoljavaju navedene kriterije moći će potpisati Sporazum o poslovnoj suradnji s nositeljem projekta. Potpisom Sporazuma domaćinstva steječu pravo uvrštenja svoje ponude u promotivne materijale (web portal, tiskani katalog, društvene mreže...), isticanje oznake „Feel&Taste“ kao i nastupanja na „Feel&Taste“ manifestacijama u obje destinacije pod znakom „Feel&Taste“. Obaveza koju preuzimaju domaćinstva odnosi se na poštivanje kriterija i deklariranog standarda ponude. Oznaka će vrijediti 2 godine nakon čega slijedi revizija stručnog povjerenstva.

Potpisivanjem Sporazuma dionici postaju i članovi kluba kvalitete „Feel&Taste“. Članovi kluba će se redovito sastajati jednom mjesečno sa ciljem razgovora o provedenim i predstojećim aktivnostima (sajmovi, prezentacije, studijske grupe...). Na svakom sastanku kluba kvalitete zakazati će se termin idućeg sastanka. Sastanci će se održavati svaki puta na drugome domaćinstvu. Na taj će se način članovi kluba kvalitete bolje međusobno upoznati, povezati i stvarati osnovu za međusobnu suradnju.

**04.02. PREDSTAVNICI KLUBA KVALITETE „FEEL&TASTE“**

Imajući u vidu da su dionici mikropoduzetnici, najčešće angažirani istovremeno na dva posla od kojih je OPG dopunska djelatnost ili su kao mikropoduzetnici – pojedinci potpuno okupirani ovim poslom, jasno je da teško mogu izdvojiti svoje vrijeme za nužne promotivne aktivnosti. Jedna od najvažnijih promotivnih aktivnosti proizvoda „Feel&Taste“ je nastup na manifestacijama, sajmovima kako kod kuće tako i u inozemstvu. Na ta događanja dolazi veliki broj posjetitelja, obilaze ih mediji i komunikacija koja se na taj način stvara jednostavno je nezamjenjiva. Možemo reći da je promotivni učinak ovakvih događanja veći i značajniji od komercijalnog iako ni komercijalni nije zanemariv.

Kako bismo osigurali dovoljan kapacitet ljudskog potencijala za organizaciju i nastup na takvim događanjima, predlažemo da se u klub kvalitete uključe **predstavnici.** Predstavnici su ljudi koji se ne bave izravno djelatnostima dionika kluba kvalitete ali su educirani, „istrenirani“ da mogu samostalno kvalitetno predstavljati proizvođače, njihovu paletu proizvoda, voditi degustacije, nuditi na prodaju proizvode.

Najidealniji predstavnici su studenti turističkog, ugostiteljskog, poljoprivrednog usmjerenja koji za trajanja studija (4-5 godina) mogu u slobodno vrijeme honorarno raditi posao blizak svojoj struci. Osim toga ti mladi ljudi jednoga dana kada budu profesionalno angažirani na rukovodećem funkcijama sigurno će preferirati „Feel&Taste“ proizvode što će znatno pomoći daljnjoj promociji i samoodrživosti „maloserijskih“ proizvođača izvrsnih poljoprivrednih proizvoda.

**05.MARKETINŠKE AKTIVNOSTI**

**05.01. ŠTO SE DO SADA NAPRAVILO ?**

Marketinške aktivnosti su već započeli paralelno s pokretanjem projekta. Iza nas su već dobro poznate manifestacije na kojima se predstavio i promovirao projekt i brand „Feel&Taste“ (jumbo pakati, plakati, letci,radijsko oglašavanje, press konferencije i najave, reportaže). Facebook profil „Feel&Taste“ iz dana u dan bilježi sve veću posjećenost. O projektu „Feel&Taste“ objavljene su novinske reportaže,TV prilozi, emisije na radiju. Mali suveniri sa „Feel&Taste“ obilježjima već „kruže“... To su sve dobri „pokretači priče“ o novoj turističkoj ponudi.

**05.02. ŠTO PREDSTOJI ?**

Glavni marketinški alat će biti web portal[www.feel-taste.info](http://www.feel-taste.info). On bi trebao ići u testnu upotrebu negdje pred ljeto iduće godine. Do tada će se prikupljati i nositi informacije o ponudi, geo karte, fotografije ponuditelja, filmovi i ostali materijali. U tu svrhu važno nam je da se i vi dobro pripremite za fotografiranje vaše ponude. Bitno nam je da za fotografiranje :

* Bude cijela obitelj na okupu i to odjevena u tradicijsku odjeću
* Postavljen stol za kušanje sa cijelim asortimanom proizvoda kao da će gosti upravo sjesti
* Posloženi proizvodi koje se može kupiti na police, u vitrine, negdje gdje je moguć dobar pregled
* Ako imate retro ambijent u domaćinstvu iskoristite ga za fotografiranje svoje obitelji

**Već sada** se i vi možete aktivno uključiti u promociju „Feel&Taste“ branda na jednostavan način da svojim prijateljima na facebooku predložite da „lajkaju“ FB profil „Feel&Taste“. Ja sam do sada na taj način „pridobio“ nekoliko stotina mojih prijatelja. Kada prijatelji nešto dalje proslijede svojim prijateljima, doseg promocije se multiplicira. To ne košta ništa, a vrlo je učinkovito.

**Na proljeće** planiramo mala studijska putovanja samih dionika „Feel&Taste“ ponude i turističkih agenata, novinara, promotora u svakoj destinaciji („domaći razgled“) i domaćina, turističkih agenata i promotora iz jedne destinacije u drugu destinaciju. To će biti prva prilika da „testiramo“ svoju ponudu na način kako smo prethodno opisali. Posjetitelje ćemo ponuditi degustacijskim menuima a proizvodi će biti ponuđeni na prodaju.

**Nakon toga** ćemo organizirati promotivni događaj **dan otvorenih vrata „Feel&Taste“ ponuditelja.** Tom će se prigodom nuditi besplatna degustacija. Dan otvorenih vratiju će biti organiziran jednu subotu u vremenu od 09:00 do 18:00. U 18:00 biti će održan zajednički sastanak svih dionika i raspraviti će se zajednički svježi dojmovi.

**Na manifestacijama koje počinju od Uskrsa (21.4.2019.)** distribuirati će se promotivni materijali „Feel&Taste“ ponuditelja i atrakcija. Na svim manifestacijama članovi kluba kvalitete „Feel&Taste“ nastupati će zajedno pod obilježjima branda „Feel&Taste“

**U međuvremenu** Vaša suradnja sa agencijama odvijati će se temeljem dogovora kojega postignete sa agencijama pri posjetu vašem domaćinstvu.

**Pred ljeto** će se pustiti u testnu upotrebu web portal [www.feel–taste.info](http://www.feel–taste.info) putem kojega će individualni posjetitelji ali i organizatori putovanja planirati obilazak vašeg domaćinstva.

**Promotivna kampanja,** osobito online, intenzivirati će se pred ljeto i u tijeku ljeta kada očekujemo pojačan interes izletnika za „Feel&Taste“ ponudu.

**Ljeto je vrijeme** za kreiranje jesenje ponude koja obiluje plodovima, događajima, berbama. Tu očekujemo dobre „paket aranžmane“ za dane vikenda kao i posebnu ponudu za **jesenske ferije:**(krompirjeve počitnice 29.10. – 02.11.)

**U rujnu 2019.** web portal [www.feel-taste.info](http://www.feel-taste.info) će biti u punoj primjeni i postati će glavni kanal promocije i prodaje. Očekujemo da ga tada preuzme neka institucija ili tvrka kao administrator zadužen za ažuriranje podataka, objavljivanje posebnih ponuda, sezonskih akcija i fotografija i slično.

Do tada i svi dionici ponude, članovi kluba kvalitete trebali bi imati svoju web stranicu, istaknuti oznaku kvalitete „Feel&Taste“ na svojoj web stranici kao i na svome objektu. Svoju web stranicu s linkom na portal „Feel&Taste“ trebate dijeliti prijateljima na društvenim mrežama.

**Koncem rujna 2019. godine,** članovi kluba kvalitete „Feel&Taste“ preuzimaju upravljanje proizvodom uz pomoć turističkih zajednica gradova Opatije i Portoroža.

**06.PITANJA – ODGOVORI, PODRŠKA**

Vezano uz sve naprijed navedeno, dodatna pojašnjenja, moguće nove okolnosti i sve što vas zanima možete raspraviti, pitati putem slijedećeg kontakta do konca rujna2019. godine :

[infoskrk@gmail.com](mailto:infoskrk@gmail.com)

++385 (0)99 222 333 1 (ako vam se ne javim ostavite poruku)

Nedo Pinezić

Quanarius d.o.o.

Slavka Nikolića 34

51500 Krk