



MERILA ZA OCENJEVANJE PREDLOGOV

Javni poziv

»Inovativni turistični produkt destinacije Kočevsko v letu 2025«

MERILO	ŠTEVILO TOČK
1. Inovativnost in izvirnost	max 20
Turistični produkt je visoko inovativen	20
Turistični produkt je srednje inovativen	10
Turistični produkt ni inovativen	0
2. Tržni potencial	max 10
Turistični produkt ima jasno definirane ciljne skupine	5 ali 0
Turistični produkt ima jasno definirane trženjske kanale	5 ali 0
3. Ciljne skupine	max 15
Ciljna skupina so turisti in obiskovalci iz celega sveta	15
Ciljna skupina so turisti in obiskovalci pretežno iz Evrope	10
Ciljna skupina so turisti in obiskovalci pretežno iz Slovenije	5
4. Kompetence prijavitelja	max 10
Prijavitelj ima izkušnje s ponudbo turističnih produktov, kader in sredstva za izvedbo	10
Prijavitelj je nov na trgu turistične ponudbe, ima malo izkušenj	5
Prijavitelj nima izkušenj s ponudbo turističnih produktov	0
5. Finančni načrt	max 10
Finančni načrt je realno izdelan	5 ali 0
Postavljena cena produkta je realna	5 ali 0
6. Izvedba programa oziroma vsebine	max 10
Program je voden z licenciranim vodnikom	5 ali 0
Program se lahko izvaja tekom celega leta in ni sezonsko omejen	5 ali 0
7. Dodatna ponudba prijavitelja	max 5
Prijavitelj nudi možnost prenočitve (najmanj ***)	5 ali 0
8. Lokalna identiteta turističnega produkta	max 5
Turistični produkt temelji na lokalni identiteti	5 ali 0
9. Avtentičnost turističnega produkta	max 5
Doživetje nudi originalno, pristno doživetje destinacije Kočevsko	5 ali 0
10. Izkuštenost turističnega produkta	max 5
Doživetje ima močno izraženo doživljajsko noto	5 ali 0
11. Trajnostni vidik turističnega produkta	max 5
Turistični produkt zagotavlja vse temeljne elemente trajnostnega delovanja	5 ali 0
SKUPAJ	max 100



OBRAZLOŽITEV MERIL

1. Inovativnost in izvirnost

- **Turistični produkt je visoko inovativen:** Visoko inovativen produkt nudi pristno in originalno izkušnjo ter izkazuje visoko stopnjo avtentičnosti. Prav tako je visoko inovativen produkt tisti, ki je zasnovan na naravi, kulturi tega območja. Lokalno identiteto vključuje na visoki ravni privlačnosti in motivira zahtevnega obiskovalca. V odnosu do primerljivih doživetij ima inovacija jasno izražene elemente razlikovanja ter izkazuje izrazit zeleni vidik. Značilnosti so predvsem: visoka kakovost, ekskluzivnost, individualni pristop, stik z naravo in višja dodana vrednot.
- **Turistični produkt je srednje inovativen:** Srednje inovativen produkt upošteva avtentičnost okolja. Produkt je privlačen širši množici ljudi in ima izražen zeleni vidik, vendar nima dodane vrednosti. Produkt je primerljiv z ostalimi doživetji v Sloveniji ali svetu.
- **Turistični produkt ni inovativen:** Ne inovativen produkt ne spoštuje lokalitete in prakticira masovni pristop. Obrača se na goste, ki ne potrošijo veliko ali pa ne cenijo produktov višjega ranga. Produkt je primerljiv z ostalimi ponodbami ali pa celo posnema druge produkte. Ne inovativen produkt ne upošteva avtentičnosti okolja in nima dodane vrednosti.

2. Tržni potencial

- **Turistični produkt ima jasno definirane ciljne skupine:** Jasno definirane ciljne skupine pomenijo segmentacijo trga in prikazujejo opis tipičnega predstavnika oz. obiskovalca ter njegove lastnosti. Za ciljno skupino so določeni motivi in interesi oz. aktivnosti ter pričakovanja. Ciljne skupine so lahko: avanturisti, zeleni obiskovalci, aktivne družine, urbani ozaveščeni, aktivni nostalgiki, predane mame, družabni foodiji, sproščeni eskapisti, urbani potrošniki, brezskrbni mladi, lepotni razvajenci in večno mladi.
- **Turistični produkt ima jasno definirane trženjske kanale:** Jasno definirani trženjski kanali so lahko osebni ali neosebni prenosni informacije o produktu ciljnemu občinstvu. Komunikacijski kanali so lahko v tiskani obliki, v elektronski obliki, na dogodkih, spletni strani, družbenih omrežjih, ipd.

3. Kompetence prijavitelja

- **Prijavitelj ima izkušnje s ponudbo turističnih produktov, kader in sredstva za izvedbo:** Prijavitelj je že izvajal ali izvaja turistični program in pozna vsebine iz naslova kakovostnega izvajanja storitve (profesionalnost, skrb za gosta, zanesljivost), medsebojnega komuniciranja, poslovnega kadrovanja ter operiranja s sredstvi za poslovanje. Predvsem ima znanje iz identificiranja turistične ponudbe ter za povezovanje turističnih paketnih produktov z ostalimi ponudniki.
- **Prijavitelj je nov na trgu turistične ponudbe, ima malo izkušenj:** Prijavitelj je bil deloma povezan s ključnimi deležniki, ki delujejo na področju turizma znotraj destinacije in je deloma sodeloval pri izvedbi turističnih programov. Deloma pozna prakse izvajanja turističnih programov in ima malo izkušenj pri identificiranju turistične ponudbe. Izkušenj s kadrom ali sredstvi za poslovanje ima malo ali pa jih ni imel.



- **Prijavitelj nima izkušenj s ponudbo turističnih produktov:** Prijavitelj nikoli ni bil povezan pri oblikovanju ali izvedbi turistične ponudbe, zato nima izkušenj pri identificiranju ponudbe. Prav tako ni imel izkušenj s kadrovanjem ali operiranjem s sredstvi poslovanja.

4. Finančni načrt

- **Finančni načrt je realno izdelan:** Pomeni, da ima prijavitelj jasno postavljen kontekst turistične ponudbe ter finančno strukturo. Prijavitelj oceni stopnjo donosnosti, ovrednoti finančno strukturo investicije in stroške poslovanja. Prav tako prijavitelj oceni prihodke in odhodke poslovanja.
- **Postavljena cena produkta je realna:** Postavljena cena je realna glede na dodano vrednost produkta in zastavljeno ciljno skupino. Prijavitelj postavi ceno, ki je dovolj visoka, da pokrije stroške in omogoči doseganje načrtovanega dobička.

5. Lokalna identiteta turističnega produkta

- Turistični produkt temelji na lokalni identiteti destinacije Kočevsko, je zvest naravi, kulturi in ljudem območja, obenem pa skozi zgodbo podpira znamko in identiteto destinacije Kočevsko.

6. Avtentičnost turističnega produkta

- Doživetje nudi originalno, pristno doživetje destinacije Kočevsko in ne kopira ali povzema izkušenj oz. doživetij od drugod.

7. Izkustvenost turističnega produkta

- Doživetje ima močno izraženo doživljajsko noto, ki gosta nagovarja ne samo na funkcionalni, ampak tudi na čustveni in izkustveni ravni.

8. Trajnostni vidik turističnega produkta

- **Turistični produkt zagotavlja vse temeljne elemente trajnostnega delovanja:** Izvedba ponudbe mora biti prijazna do narave, okolja, lokalne skupnosti, na noben način ne sme poslabševati stanja okolja v katerem se izvaja, v okviru izvajanja programa se nikjer ne sme uporabljati plastična embalaža, vse smeti, ki nastanejo v času izvajanja programa, se morajo ustrezno ločiti in odložiti na za to predvidena mesta, ipd.