

Dolina Soče

TRAJNOSTNO NAPREJ

Trajnostno poslovanje in profesionalna
komunikacija z gosti

 NeaCulpa

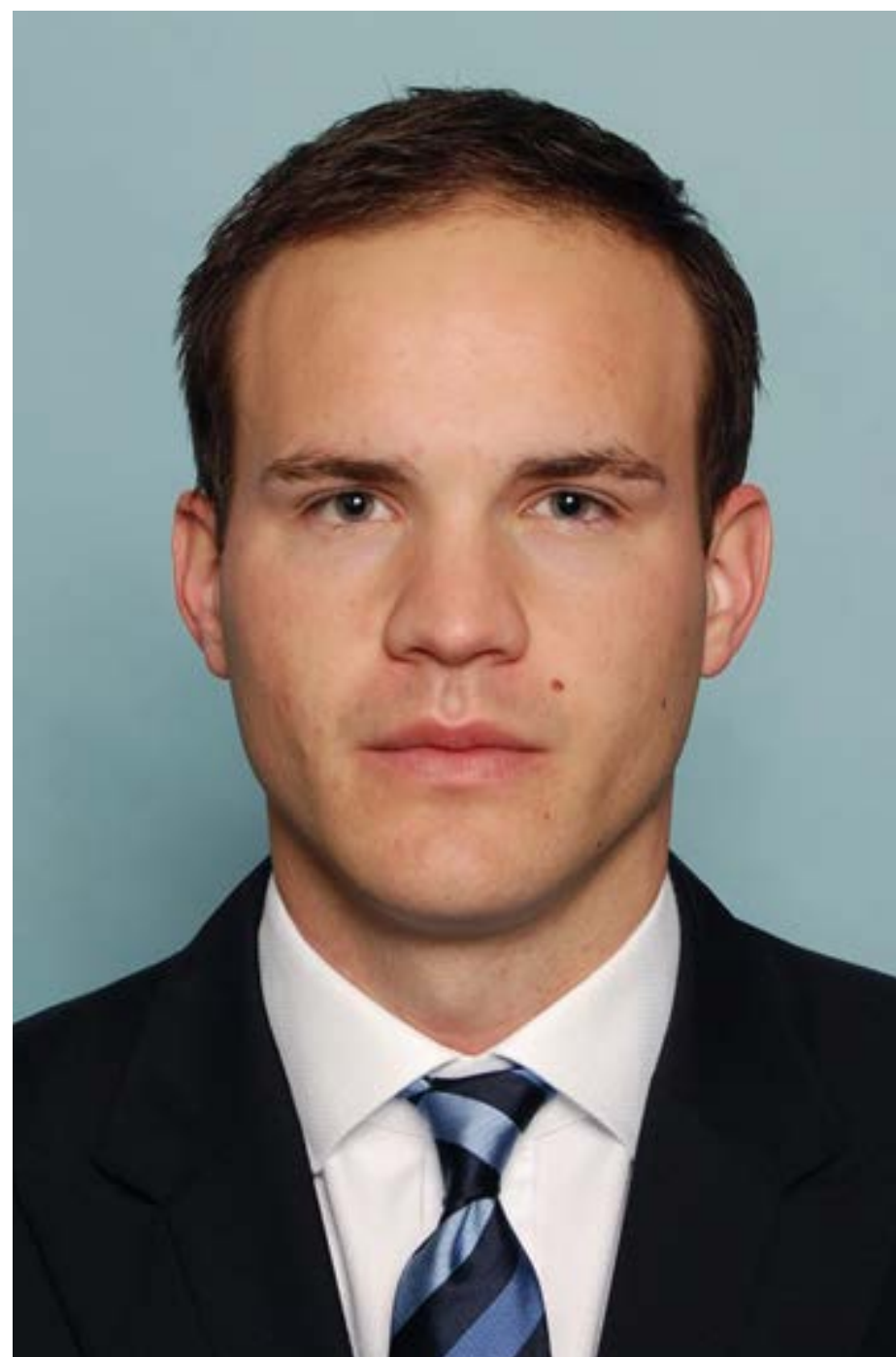
Nea Culpa & GoodPlace



Neja Petek,
direktorica

specialistka za razvoj,
prodkte in komunikacije
v turizmu

neja@nea-culpa.si



Matic Kriker
standardi v turizmu

specialist za gostoljubje,
nastanitve in gostinstvo

matic@nea-culpa.si



Tina H. Zakonjšek,
vodja projektov

specialistka za trajnostni
turizem

tina@goodplace.si

Dolina Soče



Foto: Dolina Soče, Nea Culpa / Jošt Gantar

DOLINA SOČE JE ZLATA DESTINACIJA

**Občine Tolmin, Kobarid in Bovec so prejemnice
zlatega znaka Slovenia Green Destination.**

Zelena shema slovenskega turizma



A scenic view of a mountain valley. In the foreground, a river with clear, turquoise water flows through a lush green forest. The middle ground shows a wide, rocky riverbed. In the background, majestic mountains with patches of snow rise against a blue sky with scattered white clouds. The overall atmosphere is bright and natural.

SOČA EVERGREEN
STRATEGIJA RAZVOJA IN
TRŽENJA TURIZMA
DOLINE SOČE 2025+

Poslanstvo ponudnikov Doline Soče



Cilj 4

Trajnostno upravljanje

- Znižanje ogljičnega odtisa obiskovalcev
- Dvig zelenega zavedanja in usmerjeno trajnostno delovanje vseh deležnikov

- Znižanje ogljičnega odtisa obiskovalcev
- Dvig zelenega zavedanja in usmerjeno trajnostno delovanje vseh deležnikov
- Vzpostavljeni sistemi in režimi za učinkovito upravljanje turističnih tokov
- Ohranjena identiteta in dediščina doline

Sistem trajnostne mobilnosti za obiskovalce znotraj koncepta Julijskih Alp

Spremljanje prometnih tokov

Urejanje mreže centralnih parkirišč

Kartica gosta Julijskih Alp

Okrepitev rednih javnih avtobusnih linij

Nadgradnja sezonskih shuttle prevozov

Železniške postaje

Električna mobilnost



**Vsi smo ambasadorji zelenih in
trajnostnih praks v turizmu**

Foto: Dolina Soče, Jošt Gantar

VELIKA AKCIJA SKUPNE ODGOVORNOSTI

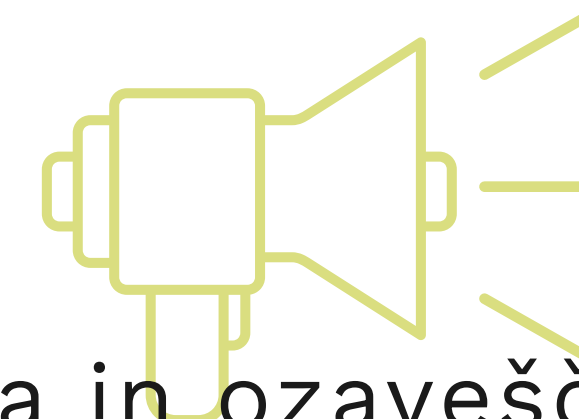
Soča Evergreen: Dolina brez odpadkov, dolina brez plastike



Urejanje centralnih eko otokov na večjih parkiriščih



Umik posod za odpadke v naravi (smeti odnesemo s seboj)



Navodila in ozaveščevalne akcije za turistične obrate in goste za zmanjšanje obsega odpadkov, učinkovitejše sortiranje ter uvajanje modelov krožne ekonomije



Pogostejši odvoz odpadkov v visoki sezoni



Okrepitev redarske službe v sezoni

IDEALNA SITUACIJA



Ukinitev rabe plastike
za enkratno uporabo

MAJHEN KORAK ZA VSAKEGA, A VELIK ZA SKUPNOST PRI SPODBUJANJU ZELENIH NAVAD

Soča Evergreen: Pijemo vodo iz pipe



Nameščanje pitnikov s
pitno vodo po Dolini Soče



Ozaveščanje o kakovostni
pitni vodi in spodbujanje
pitja iz pipe

PRIMER - NEBESA CHALETS



*Soška postrv,
z njo si delimo živo vodo*

V reki Soči plava avtohtona soška postrv z marmornim vzorcem. Skoraj bi izumrla, a sta jo Ribiška družina Tolmin in Zavod za ribištvo Slovenije (Ribogojnica Kobarid) rešila. Najlažje jo boste opazili ob mraku, ko pokuka iz skrivališča in se odpravi na lov.



**SOŠKA VODA
JE ŽIVA**

Na Nebesih preudarno odpiramo pipe in uporabljamo ekološka čistila, da obvarujemo moč žive vode. Varčujte s točenjem in nam pomagajte ohraniti Sočo. Brisačo vam bomo zamenjali le, če jo odložite na tla.

ZELENI PLAN NA NACIONALNI RAVNI

**Zmanjšanje
plastike**

**Okrepitev
kratkih
nabavnih
verig**

**Okrepitev
sodelovanja
med deležniki**

**100 %
ZELENA
SLOVENIJA**

TRŽNO KOMUNICIRANJE TRAJNOSTI

SPODBUJANJE
RAZISKOVANJA
ZELENE
SLOVENIJE



PROMOCIJA
EDINSTVENIH
DOŽIVETIJ



IZPOSTAVITEV
SKRITIH
KOTIČKOV



PROMOCIJA
LOKALNIH
STORITEV IN
IZDELKOV



Zeleni certificirani ponudniki Doline Soče

**Eko Chalet Astra
Montana (Tolmin),**
znak Slovenia Green
Accommodation



**Kamp Korita
(Bovec),**
znak Slovenia Green
Accommodation



**Kamp Koren
(Kobarid),**
znak Slovenia Green
Accommodation,
prvi s trajnostnim
certifikatom EKO
Marjetica



**Nebesa Chalets
(Kobarid),**
znak Slovenia Green
Accommodation



**Penzion Kobala
(Tolmin),**
znak Slovenia Green
Accommodation

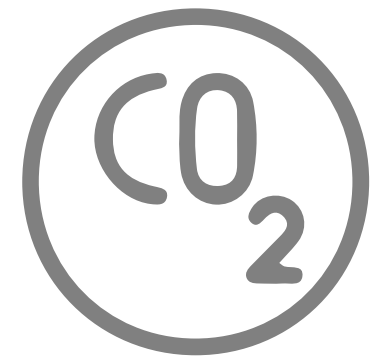


V komunikaciji ohranjamo kredibilnost in zaupanje

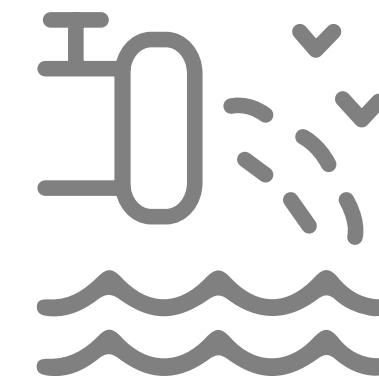


Potovalni standardi slovenskega turizma in znamka **Green&Safe**

Je trajnost v turizmu pomembna?

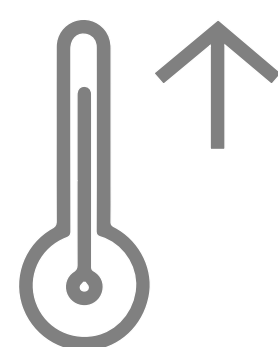


8 %
svetovnih
emisij CO₂



5.
najbolj
onesnažujoča
industrija

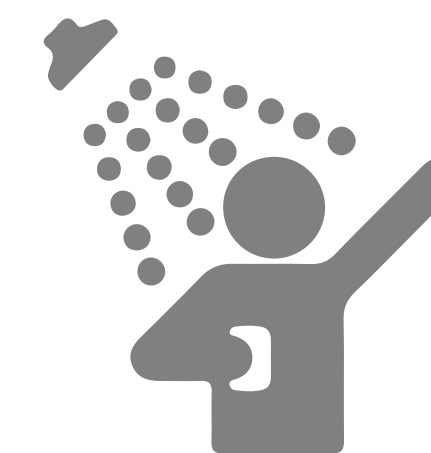
Je trajnost v turizmu pomembna?



Do 12,5 %
prispevek k global-
nemu segrevanju



35 milijonov
ton trdnih
odpadkov na leto



300 litrov
na gosta na noč



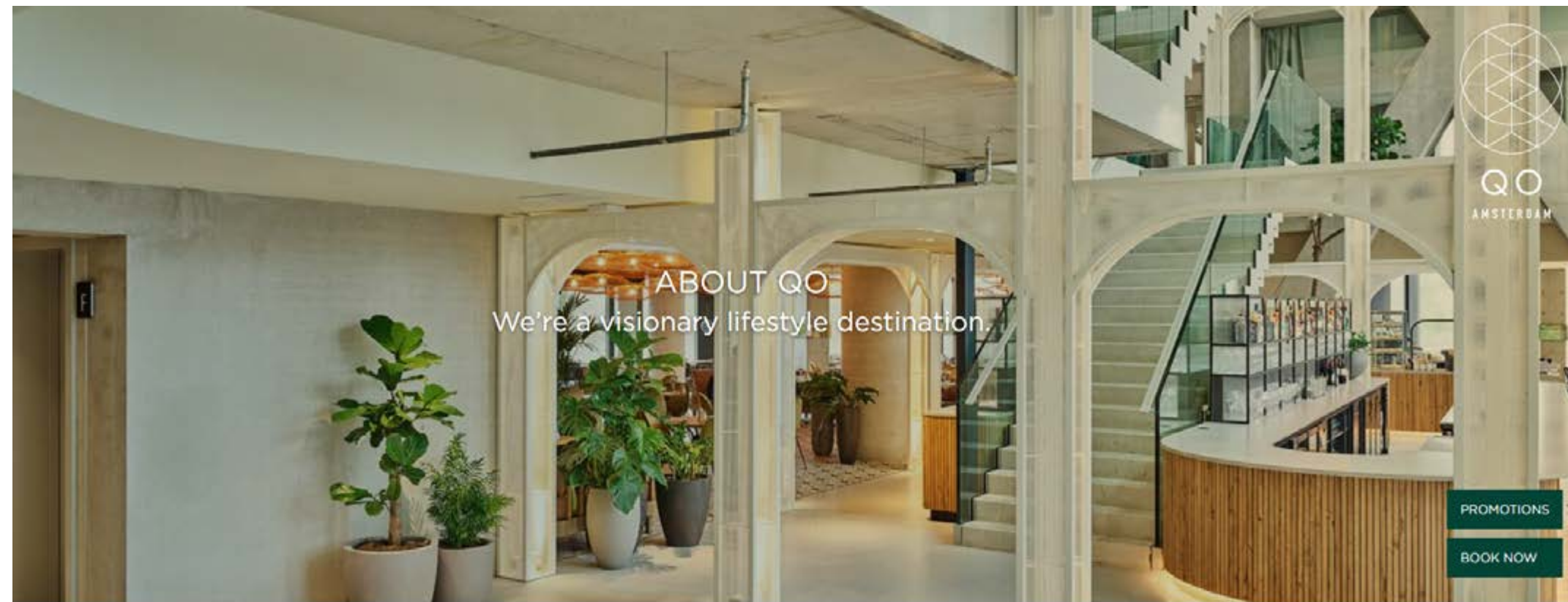
Kako spodbuditi goste, da ravnajo trajnostno?

Foto: Dolina Soče, Nea Culpa / Jošt Gantar

Preprosta sporočila & dobra komunikacija



Preprosta sporočila & dobra komunikacija



WHAT MAKES US THE GO

We're a visionary lifestyle destination

IDENTITY

THE HOTEL THAT LIVES

Shaped by nature, driven by ingenuity.

CIRCULARITY

INTUITIVE, CONSIDERED DESIGN

Bringing the GO to life by bringing the outside in.

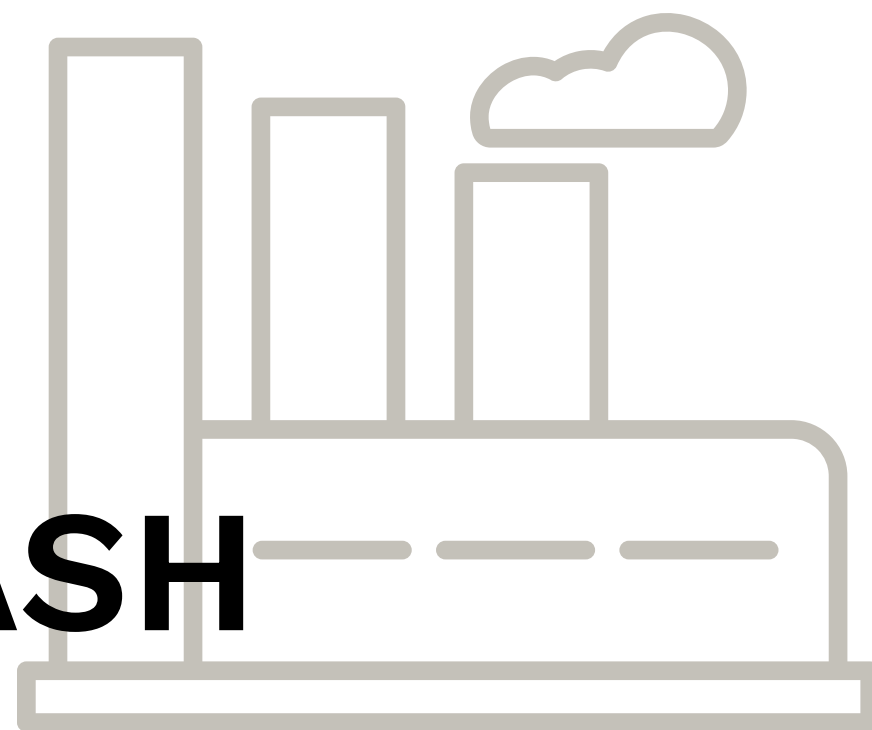
DESIGN

www.go-amsterdam.com/about/



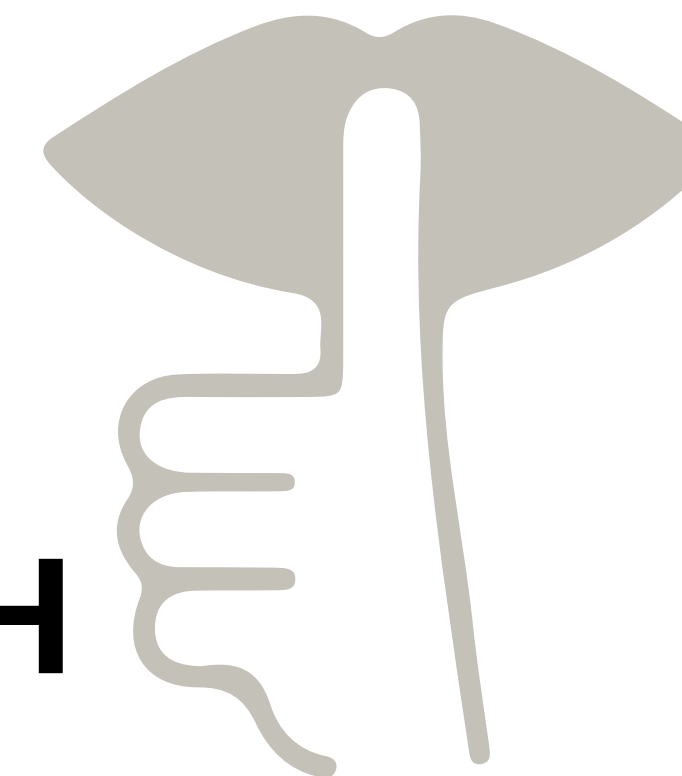
www.hotel-outside.com/en/

GREENWASH




- podajanje zavajajočih informacij o okolju
prijazni naravnosti
- 25 % tega, kar
komunicirajo, se dejansko
NE DOGAJA

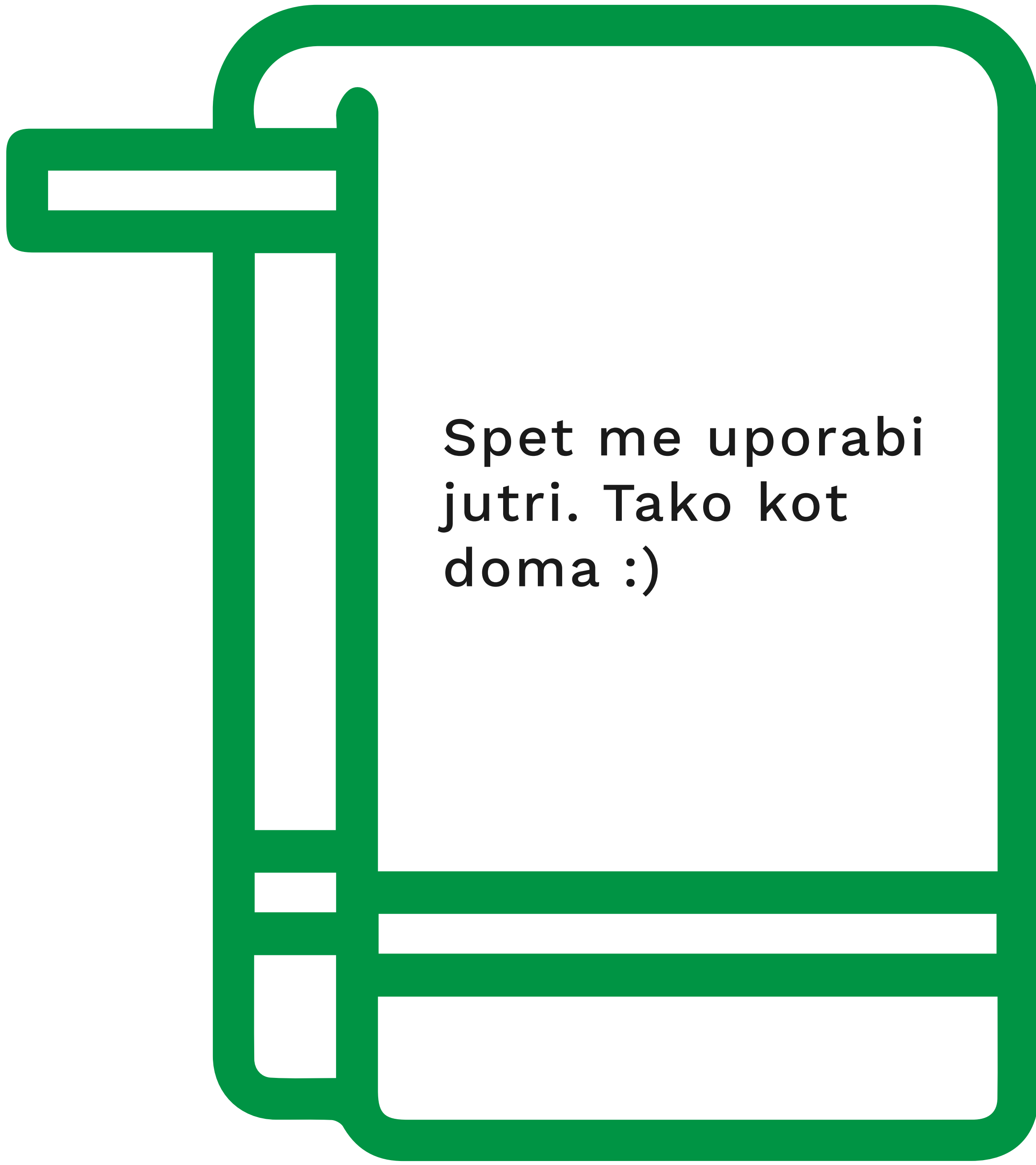
GREENHUSH



- Slabo komuniciranje
zelenega delovanja
- 70 % trajnostnih ukrepov in
dejanj se **NE KOMUNICIRA**



V hotelih po svetu vsak dan operejo na tone brisač in porabijo na tone pralnega praška, ki onesnažuje vodo. Prosimo, odločite se!



Spet me uporabi jutri. Tako kot doma :)

Trajnostna komunikacija je



- podatkovno usmerjena
- pridigarska
- suhoparna
- velikopotezna



- privlačna
- prepričljiva
- prijazna
- preprosta

Prednosti trajnostne komunikacije



Dvigujemo
podobo
znamke



Ustvarjamo
konkurenčno
prednost



Dvigujemo
zadovoljstvo
gostov



Višamo
vrednost
ponudbe



Komunikacijska priporočila

Foto: Dolina Soče, Nea Culpa / Jošt Gantar

1. Zmanjševanje porabe vode in energije

✓ Prijazno povabilo s sistemom nagrajevanja

Opuščanje vsakodnevnega čiščenja sobe, s prijaznim povabilom in nagrado (vavčer za pijačo, nižja cena).

Opcijska ponudba

✓ Vsakodnevno čiščenje sobe postane opcijska storitev in ni del redne ponudbe.

Merjenje

✓ Zmanjševanje dolžine prhe z zagotavljanjem takojšnjih povratnih informacij o negativnih vplivih na naravo in okolje pri dolгих prhah.

DEŽELA ZLATOROGA



ZLATOROG DRGNE ROGOVE

Pomisli na porabo vode in brisač

Preživi čim več časa v naravi, porabi čim manj brisač in vode. Tako bo narava čistejša in v odtok bo šlo manj detergentov. Iz zlatega prahu, ki pada na zemljo z Zlatorogovih rogov, bo lahko zraslo več zdravilnih rož.

Gorske vile brisače zamenjajo samo, če jih odvržeš na tla.

NEBESA CHALETS



Soška postrv, z njo si delimo živo vodo

V reki Soči plava avtohtona soška postrv z marmornim vzorcem. Skoraj bi izumrla, a sta jo Ribiška družina Tolmin in Zavod za ribištvo Slovenije (Ribogojnica Kobarid) rešila. Najlažje jo boste opazili ob mraku, ko pokuka iz skrivališča in se odpravi na lov.



SOŠKA VODA JE ŽIVA

Na Nebesih preudarno odpiramo pipe in uporabljamo ekološka čistila, da obvarujemo moč žive vode. Varčujte s točenjem in nam pomagajte ohraniti Sočo. Brisačo vam bomo zamenjali le, če jo odložite na tla.

2. Zmanjševanje količine zavržene hrane

- ✓ **Manjši krožniki za manjše količine hrane.**
- ✓ **Povabimo na večkratni obisk samopostrežnega bifeja.**
- ✓ **Otroke prepričamo, da si vzamejo manj in pojejo vse, z nagradami in nalepkami.**

3. Pozitiven vpliv na lokalno skupnost

✓ Izbiramo lokalne dobavitelje.

HIŠA FRANKO



NEBESA CHALETS

*Dobrote,
z njimi si sladkamo življenje*

| | |
|--|--|
| Bojanove domače salame | Ročno nabrane mešanice zelišč za čaj s <i>Krnskih planin</i> |
| Bojanove hišne marmelade | Vrhunska vina odličnih vinarjev iz <i>Brd</i> |
| Jogurti z Ekološke kmetije Gaberšček, <i>Kamno</i> | Pivo kraft pivovarne Reservoir Dogs, <i>Nova Gorica</i> |
| Naravni jabolčni sok s Kmetije Matic, <i>Gorenja vas</i> | Tolminski sir s planine Kašina pod Krnom in Mlekarne Planika, <i>Kobarid</i> |
| Sušeni krlji jabolk in hrušk s Kmetije Matic, <i>Gorenja vas</i> | |

SOŠKA HRANA JE DOBRA

Vse, kar najdete v hladilnikih in na policah Nebes za pod zob, je pristnega okusa. Dobavna veriga Nebes je v celoti zelena in lokalna.

3. Pozitiven vpliv na lokalno skupnost

✓ **Vračanje skupnosti.**

DEŽELA ZLATOROGA

A poster for the Zlatorogov Zaklad (Zlatorog Donation Box). It features a background of a mountain range with three ibexes in the foreground. The text is in orange and black. At the bottom, there is a logo for Dežela Zlatoroga, Bohinj Slovenija, and contact information.

ZLATOROGOV ZAKLAD
Zlatorog Donation Box

Prispevaj denarce za naše kravce in pomagaj, da se pašni travniki vrnejo v Ukanc.
Your donation will help our cows have their pasture lands to graze freely in Ukanc.

www.dezela-zlatoroga.si  info@dezela-zlatoroga.si

NEBESA CHALETS

Two posters for Nebesa Chalets. The left one is white with a house outline and a recycling icon. The right one is dark blue with a house outline and a recycling icon. Both contain text about recycling and donating.

**Zbirajte, reciklirajte,
donirajte**

Na Nebesih živimo brez plastenk in pločevink. Pomagajte nam. Steklenih lončkov ekoloških jogurtov nikar ne vrzite v smeti, prav tako ne steklenic naravnih sokov – oboje namreč operemo in vrnemo. Z zbiranjem nam lahko pomagate podpreti lokalni smučarski klub Matajur.

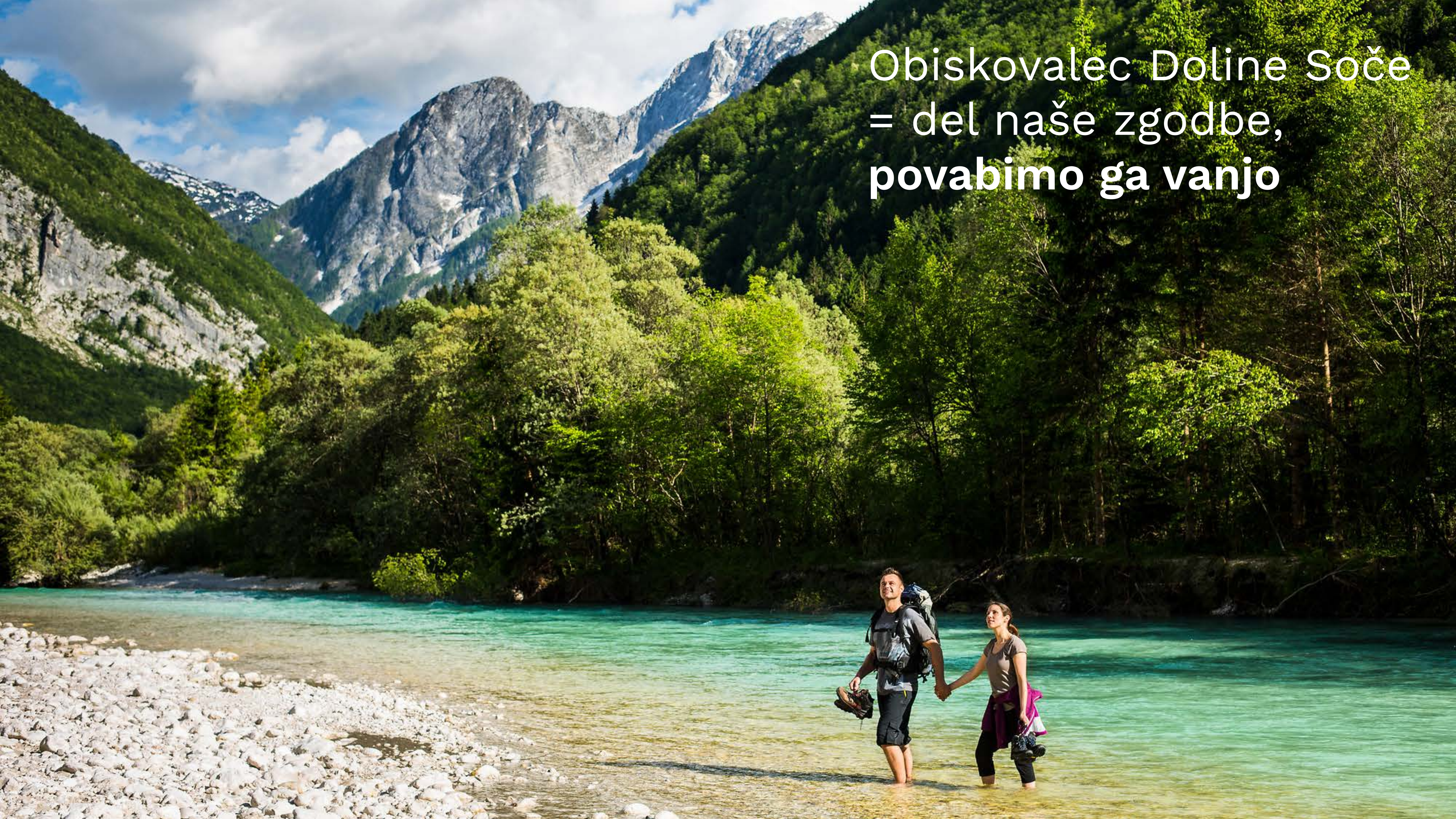
**MALI SMUČARJI
SO VESELI**

Smučarski klub Matajur spet živi. Podprite ga z zbiranjem ali umivanjem jogurtovih kozarčkov in steklenic za ponovno uporabo. Za vsakih 15 zbranih steklenih embalaž namenimo 2 EUR podpore klubu.



Tudi najboljša
destinacije potrebujejo
dobre gostitelje

Obiskovalec Doline Soče
= del naše zgodbe,
povabimo ga vanjo



GOSTOLJUBJE = ljubezen do obiskovalcev

Smo ambasadorji gostoljubja in
gostove želje so naša prioriteta.



Gostoljubje

Odnos do
obiskovalcev

Zlata pravila
gostoljubja in
odnosov

Potrebe
obiskovalcev

Odličnost
opravljanja
storitev

Odgovornost
zaposlenih

A scenic view of a river flowing through a rocky canyon, overlaid with a teal gradient and the text 'GOSTOLJUBJE'. The image shows a river winding through a narrow, rocky gorge. The water is a deep teal color, matching the overall color scheme. The surrounding rock walls are rugged and textured. The text 'GOSTOLJUBJE' is written in a bold, white, sans-serif font, centered horizontally across the middle of the image. The background is a soft, teal gradient that fades into the landscape.

GOSTOLJUBJE

USTREŽLJIVOST





**POSTAVLJANJE
GOSTA/
OBISKOVALCA
NA 1. MESTO**



POTREBE OBISKOVALCEV

**Prepoznavanje
vrednot**


**Zrcaljenje
strank**

**Prepoznavanje potreb in pričakovanj na
podlagi vprašanj, ne domnevanj**



Personalizacija storitev

Presežek gostovih pričakovanj



**Traja lahko mesece,
da pridobimo gosta,
a ga lahko v sekundi
spet izgubimo**



ODNOS DO OBISKOVALCEV




**Poznavanje
produktov in
storitev**

**Razumevanje
vizije**

- Smo uglašeni in vljudni
- Prepričajmo se, da so obiskovalci zadovoljni
- Poosebljajmo svoje delo
- Zapomnimo si gostovo ime in ga uporabimo ob vsaki priložnosti



NEZADOVOLJSTVO GOSTOV

A man and a woman are standing on a rocky riverbank, looking at a waterfall. The man is wearing a light blue shirt and dark shorts, and the woman is wearing a grey shirt and dark shorts with a backpack. The river is surrounded by large grey rocks and lush green vegetation.

68%
nezadovoljnih
gostov se ne
vrne zaradi slabe
storitve

32%
nezadovoljnih
gostov se ne vrne
zaradi selitve,
slabega izdelka,
okolja ali smrti

Manj kot 5% nezadovoljnih obiskovalcev se dejansko pritoži, kar pomeni, da **95% nezadovoljnih obiskovalcev nikoli ne pove organizaciji o njihovi slabi izkušnji.**





Polovica od 95%
nezadovoljnih gostov se
nikoli več ne vrne.

Delodajalca stane
**5-krat več, da pridobi
novega gosta, kot da
obdrži stalnega gosta.**





NAJPOGOSTEJŠI VZROKI NEZADOVOLJSTVA

— **Kadar je kaj umazano**

(prostor, orodja, pripomočki)

— Kadar je obiskovalec/skupina naročen/a
in čaka več kot 5 minut, da pride na vrsto

— Kadar obiskovalec čuti **nezainteresiranost**
in ga nihče ne opazi

— Kadar se osebje obnaša, **kot da obiskovalcu dela uslugo**

— Kadar obiskovalec plača **visoko ceno**
za storitev, ki se izkaže za povprečno

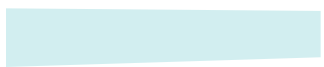
- Kadar osebje **ni pri stvari (je odsotno)**
- Kadar se **osebje z gostom prepira**
- Kadar **osebje ni samoiniciativno**
- Kadar osebje reče, da **ni plačano za opravljanje določenega dela**
- Kadar osebje reče, da **obiskovalec nima prav**
- Kadar se osebje gostom **ne opraviči, čeprav je evidentno, da bi bilo opravičilo na mestu**



**Vse naj bo
vedno kot
prvič**

— Zelo pomembno je zavedanje, da so obiskovalci v veliko primerih **pri nas na obisku prvič**

— Naj začutijo, da je **njihov obisk za nas pomemben**



Zelo pomemben je prvi vtis. **Potrebni je le 7 sekund, da si obiskovalec ustvari mnenje.** Če nam v tem času ne uspe ustvariti pozitivnega mnenja, bomo potrebovali kar nekaj časa in truda, da bomo ustvarjeni občutek popravili.



KAKO ODGOVARJAMO
NA VPRAŠANJA OBISKOVALCEV

Kako odgovorimo na vprašanja:

- Pokažemo, da smo **veseli danega vprašanja**.
- **Pozorno poslušamo** in pustimo, da obiskovalec **dokonča vprašanje**.
- **Ponovimo vprašanje**, tako da ga slišijo tudi drugi obiskovalci. To storimo tudi zato, da pridobimo čas, da razmislimo o odgovoru. Poleg tega se prepričamo, da smo prav razumeli vprašanje.
- **Podamo kratek in jedrnat odgovor**, v katerem zaobjamemo vse potrebne informacije.
- Končamo s stavkom: **Upam, da sem s tem odgovoril/a na vaše vprašanje**.
- *Zapomnimo si: ukvarjanje z gostom ni predavanje, ampak pogovor*

Najboljša taktika, kako odgovoriti na manj prijazna vprašanja?

Disarm with charm oziroma
sprostitev neprijetne situacije
s prijaznim nasmehom.



PROCES REŠEVANJA KONFLIKTNIH SITUACIJ



**Uspeh reševanja konfliktnih
situacij je pogojen s pravim
pristopom.**

Pomembno je, da upoštevamo naslednja načela reševanja konfliktov:


- definirajmo **problem kot cilj**, ne kot potrebo za reševanje;
- ko odkrijemo konflikt, **poiščemo rešitev**, ki bo pomenila spremembo za vse udeležene;
- svojo **pozornost usmerimo na vzrok**, ne na osebne zadeve ali podrobnosti;
- gradimo zaupanje **s sprejemanjem in z dajanjem ustreznih informacij**;
- **med komuniciranjem izražamo svojo naklonjenost**, vživimo se v sogovornika, ga poslušamo ter upoštevamo njegove pomisleke, njegovo stran zgodbe in predloge.

Reševanje konfliktov

- Vedno skušajmo **razumeti obiskovalca in se vživeti v njegovo kožo**
- **Bodimo razumevajoči**, ne prekinjamo, ne prepričujemo ga
- Vedno dajemo **vtis, da smo na njegovi strani**
- Komuniciramo, da **delamo vse, kar je v naši moči, da obiskovalcu ustrežemo**
- **Ohranjamo pozitivno naravnost**



**V emocionalnih
situacijah
ostanemo mirni.**

A black and white photograph of two young women. The woman on the left is wearing a black cap, glasses, and a plaid shirt over a white top. She has a surprised expression with wide eyes and an open mouth. The woman on the right is wearing a grey cap and a plaid shirt, and is shouting with her mouth wide open. The background is bright yellow. A teal circular graphic is overlaid on the bottom left.

**Ne posnemamo
jeznih
obiskovalcev.**



**Spoštujemo
osebo na
drugi strani.**



**Prevzamemo
odgovornost.**



**V konfliktnih situacijah
se izogibamo smejanju.**

Tipi značajev

| | | | | | |
|------------|-------|---------------------------|-------------------|----------|-----------------------------|
| | | hitrost menjavanja čustev | | | |
| | | hitro | počasi | | |
| moč čustev | močna | KOLERIK | MELANHOLIK | pesimist | splošni ton razpoloženja |
| | šibka | SANGVINIK | FLEGMATIK | optimist | |
| | | izraža | zadržuje | | |
| | | izražanje čustev | | | |



GOSTJE
SO NAŠE OGLEDALO
O TEM, KAKO DOBRI
GOSTITELJI SMO.





HVALA