



## PRIJAVA

### GOSTITELJA – PONUDNIKA NASTANITVENIH KAPACITET za pridobitev pravice do uporabe TKBZ BOHINJSKO

<b>Naziv in naslov pravne / fizične osebe - Prijavitelja:</b>				
<b>Evidenčna številka Ponudnika TKBZ BOHINJSKO:</b>				
<b>Vrsta nastanitvenega obrata:</b>	Hotel		Apartma	Zasebne sobe
	Hostel		Glamurozni kamp	Turistična kmetija z nastanitvijo
	Penzion		Kamp	
	Gostišče		Planinski idr. dom	
<b>Ime in priimek kontaktne osebe:</b>				
<b>Naslov kontaktne osebe:</b>				
<b>Kontaktne podatki:</b>				
Telefon				
GSM				
E-mail				
<b>Specializacija nastanitvenega obrata:</b>				
<b>Leto otvoritve nastanitvenega obrata:</b>				
<b>Število nastanitvenih kapacitet po vrsti in kategoriji:</b>				
<b>Trajnostno poslovanje – pridobljen/i okoljski znak/i in vstop v ZSST</b>	Okoljski znak: _____ pridobljen dne _____.			
	ZSST za NK dne: _____.			
	ZSST za drugo kategorijo: _____ pridobljen dne _____.			



<b>Trajnostno poslovanje</b> (pridobljen okoljski znak) – zapišite kako pri poslovanju izpolnjujete elemente posamezne komponente:	Okoljska komponenta:
	Socialno-kulturna komponenta:
	Ekonomska komponenta:
	Podnebna komponenta:
<b>Pozicionirana zgodba</b> <b>Gostitelja – ponudnika</b> <b>nastanitvenih kapacitet na</b> <b>domačem / mednarodnem</b> <b>trgu:</b>	
<b>Čas obratovanja</b> <b>nastanitvenega obrata</b> (sezona/e ali celoletno):	
<b>Najpogostejša/e ciljna/e</b> <b>skupina/e nastanitvenega</b> <b>obrata:</b>	
<b>Sezona poslovanja</b> <b>nastanitvenega obrata:</b>	
<b>Vzpostavljene prodajne poti</b> <b>Gostitelja – ponudnika</b> <b>nastanitvenih kapacitet za</b> <b>doseganje ciljnih trgov</b>	Neposredne:
	Posredne:
<b>Prodajna cena nočitve na</b> <b>osebo za eno noč in za tri</b> <b>noči:</b>	Za eno noč:
	Za tri noči:
	Za paketno ponudbo (cena za x dni):
<b>Oblikovani turistični paketi</b> <b> vključujejo mehko mobilnost:</b>	Primer:



<b>Vzpostavljeni načini marketinškega komuniciranja s ciljnimi skupinami pred prihodom v destinacijo:</b>	Oglaševanje <sup>1</sup> - lastna orodja:  Oglaševanje – nakup oglaševalskega prostora:  Pospesevanje prodaje <sup>2</sup> :  Osebna prodaja <sup>3</sup> :  Direktni marketing <sup>4</sup> :
<b>Vzpostavljeni načini marketinškega komuniciranja s ciljnimi skupinami v času bivanja v destinaciji:</b>	Receptor in drugi zaposleni osebno:  Preko digitalnih orodij:
<b>Sodelovanje in povezovanje ponudnika nastanitvenih kapacitet pri oblikovanju turistične ponudbe:</b>	Dobaviteljska veriga:  Partnerska veriga:
<b>Članstvo v Mreži poslovnih partnerjev TKBZ BOHINJSKO in drugih mrežah:</b>	
<b>Promocija in prodaja izdelkov in storitev s TKBZ BOHINJSKO:</b>	Pridelki:  Izdelki:  Storitve:

<sup>1</sup> Oglaševanje je vsaka plačana oblika neosebne predstavitve in promocije idej, izdelkov in storitev, ki jih izvaja identificiran sponzor za ciljno občinstvo. Le-ta se prenašajo preko množičnih medijev (z medijsko provizijo: TV, radio, tisk, kino, plakati; brez medijske provizije: prospekti, brošure, razstave idr.). Spletno oglaševanje je cenejše in dosega natančno tisto ciljno skupino, ki jo želimo (npr. reklamni trakovi ali pasice (angl. Banner); merimo lahko neposreden odziv uporabnikov na oglaševalske akcije. Digitalni marketing je v praksi najbolj donosen način oglaševanja, ker omogoča, da se ciljne skupine (potencialni kupci) zelo natančno določijo. Med najbolj donosna orodja oz. kanale za digitalni marketing spadata e-poštni marketing (stroškovno ugoden) in ponovno trženje oz. re-marketing (uporabniki svoje nakupne odločitve oblikujemo za 6-12 mesecev).

<sup>2</sup> Pospesevanje prodaje uporabljamo, da bi spodbudili močnejši in hitrejši odziv kupcev (popusti, podarjeni darilni boni, obveščanje kupcev o akcijah, ipd.). Poudarjamo ugodnosti pri nakupu izdelkov in storitev in skušamo spodbuditi padajočo prodajo.

<sup>3</sup> Osebna prodaja omogoča povečanje prodaje skozi osebni stik. Glavni namen osebne prodaje je v seznanjanju kupca z uporabnostjo izdelka ali storitve, zagotavljanju poprodajnega servisa in drugih storitev, vezanih na zadovoljstvo kupca.

<sup>4</sup> Pri neposrednem marketingu se uporablja naslednje medije: direktna pošta, trženje po telefonu, trženje po katalogu, prodaja »od vrat do vrat«, uporaba avdiovizualnih sredstev.



<b>Celostna podoba Gostitelja – ponudnika nastanitvenih kapacitet</b> (kakšen je in kje je viden vaš logotip ter kako ga uporabljate v povezavi s celostno komunikacijsko podobo destinacije Bohinj):	
<b>Priloge:</b> Pridobljeni certifikati / znaki kakovosti, nagrade na nacionalni ravni.	
<b>Priloge:</b> Primeri promocijskih materialov z vašo ponudbo	
<b>Priloge:</b> Dokazila o izvoru živil idr. materialov (dobavnice, računi, pogodbe ipd.)	
<b>Priloge:</b> Licenca za izvajanje aktivnosti, če je potrebno	

#### Izjava

Spodaj podpisani Prijavitelj izjavljam, da ambient Gostitelja – ponudnika nastanitvenih kapacitet in storitve ter produkti, ki jih ponujamo gostom, temeljijo na lokalnih posebnostih območja destinacije Bohinj in omogočajo unikatno doživetje bivanja v lokalnem okolju z ljudmi, ki v njem živimo.

Izjavljam tudi, da pri vseh korakih poslovanja sledimo načelom trajnostnega delovanja – lokalni materiali pri gradnji in opremi, energetska učinkovitost in management vode in odpadkov, lokalna oskrbna veriga živil, materialov in storitev, zaposlujeemo lokalne prebivalce, uporabljamo okolju prijazna goriva ipd. Izjavljam, da v ponudbo turističnih produktov vključujemo tudi mehko mobilnost.

Izjavljam, da ravnamo etično sprejemljivo - v procesu razvoja, izvedbe, promocije in prodaje predvidevamo in minimiziramo vse negativne posledice in neželene stranske učinke na ljudi in okolje (upoštevana je moralna odgovornost dejanj, ki se nanašajo na bivanje v naših nastanitvenih kapacitetah).

Soglašam z uporabo ter obdelavo navedenih osebnih in poslovnih podatkov za namen uporabe TKBZ in vodenja Registra uporabnikov TKBZ Bohinjsko.

<b>Datum prijave:</b>	<b>Podpis Prijavitelja:</b>
Stara Fužina,	
<b>Datum prejema prijave:</b>	<b>Podpis prejemnika prijave:</b>
Stara Fužina,	