



Teme: Direktor TZ Mali Lošinj, Grad Mali Lošinj,

Ferry Free

TZG Malog Lošinja ove godine je najviše pozitivno isko ila u covid krizi , od komunikacija, kampanje, ideja i ponajviše proaktivnosti. Ve smo pisali u više navrata o kampanjama, covid...

TZG Malog Lošinja ove godine je najviše pozitivno isko ila u covid krizi , od komunikacija, kampanje, ideja i ponajviše proaktivnosti. Ve smo pisali u više navrata o kampanjama, covid protokolima, policama osiguranja za goste kao i akciji Ferry Free koja je upravo u tijeku.

Podsjetimo, TZ Lošinja je pokrenuo akciju FERRY FREE s ciljem privla enja posjetitelja u mjesecu rujnu. Tako posjetiteljima koji e boraviti u rujnu dulje od sedam no i, Turisti ka zajednica sufinancira povratne karte trajekta u objektima koji su se odazvali pozivu.

“Na našim glavnim emitivnim tržištima provodili smo, a i dalje na nekima provodimo, marketinšku kampanju „Lošinj – Vaša oto na oaza“ s akcijom „Ferry Free,„ gdje gostima koji dolaze u mjesecu rujnu, a borave minimalno sedam no i, umanjujemo cijenu smještaja za cijenu povratne karte trajekta za vozilo i putnike” isti e Dalibor Cvitkovi , direktor TZ Malog Lošinja.

Iako trenutna situacija tj. naglo zatvaranje turisti ke sezone zbog zatvaranja granica, je naravno poremetilo tijek i efikasnost akcije, ipak akcija je i u trenutni okvirima urodila konkretnim plodom.

“Tijekom rujna sukladno akciji “Ferry Free” o ekujemo ostvariti preko 5.000 no enja, što je direktna posljedica akcije. Naravno, o ekivali smo ve i ekonomski u inka, no nama su glavna tržišta zatvorena, tako da su ve ina gostiju koji su iskoristili akciju, gosti iz Njema ke. Sukladno svemu, možemo biti zadovoljni, te u suradnji s partnerima planiramo nastaviti akciju i sljede e godine. Dapa e, planiramo je još i proširiti, kroz više termina, u pred i posezoni, kao i poseban fokus na doma e goste.” isti e Cvitkovi .

Kao što sam spomenuto, velika je šteta što akcija “Ferry Free ” nije ispunila svoj potencijal, sukladno epidemiološkoj situaciji i zatvaranju granica, jer sam sigurna kako bi se pokazala kao pun pogodak.

No, i u ovim trenutnim okvirima, akcija se pokazala kao uspješna. Jer ako znamo kako je prosje na potrošnja turista na Lošinj u oko 100 eura, u covid krizi je nešto manja, oko 80 eur, onda dolazimo do jednostavnog izra una kako je zahvaljuju i akciji u rujnu generirana turisti ka potrošnja od 40.000 Eur. – što je više nego odli an uspjeh. A rujna još traje, i još nema završnih rezultata akcije.

Na pitanje kako komentira ljetnu sezonu, Cvitkovi isti e kako su zadovoljni, sukladno po etnim najavama, no kako je ipak ostao gorak okus, jer je propao drugi sezone. – Sami smo si krivi za pove anje brojki zaraženih, što se naravno reflektiralo na cijelu situaciju. Pitanje je jesmo li nešto nau ili nešto ove godine., isti e Cvitanovi .

I to je klju no pitanje, jesmo li nešto nau ili iz ove situacije. Jer kao što sam u široj analizi o o ekivanjima za sljede u godinu naglasio, moramo si otvoreno priznati gdje smo pogriješili i te iste greške ispraviti. Jedino tako možemo i i naprijed. Jer percepcija sigurnosti, komunikacija, kao i organiziran zdravstveni sustav – bit e jedna od najtraženijih valuta i me u glavnim motivima dolaska. Detalji koji e initi važno razliku.



/// PITANJE KOJE SE SVI PITAJU: KAKVA ĆE BITI SLJEDE ĀA TURISTI ĀA GODINA? EVO NEKIH GLASNIH RAZMIŠLJANJA

Cvitkovi : Sada smo puno pametniji i spremniji na cijelu situaciju i izazove koji donosi turizam u vrijeme covid19 krize.

Može se imati turizam uz epidemiju koronavirusa, samo se svi moramo držati epidemioloških mjera, naglašava Cvitkovi , a me u ostalim to je pokazala i ova sezona.

Naravno uz glavnu pretpostavku da se svi striktno držimo svih epidemioloških mjera. Āak i više od propisanih mjera, baš zbog turizma i percepcije sigurnosti. Osobno smatram kako je bila greška što nismo puno prije uveli obavezno nošenje maski u zatvorenim prostorima, bez obzira što je tada epidemiološka situacija kod nas bila stabilna. Upravo prvi turisti koji su po Āeli stizati u Hrvatsku, žalili su se što je kod nas previše opušteno i nitko ne nosi maske, dok su njihovih zemljama mjere bile puno strože.

– Prvih osam mjeseci imali smo index 58, no imali smo nadu da Āe posezona biti u ve Āim brojkama. Ono što nas veseli, kako u cijeloj Hrvatskoj, pa tako i u Lošinju, nije bilo covid slu Āajeva u smještajnim kapacitetima. Tako Āer, hotelski smještaj bez obzira na veliki broj ljudi i zajedni Āke prostorije, nije imao niti jedan slu Āaj novooboljelih niti su bili mjesta žarišta. A znamo kako su hoteli generatori potrošnje i zapošljavanja, te koliko su vaŹni za svaku turisti Āu destinaciju, isti Āe Cvitkovi Āi govori kako s druge strane StoŹera mora raditi na tome da brŹe i efikasnije gase neka eventualna Źarišta.

– VaŹna je sinergija unutar turisti Āog sektora, a Zavod za javno zdravstvo nam je trenutno jedan od glavnih partnera. Moramo oformiti ekipe da budemo spremni odraditi testiranje u kratkom vremenskom roku, dakle u manje od 72 sata dobiti rezultate testiranja. To je klju Āno pitanje za goste. Tako Āer, moramo se puno bolje svi umreŹiti, da iza nas stoji zdravstveni sustav i da na vrijeme naprave testove, rezervacije – sve je ove godine bilo ad hoc, no sada imamo priliku da 2021.godinu planski posloŹimo cijeli sustav i pri Āu. Sada smo puno pametniji i spremniji na cijelu situaciju i izazove koji donosi turizam u vrijeme covid19 krize, dodaje Cvitkovi .

Polica “osiguranja” za goste

U slu Āaju da neki od gostiju ima simptome ili oboli od koronavirusa, TZ Lošinja, ove godine je u suradnji sa svima u destinaciji pripremila je jasne protokole, kao i “policu osiguranja “ za goste.

Naime, u slu Āaju sumnje na covid19, gost ne ide sam doktor nego mora kontaktirati recepciju hotela ili vlasnika smještaja. Tada se ispunjava upitnik koji je napravila TZ Lošinja na razini cijele destinacije, te hotel ili iznajmljiva zove lije Ānika i epidemiološku sluŹbu. Tako Āer, iz TZ Lošinja je prva destinacija u Hrvatskoj koja pokriva i trošak smještaja i prehrane za goste ili njihove obitelji u slu Āaju samoizolacije.

TZ Lošinja za sljede Āu godinu priprema više akcijskih protokola

– Za idu Āu godinu je pouka da je teško bilo što planirati, no moramo biti spremni brzo reagirati , kao i ove godine. Situacija Āe se mijenjati iz dana u dan, i zato Āemo mi imati više planova jer ne moŹemo unaprijed znati što Āe se doga Āati, no moramo biti spremni na sve situacije, govori Cvitkovi Āe najavljuje kako TZ Lošinja za sljede Āu godinu pripremaju više akcijskih protokola. “Moramo biti spremni jako brzo reagirati i brzo donositi odluke. Zato je bitna sinergija i da imamo pripremljeno više scenarija. Od kampanja, komunikacije do protokola. Sezona 2021 ne Āe biti bitno druga Āija nego ova, i dalje Āe primamo biti odmorišta destinacija i auto destinacija” naglašava Cvitkovi

Odlu Āna savjet za sve druge destinacije. Sada imamo vremena se kvalitetno pripremiti za sljede Āu godinu, te kao što i Cvitkovi ĀaŹe, puno smo pametniji nego na po Āetku krize.

“Sunce i more, outdoor, Wellness, gastronomija – nama je ovaj oblik turizma dobar, to prepoznaju i naša emitivna

tržišta, no volio bih da se više posvetimo domaćem gostu. Tu bi Država mogla Cro kartice pretvoriti u Cro vaučere, da se ne stavlja sve na teret poslodavca, nego da se u nekom ili 100% djelu sufinancira kao i u Sloveniji. Smatram da bi to bila odlična prilika za 2021, da podignemo udio domaćeg gosta, jer isti nemaju ograničenja s granicama, a domaći gost je više nego dobar gost. Također, svakako se prikaz novooboljelih s nacionalne razine treba gledati po svim regijama, čak i destinacijama. Recimo, mi smo ove godine na otoku imali nula oboljelih, dok je recimo u Rijeci bila drugačija slika. A bilo je još mnogo takvih primjera.” zaključuje Cvitković.

Trebaju nam takvi lideri. Brza reakcija, komunikacija, sinergija s terenom, proaktivnost, hrabrosti i spremnost na akciju su kvalitete koje su krasile ove godine TZ Lošinj. Još jedan dokaz kako bez obzira na loš sustav, koji svakako mora u temeljitu reformu, ljudičine razliku. Ove godine u kriznoj situaciji su se jasno vidjele sve slabosti našeg sustava, tko je se izgubio, a tko pozitivno iskoristio.

<https://hrturizam.hr/ferry-free/>

KLJUČNE RIJEČI:

AUTOR:
Goran Rihelj