



Teme: Grad Mali Lošinj, Turisti ka zajednica grada

TZG Malog Lošinja u mjeranju on line reputacije i dalje održava visokih 89% zadovoljstva gostiju

Lošinj kao otok vitalnosti brend je koji ve od 2006. godine stremi ka održivom i odgovornom turizmu. U životnom ciklusu razvoja turizma u destinaciji, niz godina Mali Lošinj bilježi...

Lošinj kao otok vitalnosti brend je koji ve od 2006. godine stremi ka održivom i odgovornom turizmu.

U životnom ciklusu razvoja turizma u destinaciji, niz godina Mali Lošinj bilježi konstantan porast u broju dolazaka i no enja. Shodno tome pove ava se i broj smještajnih kapaciteta i ugostiteljskih objekata, broj suvenirnica i izletnika te ostalih pružatelja usluga i doživljaja. S godinama se promijenio i koncept gosta, koji osim sunca i mora, želi u destinaciji doživjeti sve što ona nudi i po emu je specifi na, a sve to kroz visoku razinu kvalitete usluge.

Upravo zato, Turisti ka zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s tvrtkom Feel IQM provodi projekt Integriranog upravljanja kvalitetom u destinaciji gdje se naglašava važnost kvalitete usluga i proizvoda u destinaciji, a sve s ciljem okupljanja i povezivanja najboljih turisti kih dionika u destinaciji.

Mjerenje kvalitete kao vodilja destinacijskog upravljanja

U projektu sudjeluju dionici u razli itim kategorijama pružanja usluga u turizmu; privatni smještaj, hoteli, kampovi, turisti ke agencije, ugostiteljski objekti, prodavaonice i suvenirnice, kozmeti ki saloni, wellness centri, atrakcije i obiteljsko poljoprivredna gospodarstva. Edukacije za sve dionike, audit, primjena i poštivanje Knjige standarda, monitoring, umrežavanje i mjerenje kvalitete klju ne su odrednice projekta.

“Grad Mali Lošinj i Turisti ka zajednica duži niz godina mjere zadovoljstvo gostiju i stanovništva i poduzima sve korake kako bi ono bilo u što ve oj ravnoteži. Ovim projektom dodatno se mjeri kvaliteta usluge, odnosno on line reputacija svih dionika koji našim gostima nude razli ite usluge. U 2021. godini prikupljeno je 8.771 recenzija/komentara/osvrta na digitalnim platformama kao što su Google Maps, Booking.com, Expedia, AirBnb, TripAdvisor, Facebook ili 2.978 više nego 2020. godine.” isti e direktor Turisti ke zajednice Grada Malog Lošinja, Dalibor Cvitkovi .

U izvještaj mjerenja ušlo je 120 subjekata u turizmu s ukupnom kvalitetom od 89%.

Mjerenjem se želi obuhvatiti što ve i broj subjekata kako bi ve im uzorkom pove ali i vjerodostojnost rezultata. Zabilježeno je i pove anje odgovora na recenzije gostiju, na emu treba još više raditi i u budu nosti budu i da su upravo komentari gostiju direktni signali koji ukazuju na kvalitetu usluge destinacije navodi Cvitkovi te dodaje: “Mali Lošinj ostvario je u prvih 9 mjeseci 1.942.720 no enja što je index 85,3 u odnosu na rekordnu 2019. godinu kada nam je on line reputacija bila 89,6%. Pokazatelj je da održavamo kvalitetu u odnosu na velike brojke, posebice u glavnim mjesecima turisti ke godine, što je izazovan posao za sve turisti ke subjekte. Ovim putem estitam svima koji svojim trudom, zalaganjem, kreativnoš u i odgovornoš u doprinose kvalitetnoj ponudi destinacije i zadovoljstvu gostiju“



Ina e, sudjelovanje u projektu IQM Destination Lošinj je besplatno, a oni koji potpišu Sporazum obavezni su zadovoljiti standarde koje propisuje Knjiga standarda.

Nakon izvršenog audita, sudionici su kroz projekt podvrgnuti monitoringu kako bi voditelji, odnosno gosti mogli biti sigurni u održavanje kvalitete usluge i objekta. Na taj se na in prati razvoj kvalitete, savjetuje kako unaprijediti destinacijsku kvalitetu, ali i promi e integriranost, lokalna autohtona pri a, doma i kvalitetni proizvodi, kultura destinacije te stavlja u fokus kvaliteta i gost koji destinaciju doživljava u cijelosti.

Foto: Sandro Tariba

<https://hrturizam.hr/tzg-malog-losinja-u-mjerenju-on-line-reputacije-i-dalje-odrzava-visokih-89-zadovoljstva-gostiju/>

KLJU NE RIJE I:

iqm,mali lošinj,mjerenje kvalitete,online reputacija

AUTOR:

Goran Rihelj