

Dolina Soče

TURIZEM UP – Dolina Soče

Vpeljava standardov SLOVENIA Green & Safe ter novih orodij za varno in izboljšano izkušnjo gosta v času in po obdobju pandemije



Soča Valley

Izvajalec: Agencija za razvoj in marketing v turizmu Nea Culpa

Delovna skupina izvajalca: Neja Petek, Matic Kriter, Ambrož Potočnik

Vsebina

Vsebina	Napaka! Zaznamek ni definiran.
1 UVOD	4
2 VPELJAVA HIGIENSKIH STANDARDOV, VARNOSTI IN ZAŠČITE ZA POSAMIČNE DEJAVNOSTI	5
KAJ LAHKO STORIMO V VMESNEM ČASU?.....	6
NOVE RAZMERE, NAVADE GOSTOV IN KUPCEV	7
GREEN & SAFE ZAVEZA GOSTOM ZA VAREN ODDIH	9
STANDARDI VARNOSTI IN HIGIENE	11
Splošna priporočila za gostitelje storitev	11
Standardi v restavracijah in gostinskih lokalih	13
Obrati z nastanitvenimi enotami	14
3 PREOBLIKOVANJE IN VPELJAVA VARNIH IN SODOBNIH METOD POSLOVANJA TER OHRANJANJE GOSTOLJUBNOSTI.....	15
PRAVILA POSLOVANJA (SOP) - protokoli dobrodošlice in varnosti	15
PREGLED PROCESOV STORITVE IN IDENTIFIKACIJA TOČK NAPAK.....	16
DIGITALIZACIJA BREZSTIČNOSTI	17
4 KOMUNIKACIJA IZVAJANJA VARNOSTNIH STANDARDOV IN PROTOKOLOV IN OHRANJANJE TRŽNE VREDNOSTI	21
PREPOZNAVANJE GOSTOVIH POTREB – BREZ STIKA.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.

1 IZ NEGOTOVOSTI V NOVO GOTOVOST

Turizem je med gospodarskimi panogami, ki jih je epidemija Covida-19 najbolj prizadela. Okrevanje bo dolgotrajno in zahtevno. Trenutni čas zaprtja lahko ne glede na neugodne razmere izkoristimo za dobro pripravo, razmislek o izboljšanju naše ponudbe in »re-start« naše dejavnosti na še odgovornejših temeljih, kar zadeva odnos do naših gostov in lokalnega okolja.

Ne le pomembna, ampak nujna bo v tem času **uvedba novih standardov varnosti in higiene**, ki bodo gostom vlivali **zaupanje v prihod in rezervacijo** ter zadovoljili njihova nova pričakovanja in jim olajšali nakupne odločitve, do katerih ne prihajajo več tako samoumevno kot nekoč. Potreba po varnosti in visokih standardih čistoče je trenutno najvišje na lestvici in kaže, da bo tako ostalo še nekaj časa. Novi **standardi in procesi narekujejo tudi digitalizacijo**, ki se je v turizmu neizbežno nakazovala že prej in jo je koronavirus le še pospešil. Pojavili so se tudi **novi trendi potovanj** (več bo npr. potovanj z avtom in krajših dopustov, ki jih bodo turisti planirali v zadnjem trenutku). Zato bo ključno, kako dobro bomo pripravljeni in **kako bomo to znali komunicirati, da bodo gostje izbrali prav nas**. Vse več turistov se odloča za obisk manj obljudenih destinacij, ki ponujajo varen oddih in o tem aktivno komunicirajo.

Trenutna kriza ponuja priložnost za nov začetek in razmislek o tem, kako ob okrevanju zgraditi novo odpornost turizma. Nepričakovano smo dobili priložnost za odpravo napak iz preteklosti, bolj trajnosten in odgovornejši razvoj ter re-design ponudbe in doživetij. Z aktivnostmi, ki temeljijo na varnosti, odgovornosti in trajnosti, povečujemo našo kredibilnost pri gostih in ohranjamo našo vrednost na trgu.

Da iz krize izidemo opogumljeni in ne povsem šibki, je potrebna vzpostavitev **sistema pravil in usmeritev**, ki nam omogoča varno okolje za naše zaposlene in goste. Ključni del tega je **vpeljava novih standardov in procesov**, ki za nas in naše goste ne sme biti nekaj neprijetna, ampak mora našim gostom omogočati boljšo izkušnjo, nam pa boljši sistem dela. Vrednote, ki jih v strateških usmeritvah opredeljuje slovenski turizem (zeleno, zdravo, lokalno in trajnostno) postajajo del globalne turistične komunikacije in pričakovanj gostov iz vsega sveta.

Kako iziti iz krize in kaj potegniti iz nje?

pravila in
usmeritve



varno okolje
za zaposlene
in goste



strateška
komunikacija



ohranjena
vrednost
na trgu



standardi
in procesi



izboljšana
izkušnja
gostov



Strategija Slovenije kot turistične destinacije stremi k odličnosti in butičnosti za zahtevnejše goste (high value travellers). Potrebi po čim višji dodani vrednosti za gosta se zdaj pridružuje potreba po novih in drugačnih storitvah, povezanih s pojavom epidemije. Če se gostje prej točno vedeli, kaj pričakovati (npr. kako se prijaviti v hotel, kako uporabljati skupne prostore ali hotelsko restavracijo), je pojav Covida-19 vse to postavil na glavo. Prej veljavna merila ter standardi kakovosti izvedbe storitev so se spremenili. Tako so npr. nekateri ponudniki nastanitve podaljšali čas prijave v hotel, check-in digitalizirali, da je postal brezstičen, ali ga bolj natančno določili, da bi zmanjšali število stikov in ljudi na recepcijah. Ravno tako so se spremenili načini naročanja, strežbe in prevzema hrane v hotelskih gostinskih storitvah, kjer je sedaj manj samopostrežne ponudbe (če je, je hrana v celoti zapakirana za individualno uživanje), hkrati pa je omejen čas, ko lahko določen gost vstopi v restavracijo. Vsi ti novi postopki morajo biti jasno definirani in načrtovani, da se bo gost počutil kar najbolje in da novi protokoli ne bodo vplivali na njegovo zadovoljstvo z našo storitvijo. Če ta namreč ni opravljena tako, da bi bili gostje z njo zadovoljni, lahko o nas širijo negativne vtise namesto pozitivnih, podajajo slabe komentarje na spletnih platformah, kot je Tripadvisor, in odklonilno vplivajo na odločitev drugih turistov o obisku naše destinacije.

2 VPELJAVA HIGIENSKIH STANDARDOV, VARNOSTI IN ZAŠČITE ZA POSAMIČNE DEJAVNOSTI

Zakaj moramo zagristi v kislno jabolko standardov varnosti in higiene?

Vpeljava potovalnih standardov, še posebej certifikatov varnosti, vpliva na zaupanje gostov. Ti našim gostom predstavljajo pomemben vir informacij in zagotovilo, da bodo pri nas dobili tisto, kar iščejo. Za ponudnike ti certifikati predstavljajo obrambo pred nezaupanjem turistov in močno komunikacijsko orodje, ki nam prinaša vidnost in dodano vrednost naši ponudbi. Slovenska turistična organizacija je glede na priporočila NIJZ in v sodelovanju z zdravstveno stroko ter turističnim gospodarstvom izdala Odgovorne standarde slovenskega turizma *Slovenia Green & Safe*. Vsi ponudniki, ki izpolnjujejo pripravljene standarde, lahko v svoji komunikaciji uporabljajo nacionalni znak Green & Safe. Ta poudarja visoke higienske standarde in protokole ter trajnostna ravnanja turističnih ponudnikov in destinacij. Slovenija je bila tudi prva država, ki je prejela mednarodno potrditev in znak SAFE TRAVELS, ki ga podeljuje WTTTC, kar pomeni, da lahko slovenski ponudniki ob striktnem upoštevanju, predani skrbi za varnost in kakovost ter registraciji (prijava s pomočjo rr@slovenia.info) uporabljajo kar dva znaka, ki zagotavljata dobre standarde. Vsak ponudnik lahko razvije še lastno znamko standardov, s katero dodatno okrepi skrb za gosta, njegovo varnost in počutje. To so v lanskem letu npr. storili vsi vodilni hotelirji in hotelske verige po Evropi in svetu.

Dolina Soče je v lanskem letu uspešno izkoristila svoje konkurenčne prednosti. Z razvito ponudbo in izjemno naravo je privabila številne slovenske in tuje turiste in turistično sezono končala kot ena izmed najboljših in najbolj obiskanih slovenskih destinacij. Velika prednost Doline Soče je možnost dostopa z lastnim prevoznim sredstvom, ki po epidemiji postaja eno od najbolj priljubljenih načinov transporta. Kljub temu, da je bil upad prenočitev za 28 % manjši kot l. 2019, je bil ta manjši od pričakovanega in hkrati manjši kot v celotni Sloveniji, kjer je št. prenočitev upadlo tudi za 40 %.

Prvi gostje po prvem epidemiološkem valu na destinaciji so bili lokalni. Sledili so jim drugi slovenski gostje, ki so predstavljali tudi veliko večino obiskovalcev, še posebej na račun koriščenja turističnih bonov. Občine Bovec, Kobarid in Tolmin so bile vse med 20 slovenskimi občinami, v katerih je bilo

koriščenih največ bonov. Kljub temu, da je bil izid za destinacijo kljub epidemiji Covida-19 pozitiven, moramo v novi sezoni in tudi srednje- ter dolgoročno poskušati dvigniti raven ponudbe ter graditi ugled destinacije in zaupanju turistov, da bodo med bivanjem pri nas ostali zdravi in varni, kar lahko dosežemo z vpeljavo standardov varnosti in higiene, kot je znak Green & Safe, ki ga upravlja Slovenska turistična organizacija, ali vpeljavo lastnih znakov varnosti.

Turisti nove razmere dojemajo različno. Nekateri so glede celotne situacije in varnosti indiferentni, drugi so postali previdni in iščejo zagotovilo, da bodo med bivanjem varni. Raziskovalna družba Valicon je v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo pripravila segmentacijo na podlagi novih potovalnih navad in zaznanega strahu pred novimi potovanji:

Mark

Neprevidni gost

Tretjina turistov nove realnosti ne dojema kot velike grožnje, zato se njihove potovalne navade niso bistveno spremenile. Njihova potrošnja temelji na povpraševanju po klasičnih storitvah in produktih na destinaciji z manj ali nič omejitvami, zato za goste, kot je Mark znatne prilagoditve celo niso potrebne.

Mojca

Finančno previdni gost

Četrtnina gostov je postala finančno bolj previdna, kar posledično pomeni nižjo potrošnjo. Turisti v tem segmentu se bodo odločili za optimizacijo njihovega oddiha ali varčnost oz. nižjo potrošnjo. Nujno je, da razumemo njihovo situacijo in se ji skušamo čim bolj prilagoditi.

Janez

Zdravstveno previdni gost

Več kot 40 % turistov v lanskem letu ni namenila denarja za dopust, saj je najbolj prestrašena glede nove situacije. Želijo si nazaj, a so spremenili svoje potovalne preference in iskane attribute na destinaciji. Potrebno jih je opazovati in z njimi vzpostaviti komunikacijo o tem, da je naša destinacija varna, kar moramo tudi zagotoviti.

KAJ LAHKO STORIMO V VMESNEM ČASU?

Po prvem valu epidemije so se v turizmu pojavili novi trendi. Povečala se je rast domačega turizma, kar so dobro izkoristile destinacije, kot je Dolina Soče. Pokazal se je pomen domačih turistov, ki so ponovno pričeli potovati po Sloveniji in odkrivati njene manj obiskane kraje. Velja tudi obratno: nekatere destinacije, ki prej tržno komunikacije niso usmerjale v slovenske turiste, so imele nato v poletni sezoni velike težave zaradi slabega obiska slovenskih gostov. V trenutnih razmerah in srednjeročno je ključno, da slovenske turiste opredelimo kot pomemben segment in okrepiamo komunikacijo z njimi.

V vmesnem času so se zmanjšale investicije v turizem. Pojavila se je potreba po aktivni turistični politiki, nujne pa so postale tudi nekatere strukturne spremembe v turistični ponudbi. Kljub nižjim

prihodkom lahko že manjše investicije ali razvojni premiki v turistični infrastrukturi in nadgradnji ponudbe pozitivno vplivajo na naše goste, ki si bodo želeli priti na destinacijo in doživeti novo ponudbo. Trenutni manjši obseg dela nam daje priložnost, da poglobimo sodelovanje z lokalno turistično organizacijo in skupaj razmislimo o možnostih nadaljnjega razvoja ter poiščemo nove (evropske) vire financiranja. Prav tako je sedaj pravi čas, da naše osebe dodatno usposobimo z znanji in veščinami, ki so trenutno šibkejši.

Pojav epidemije je poudaril pomen digitalizacije v operativi in komunikaciji. Čas priprave na ponovni zagon sektorja je idealen za pregled obstoječih komunikacijskih kanalov in njihovo osvežitev. Čeprav gostje niso fizično prisotni na destinaciji, to ne pomeni, da lahko opustimo komunikacijo z njimi. Velja ravno obratno, komunikacijo moramo še okrepiti, da okrepimo njihovo zmanjšano zaupanje.

V času, ko se turistični sektor pripravlja na ponovni zagon, imamo priložnost, da razmislimo, kako lahko nadgradimo našo ponudbo z vidika varnosti in hkrati postanemo bolj inovativni, trajnostni in osebni/personalizirani. Trajnost postaja čedalje bolj pomemben dejavnik odločitve turistov za obisk posamezne destinacije. Vmesni čas zato izkoristimo za posodobitev vseh možnih elementov ponudbe, da bo tako še bolj privlačna in dostopna za turista. V vseh fazah nadgradnje in sprememb naj nas vodi tudi zelena in trajnostna misel:

- VARNOST IN NOVI STANDARDI ČISTOČE:
 - o Uporaba ekoloških sanitetnih materialov in čistil, uporaba ekoloških/recikliranih rešitev pri embalaži in pakiranju hrane, brezpapirno poslovanje, kjer je možno, principi zero waste managementa in zmanjšanje odpadkov, zmanjševanje plastike za enkratno uporabo, vzpostavitev okolju prijaznih virov energije, ...
- DIGITALIZACIJA
 - o Brezpapirno poslovanje, zmanjševanje plastike za enkratno uporabo in OVO zaščitnih sredstev.
- KOMUNIKACIJA
 - o Aktivno in privlačno vključevanje gostov v trajnostna ravnanja, sodelovanje in okrepitev vezi z lokalnimi pridelovalci, proizvajalci in predelovalci, ...

NOVE RAZMERE, NAVADE GOSTOV IN KUPCEV

V novih razmerah sta postala ključna zaupanje gostov - njihova pomiritev in zagotovitev, da so pri nas popolnoma varni - ter naša prilagodljivost novim razmeram in željam gostov.

Varnost in čistoča

Gostje so postali občutljivi in pozorni na vse, kar je povezano z zdravjem, varnostjo in higieno. Protokoli varnosti tako postajajo konkurenčna prednost in nakupna zahteva.

Strah pred množicami

Družbeno distanciranje in omejitve gibanja so nas pripeljali do nezavednega strahu drug pred drugim. To vpliva na gostov odnos z množico in na njegov občutek udobja ter varnosti. Turisti so npr. pričeli iskati destinacije, ki so manj obljudene.

Elektronsko poslovanje in nove nakupne navade

Hitro se širijo storitve spletnega nakupovanja in druženja, kar moramo upoštevati tudi pri razvoju naših produktov in storitev.

Digitalizacija

Digitalna preobrazba prinaša večjo ponudbo izdelkov in storitev prek spleta. Delo od doma in spletna srečanja vplivajo tudi na turistično gospodarstvo. Čedalje večja je ponudba digitalnih vsebin na zahtevo (digital on demand) in personalizacija ponudbe. Uvajajo se novi sistemi brezgotovinskega in brezstičnega poslovanja.

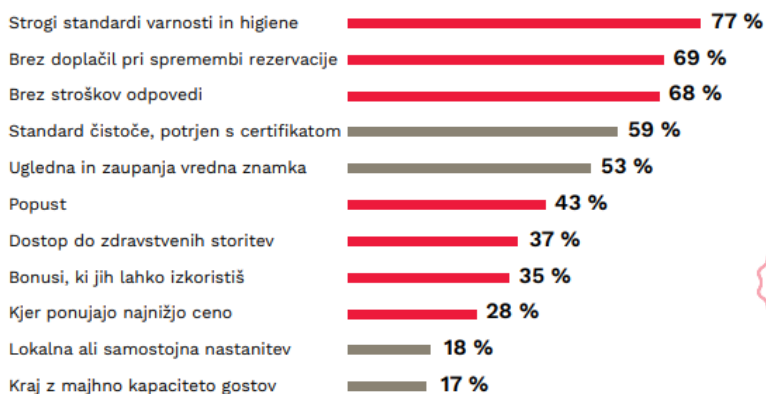
Raziskave kažejo, da trenutno strah premaguje željo po potovanjih. Raziskava o vplivu Covida-19 na obnašanje turistov, ki jo je pripravil Bloom Consulting, ugotavlja, da skoraj dve tretjini anketirancev kot glavni razlog, zakaj ne potujejo, navajajo občutek tveganja in strahu. 15 % anketirancev ne potuje zaradi primanjkljaja dohodka, 9 % pa potovanj ne planira.

Pričakovanja gostov še naprej odražajo negotovost zaradi epidemije Covida-19. Ne glede na motiv prihoda (naj bo to prosti čas ali poslovno potovanje), gostje pričakujejo troje:

- **Prilagodljivost gostitelja.** Gostje pričakujejo več fleksibilnosti glede ponudb gostiteljev (možnost odpovedi rezervacije, predstavitev prihoda gosta ali rezervacija brez obveznosti do 24 ur pred prihodom), saj je negotovost potovanj še vedno zelo visoka.
- **Zaščitne in varnostne ukrepe.** Visoki standardi zaščite in varnosti so trenutno za gosta najpomembnejši dejavnik odločitve za izbiro destinacije. Pričakovanja se nanašajo tako na zaščito gostov kot tudi osebja in zagotavljanje ustrezne distance. Raziskave kažejo, da bi 80 % gostov izbralo nastanitev, ki je pridobila certifikat varnosti (kot je npr. Slovenia Green & Safe).
- **Dodatno ponudbo izkušenj znotraj nastanitve.** Varnost in višja kakovost postajata novi standard ponudbe. Turisti se izogibajo hotelov, ki zapirajo dele svojih objektov (npr. bazene) in hkrati pričakujejo novo ter izboljšano ponudbo, ki nadomešča zaprte dele (npr. dodatna ponudba streženih jedi v hotelski restavraciji, če je onemogočen samopostrežni zajtrk). Spoštovanje distance je ključnega pomena, vendar se kljub temu izogibajo praznim prostorom brez življenja.

Ukrepi varnosti in zaščite ter prilagodljivost pri rezervaciji so glavno merilo pri izbiri nastanitve

% ZELO POMEMBNO



Strogi standardi varnosti in higiene ter prilagodljivost pri rezervacijah in odpovedih so glavno merilo za goste.

Skoraj 60 % vprašanih meni, da je **certifikat čistoče** zelo pomemben. To je celo ključna točka za razlikovanje med nastanitvami (90 % bi prej izbralo certificirane nastanitve).

Vir: raziskava med 9.500 gosti v hotelih Accor srednje in vzhodne Evrope

Kot ugotavljajo v hotelih Accor v raziskavi med 9.500 turisti v hotelih Srednje in Vzhodne Evrope, so glavno merilo pri izbiri nastanitve natančni varnostni in zaščitni standardi. Prav tako se bodo turisti prej odločili na rezervacijo nastanitve, če bodo imeli na voljo možnost brezplačne spremembe datuma rezervacije in odpovedi potovanja. Pri izbiri so jim pomembni tudi certifikati, ki potrjujejo standarde čistoče (kar 90 % anketirancev bi prej izbralo certificirane nastanitve) in ugledna ter zaupanja vredna znamka.

Strogi standardi varnosti in higiene ter prilagodljivost pri rezervacijah in odpovedih so glavno merilo za goste ne glede na to, ali gre za poslovno ali pristočasno potovanje, ali gre za domače ali mednarodne goste, ali rezervirajo eko ali luksuzno namestitev in tudi ne glede na to, ali gre za mlajše ali starejše turiste. Rezultati ankete kažejo tudi na to, da nižanje cen ni smiselno, saj bi ukrep vplival na manj kot polovico gostov.

Ocena hotela še vedno ostaja drugi najpomembnejši dejavnik pri odločitvi za rezervacijo takoj za ceno nastanitve. Kar 81 % turistov zelo pogosto ali vedno bere ocene na spletnih rezervacijskih sistemih, preden rezervira neko nastanitev. Skoraj 8 od 10 uporabnikov spletnega mesta TripAdvisor pogosteje rezervira hotel z višjo oceno, če mora izbirati med dvema enakima nastanitvama, več kot polovica anketirancev pa se strinja, da hotela brez mnenj ne bi nikoli rezervirali. Kar tretjina vseh potnikov izbira samo nastanitve, ki imajo višje ocene (4/5 ali več), a je zanje tudi pripravljena plačati več.

GREEN & SAFE ZAVEZA GOSTOM ZA VAREN ODDIH

V času ponovne vzpostavitve turističnih tokov po epidemiji Covida-19, bo uspešnost ponudnikov in destinacij odvisna od zaupanja gostov, ki morajo že v komunikaciji in obljubi dobiti potrditev, da med bivanjem pri nas ne ogrožajo svojega zdravja in varnosti. Slovenska turistična organizacija zaupanje v znamko ifeelsLOVEnia ohranja in povečuje z odgovornimi potovalnimi standardi v turizmu, ki so združeni v znak Green & Safe. Ta poudarja visoke higienske standarde in protokole ter trajnostna priporočila za turistične ponudnike in destinacije. V priložniškem priročniku za odgovorno, varno in trajnostno poslovanje ponudnikov in destinacij so združeni:

- **higienski standardi**, ukrepi in priporočila za turistično panogo, ki jih je pripravil Nacionalni inštitut za javno zdravje,
- **priložnosti**, ki jih lahko izkoristimo v novem času kot zelena, aktivna in zdrava destinacija,
- **komunikacijska orodja**, ki izpostavljajo ključne vsebine za nadaljnjo komunikacijo.

Green & Safe zaveza gostom za varen oddih



- ✓ Vzpostavljene **visoke higijenske zahteve in priporočila za varovanje zdravja**
- ✓ Smo **ena od najbolj varnih držav na svetu**
- ✓ Trajnostna prihodnost: Slovenija ima naziv Green Destination, **Dolina Soče pa je Green Destination Gold**
- ✓ Radi živimo aktivno, zdravo in zeleno, Kranj zavzema kar 66% površine gozda
- ✓ Prisegamo na **butična in edinstvena doživetja**

Slovenija mora kot turistična destinacija izkoristiti svojo trenutno pozicijo in ugled. V prihodnje bo naša konkurenčna prednost, da si prizadevamo za trajnostno delovanje in odgovorno ravnanje do narave, da smo prva celostno ocenjena država na področju trajnosti v turizmu na svetu in da že upoštevamo visoke higijenske standarde ter se zavezuje k ustvarjanju pogojev za varen oddih. Vpeljava in uporaba znaka Green & Safe turistom zagotavlja, da smo zeleni, trajnostni in varni ter krepimo našo pozicijo na trgu. Znak dodajamo že obstoječim načinom komuniciranja in ga uporabljamo vedno, ko izpostavljamo vsebine, povezane z varnostjo (higienski standardi in protokoli) in trajnostjo v turizmu.

Kako?

Znak odgovornih potovalnih standardov Green & Safe umestimo na lastno spletno stran. Na njej prav tako vzpostavimo povezavo do spletne strani [5 zelenih in varnih razlogov za mojo izbiro Slovenije](#), ki ponuja predstavljene vsebine v sedmih jezikih. Uporabljamo komunikacijske namige, ki jih STO predlaga v Priročniku odgovornih potovalnih standardov ali na njihovi osnovi ustvarjamo lastne vsebine. Naše lokacije opremimo z opozorili za ustrezno higijensko ravnanje in gostom pred prihodom in ob prihodu na destinacijo podamo ključne napotke za varno bivanje. Edini pogoj za uporabo rešitev, ki so dostopne na povezavah strani STO, je spoštovanje higijenskih priporočil, standardov in ukrepov Nacionalnega inštituta za javno zdravje.

Potovalni standardi slovenskega turizma in znamka Green & Safe pomenijo dvig ugleda na nacionalnem nivoju. Slovenija je med prvimi državami na svetu pridobila znak Safe Travels (varna potovanja), ki ga podeljuje Svetovni potovalni in turistični svet (WTTC) in je nastal v sodelovanju s številnimi vodilnimi hotelskimi verigami in ostalimi partnerji. Ta potrjuje, da so slovenski zdravstveni in higijenski standardi, vključeni v znak Odgovorni potovalni standardi slovenskega turizma Green & Safe, skladni s standardiziranimi globalnimi higijenskimi protokoli varnih potovanj. Ponudnik lahko ob presoji in potrditvi Slovenske turistične organizacije, da je za to primeren, pridobi tudi certifikat SAFE TRAVELS, ki ga podeljuje WTTC (World Tourism and Travel Council). Ponudnik pošlje predlog na rr@slovenia.info, izpolni nekaj dodatnih kriterijev in se zaveže k izpolnjevanju standardov.

Možnosti nadgradnje v Dolini Soče



Grajenje močne skupnosti ponudnikov



Informacijski center za obiskovalce o varnosti



Vpeljava skupnega klicnega centra za zdravstveni posvet



Priprava protokola za primer okuženih gostov na destinaciji



Prilagoditev ponudbe



Strateško komuniciranje z lokalno skupnostjo

Dolina Soče kot destinacija lahko s sodelovanjem in skupnim nastopom na trgu še okrepi pozicijo in izkoristi svoje konkurenčne prednosti v času med in po epidemiji. Da bi dosegli ponovno zaupanje gostov, lahko tako destinacija Dolina Soče kot ponudniki:

- okrepimo skupnost ponudnikov storitev v turizmu,
- prilagodimo ponudbo, da bo ta ustrezala željam gostov, a hkrati dosegala visoke standarde varnosti,
- vzpostavimo informacijski center za obiskovalce o varnosti,
- vpeljemo skupni klicni center za zdravstveni posvet,
- pripravimo protokole za primer okuženih gostov na destinaciji,
- strateško komuniciramo navznoter in navzven.

Pri tem je ključno, da ukrepov ne dojemamo kot obvezo, ampak izziv, priložnost in skupno poslanstvo.

STANDARDI VARNOSTI IN HIGIENE

Poleg skrbi za gosta je najbolj pomembno, da skrbimo za zdravje in varnost svojih zaposlenih. Brez varnega in stimulativnega okolja za naše zaposlene ne bomo mogli doseči njihovega zadovoljstva, kar bo posledično vplivalo na odnos naših zaposlenih do gostov.

Ključno je redno in temeljito izobraževanje zaposlenih, opozarjanje na navodila vsakič, ko opazimo napako. Našim zaposlenim zagotovimo ustrezna delovna sredstva in osebno varovalno opremo.

Splošna priporočila za gostitelje storitev

- **Dela samo zdravo osebje, brez simptomov ali znakov akutne okužbe dihal** (povišana telesna temperatura, kašelj, izcedek iz nosu, kihanje, bolečine v žrelu, težko dihanje, bolečine v prsih ...).
- Izvajalci dejavnosti in storitev **sledimo priporočilom in izvajamo ukrepe, ki so smiselni za vrsto in obseg dejavnosti**, katere nosilci smo.

- **Osebjje naj bo redno seznanjeno z načinom izvajanja zaščitnih ukrepov, zaščitnim delovanjem ter planom čiščenja za površine in prostore.**
- Osebjje naj ves čas zagotavlja **zadostno medosebno razdaljo, med izvajanjem gostinske dejavnosti pa največjo možno razdaljo.**
- **Stik med osebjem in gosti naj bo čim manjši** (svetujemo uvedbo rezervacij ter brezstičnega plačevanja ali brezstičnega naročanja hrane in pijače).

Naredimo plan čiščenja. Pripravimo enostavna, a natančna navodila za vse zaposlene. Plan čiščenja površin naj bo pripravljen ob določenih urah v dnevu. Z zaposlenimi vsak dan pred in po izmeni opravimo briefing. Upoštevamo zlata pravila brifinga: smo kratki, učinkoviti in jasni. Briefing naj bo kratek (ne več kot 5 minut). Svoje zaposlene pohvalimo, izpostavimo pomanjkljivosti in jih motiviramo za nadaljnje delo.

- Za stalno seznanjanje z ukrepi tako osebjja kot gostov svetujemo, da so **kratka navodila za preventivno zaščitno ravnanje** (po potrebi v več jezikih) nameščena na vidnih mestih, vedno pa ob ali po vstopu v objekte / kampe / postajališča / različne objekte zdravilišča.
- **Izvajalec storitve naj zagotavlja namestitve podajalnikov za razkužilo.**
- **Delovna oblačila in tekstil (krpe, prti) naj bodo iz materiala, ki se lahko pere na najmanj 60 °C**, v kolikor to ni možno, naj se **med pranjem doda sredstvo za dezinfekcijo perila** (npr. belilno sredstvo na osnovi natrijevega hipoklorita ali drugo sredstvo za tekstil s podobnim učinkom).
- Za osebjje uporabo zaščitne opreme ali fizične zaščite delovnega mesta opredeli specialist medicine dela.

Za turistične aktivnosti na prostem, vključno z vodnimi in podvodnimi aktivnostmi ter jamskim svetom, naj izvajalci storitev sledijo priporočilom in izvajajo ukrepe, ki so smiselni za vrsto in obseg dejavnosti, katere nosilci so.

Med kritične točke dejavnosti sodijo:

sprejem gostov, zagotavljanje zadostne medosebne razdalje ves čas aktivnosti, prevozi, aktivnosti v zaprtih prostorih, razkuževanje in čiščenje stičnih površin, razkuževanje in čiščenje opreme za izvajanje aktivnosti, zagotavljanje prehrane med aktivnostjo, uporaba sanitarij, plačilo aktivnosti.

- Storitve turistično-gostinske dejavnosti naj koristijo samo, če so **zdravi, brez znakov in simptomov akutne okužbe dihal** (kot so na primer nahod, slabo počutje, bolečine v mišicah, povišana telesna temperatura, kašelj), **ali če v zadnjih 14 dneh niso bili v kontaktu z osebo z znaki COVID-19.**
- Pri gibanju in zadrževanju na zaprtem kraju, kjer je več ljudi, je ob upoštevanju **ohranjanja zadostne medosebne razdalje priporočljiva tudi uporaba obrazne maske**. V zaprtih prostorih restavracij oz. gostinskih lokalov je npr. pri prihodu do mize, odhodu od mize ter pri uporabi sanitarij priporočljiva uporaba obrazne maske ali druge oblike zaščite ustnega in nosnega predela, ki si jo gostje zatem varno snamejo.
- **Dosledno naj upoštevajo navodila osebjja glede zagotavljanja zadostne medosebne razdalje in hišni red glede na dejavnost**, kot npr. odlaganje torb in garderobe, način naročanja hrane in pijače, uporabe jedilnega pribora in posode, uporaba sanitarij in skupnih prostorov, plačevanje storitev, odlaganje odpadkov, režim kampiranja oziroma uporaba postajališča.
- **Omejujejo naj številčna druženja, dosledno naj upoštevajo načela zadostne medosebne razdalje**. V restavracijah in gostinskih lokalih naj se omejuje številčna omizja, med osebami za isto mizo naj bo zadostna medosebna razdalja, razen v primeru družinskih članov oz. članov istega gospodinjstva.

- **Upoštevajo naj higieno kašlja.** Z rokami naj se ne dotikajo obraza, zlasti ne ust, nosu in oči.

Standardi v restavracijah in gostinskih lokalih

Kuhinja:

- Striktno upoštevamo **Pravilnik o zdravstvenih zahtevah za osebe, ki pri delu prihajajo v stik z živili (Ur.I.RS št.82/03 in 25/09)**. Poleg ostalih določil navedenega pravilnika upoštevamo pravilo, da osebje **ne dela, če so bili v stiku z bolnikom, obolelim s COVID-19 v zadnjih 14 dneh ali če prebolevajo akutno okužbo dihal.**
- Zagotavljamo skladnost z **Uredbo 852/2004 o higieni živil.**

Jedilnica, terasa in letni vrt:

- V prostorih za goste naj bo nameščenih več **podajalnikov za razkužilo za goste, obvezno pa ob vhodu in izhodu.**
- Vzpostavimo **ločen vhod in izhod.**
- **Razporedimo mize,** tako da vzdržujemo medosebno razdaljo (pleksi omejevalniki).
- **Odstranimo predmete,** ki bi se jih lahko dotikalo več gostov.
- **Odstranimo samopostrežne načine ponudbe.** V kolikor je vseeno prisotna, **vse nudi strežno osebje.**
- Jedilni pribor naj bo **pripravljen za posameznega gosta** in naj mu bo postrežen na način, ki **onemogoča nezaščiten stik in morebitno onesnaženje.**
- **Preprečujemo zbiranje gostov ob čakanju na storitev** (oznake na tleh, predhodna rezervacija).
- Uporabljeni jedilni pribor in posodo **čistimo z uporabo rokavic, detergenta za posodo, ki ga tudi sicer uporabljamo, in vroče vode ali pomivalnega stroja.**
- **Po vsakem gostu** dosledno **razkužimo površino mize,** po potrebi pa tudi druge površine, ki se jih gosti pogosto dotikajo. **Odsvetujemo uporabo namiznih prtov.**
- **Odsvetujemo uporabo blazin za stole.**
- Poteka naj **redno razkuževanje površine blagajne, blagajniškega pulta in terminala POS** po vsaki uporabi ter **umivanje ali razkuževanje rok.**
- **Čiščenje lokala z vso opremo poteka vsaj 1 x dnevno,** skladno z Navodili za čiščenje in razkuževanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.
- Zaprte prostore **redno zračimo** skladno z Navodili za prezračevanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.

Sanitarije:

- **Gostje naj sanitarije uporabljajo posamično** oziroma glede na velikost in razporeditev prostorov tako, da je **omogočeno zagotavljanje zadostne medosebne razdalje.** Gostu morajo biti na razpolago **tekoča voda, milo in papirnate brisače za enkratno uporabo. Sušilnik za roke mora biti izključen. Koši za smeti za osebne odpadke naj imajo pokrove, po možnosti s sistemom za nožno dvigovanje pokrovov.**
- V sanitarijah je **priporočljiva uporaba obrazne maske.**

- Izvajalci storitev naj zagotovijo **redno in učinkovito zračenje sanitarij**. V primeru mehanskega prezračevanja naj se zrak izmenja le s svežim zunanjim zrakom, brez recirkulacije zraka, skladno z Navodili za čiščenje in razkuževanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.
- Izvajalci storitev naj zagotovijo **čiščenje in razkuževanje sanitarij vsaj vsako uro oziroma prilagojeno frekvenci obiskov**. Svetujemo, da se pri čiščenju in razkuževanju sanitarij v času novega koronavirusa (SARS-CoV-2) upošteva že ustaljene postopke čiščenja sanitarij in Higijenska navodila za uporabo in čiščenje javnih sanitarij v času širjenja bolezni COVID-19.

Obrati z nastanitvenimi enotami

(hoteli, apartmaji, zasebne sobe, stanovanja, turistične kmetije z nastanitvijo, planinske kočice ...)

Recepcija:

- Na recepciji naj gostje **ohranjajo zadostno medsebojno razdaljo**, za čakajoče naj se uvedejo **talne oznake gibanja ali količki** z omejevalnimi prehodi.
- Sprejem in odjava gostov naj **se po možnosti izvajata ločeno** (drugo delovno mesto).
- Svetujemo, da so gostom na voljo **sredstva za razkuževanje in obrazne maske**.
- Roke si je potrebno **razkužiti pred in po dotikanju predmetov, s katerimi rokuje več oseb**. Za goste naj bo na voljo **ločen pisalni pribor, ki se razkuži za vsakim gostom**.
- Izvajalci storitev naj promocijske materiale ponudijo gostom **le na njihovo željo**.
- Po vsakem gostu naj se **razkužijo površine, ki se jih je dotikal**.
- **Zaprti prostori recepcije naj se redno in pogosto zračijo**, skladno z Navodili za prezračevanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.

Jedilnica, zajtrkovalnica, barr, lobby lounge

- Veljajo **higijska priporočila, ki se uporabljajo v restavracijah in gostinskih lokalih**.
- V hotelih **vzpodbujamo postrežbo v sobah, zamenjavo obrokov za lunch box ter določeno časovnico obedovanja v jedilnici**.

Nastanitvene enote (soba)

- V nastanitvenih enotah z **več posteljami so lahko le gosti iz istega gospodinjstva ali gosti, ki potujejo skupaj** in so že sicer v tesnem stiku.
- **Tekstilni dekorativni elementi na oblazinjenem pohištvi in postelji se odstranijo** (blazine, trakovi, posteljna pregrinjala...).
- Pred oddajo nastanitvene enote mora biti ta **očiščena in razkužena** smiselno po Navodilih za čiščenje in razkuževanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.
- V primeru večdnevnega bivanja gosta v nastanitveni enoti je možno, da **osebje dnevno čiščenje opravi le, če gost to izrecno želi**.
- Pri čiščenju več nastanitvenih enot je treba biti **pozoren na možnost prenosa virusa z onesnaženimi oblačili ali zaščitno opremo osebja iz ene nastanitvene enote v drugo**.
- Svetujemo, da postopke čiščenja prilagodite na način, da bo tak prenos onemogočen (npr. uporaba zaščitnih oblek/predpasnikov za enkratno uporabo, vsakokratna menjava zaščitnih oblek, ipd.).
- Poseben poudarek mora osebje zagotavljati **čiščenju in razkuževanju predmetov, ki se jih dotakne veliko število rok** (npr. stopniščna ograja, stikala, ročaji, držaji, kljuke, tipke v dvigalu).
- **Prostori naj bodo redno prezračeni**, skladno z Navodili za prezračevanje prostorov izven zdravstvenih ustanov.

10 najpogostejših površin dotika v sobi

POSEBNA POZORNOST PRI RAZKUŽEVANJU.



Vir: Povzeto po Hilton CleanStay

1. STIKALA IN SVETILA

Luči, svetilke in stikala.

2. KLJUKE IN ROČAJI

Vrata, omare, predali, pohištveni ročajji.

3. KOPALNIŠKE POVRŠINE

WC školjka, kotliček, ročajji, pipe, umivalnik, tuš/kad.

4. NADZORNE PLOŠČE

KLIMATSKIH NAPRAV

5. TELEFONI, DALJINSKI

UPRAVLJALNIKI

Telefonske slušalke in tipke, daljinec za TV.

6. POSTELJA & POSTELJINA

Posteljina, odeje, prevleke za blazine in rjuhe.

7. KOPALNIŠKA OPREMA

Milniki, toaletne potrebščine in sušilnik za lase.

8. POVRŠINA OPREME

Mize, pisalne mize in nočne omarice.

9. DODATNA OPREMA V

SOBI

Likalnik in sef.

10. HRANA IN PIJAČA V

SOBI

Jedilni pribor, kozarci, mini bar/hladilnik, grelnik vode ip.

3 PREOBLIKOVANJE IN VPELJAVA VARNIH IN SODOBNIH METOD POSLOVANJA TER OHRANJANJE GOSTOLJUBNOSTI

Epidemija Covida-19 je pospešila uvedbo mobilne tehnologije, ki zmanjša potrebo po fizični interakciji v hotelih. Prijava (check-in) ter storitve sporočanja in naročanja preko mobitela so bili v porastu že prej, med epidemijo pa so doživeli še hitrejši razvoj. S tem, ko se je v družbi povečala uporaba mobilnih naprav, je industrija gostoljubja na nov trend odgovorila z vzpostavitvijo mobilnih sistemov. A ta tehnologija ni nikoli bila namenjena temu, da zamenja človeški stik, saj brez njega ni pravega gostoljubja. Nove mobilne rešitve so bile narejene, da bi zvišale raven gostove izkušnje in izboljšale potek dela (workflow) na administrativnih točkah.

Pojav epidemije Covida-19 je spodbudil razvoj tehnologije in brezstičnega poslovanja, saj se je v turizmu pojavila potreba po fizični distanci ter hitrejših postopkih prijave in odjave, omejevanju nenujnih stikov skrajšanju vrst na recepcijah, gneče v restavracijah ipd. Da bi zmanjšali fizični stik z gostom in med njimi, je potrebno razmišljati o novih rešitvah operativnega procesa pri delu v hotelu.

PRAVILA POSLOVANJA (SOP) - protokoli dobrodošlice in varnosti

V času, ko se pripravljamo na ponovni zagon dejavnosti, pripravimo protokole dobrodošlice in kontrolne dokumente, ki nam pomagajo pri pripravi na novo obdobje. Da bo nov operativni proces potekal čim bolj učinkovito, pripravimo:

- **Dokument priprave na ponovno odprtje** (v njem so povzeti različni kontrolni sezname in postopki, ki jih morajo izvajati direktor in ekipa za učinkovito ponovno odprtje. Cilj dokumenta je, da predvidimo in natančno organiziramo vse aktivnosti, da bo ponovno odprtje potekalo čim

bolj tekoče. Dokument predvidi odgovorne osebe, ki bodo spremljale nove standarde in pravila ter nadzor nad njimi)

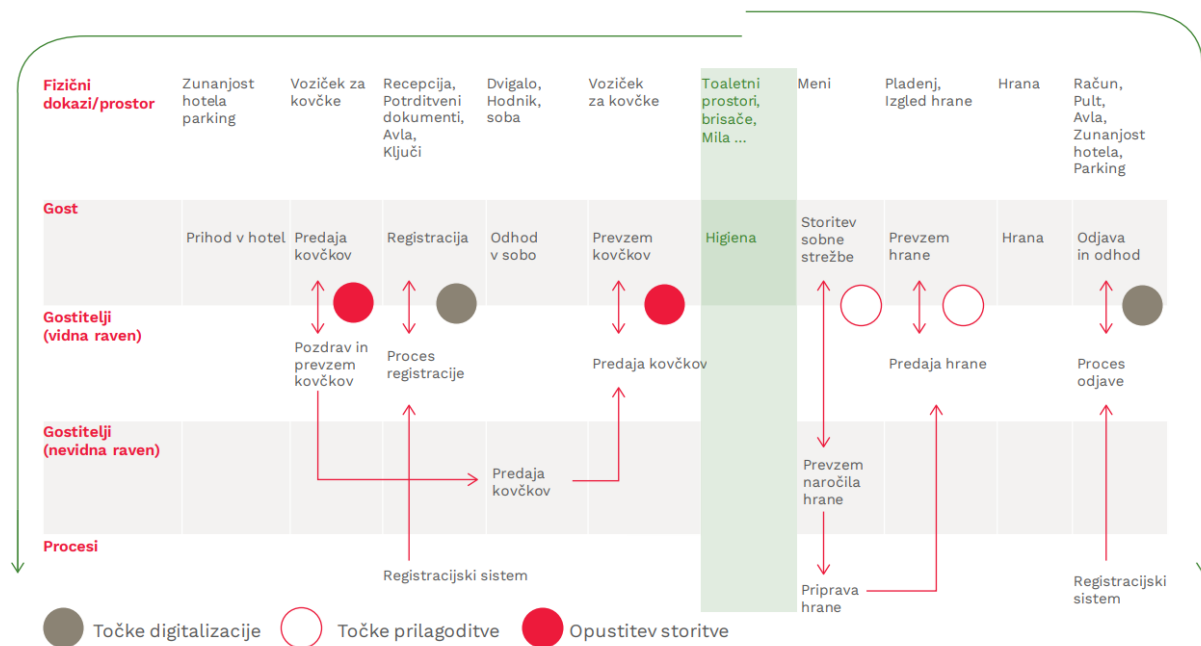
- **Protokol dobrodošlice in varnosti** (ta zagotavlja varnost in dobro počutje vseh naših gostov in zaposlenih. Protokoli upoštevajo navodila vladnih in zdravstvenih organov, ki naj bodo osnova. Stremimo k še višjim standardom varnosti; protokoli in ukrepi naj temeljijo na lastnem znanju, izkušnjah, vpeljavah varnosti/čistoče/kakovosti storitev, zato pri njihovi pripravi vključimo tudi naše zaposlene)
- **Kanale komuniciranja** (pripravimo načrt redne interne komunikacije in briefingov z zaposlenimi. Vsebine razdelimo po temah: nabava, tveganje, komunikacija. Pripravimo tudi načrt komunikacije z gosti – preko katerih kanalov in kako bomo komunicirali varnost v našem podjetju).

PREGLED PROCESOV STORITVE IN IDENTIFIKACIJA TOČK STIKA

Da bi omogočili kar največjo možno stopnjo standardizacije in čim bolj tekoč potek naše storitve, si lahko pomagamo s pripravo načrta storitve (Service blueprint - SB). S pomočjo grafičnega shematskega pregleda identificiramo vse aktivnosti in korake, ki jih opravijo gosti in gostitelji na vidni in nevidni ravni (vidna raven pomeni vse aktivnosti, ki jih naš gost vidi, nevidno raven pa predstavljajo vse aktivnosti, ki so gostom nevidne). Fizični dokazi so v storitvah zelo pomembni, saj je glavna značilnost storitev ravno njihova neoprijemljivost, kar kompenziramo s fizičnimi dokazi. S puščicami na shemi označimo potek procesov. Načrt storitve je v osnovi namenjen identifikaciji točk stika, ki jih skušamo nadgraditi tako, da dopolnimo protokole in sisteme izvajanja storitve. SB je pomemben tudi zato, da zaposleni znajo ločiti med tehničnim delom, torej dogajanjem 'izza odra' in 'dogajanjem na odru'. Prav tako opredeli naloge zaposlenih kot tudi interakcijske točke z gosti. S pomočjo SB ponudnik spremlja uspešnost obstoječe storitve in lažje postavi nove cilje, saj s pomočjo sheme dobi globlji vpogled v storitev. Prav tako lahko s pomočjo SB podjetje razvije rutinsko vedenje, s tem ko opredeli možne točke stika, določi preventivne ukrepe, opredeli natančen potek storitve in poskuša doseči stopnjo standardizacije.

SB nam lahko pomaga pri identifikaciji kritičnih točk stika z gostom in določanjem novih ukrepov v času po epidemiji. **Pri vseh točkah stika med gostom in ponudnikom je potrebno razmisliti, katere aktivnosti je možno digitalizirati in tako omejiti število fizičnih stikov, katere aktivnosti oz. ponudbo začasno ukiniti, saj povzroča preveliko zdravstveno tveganje, in katere aktivnosti prilagoditi na način, da bodo potekale čim bolj nemoteno, a hkrati na varen način.** V času po epidemiji je najpomembnejša higiena prostorov in zato nam načrt storitve lahko pomaga identificirati vse fizične dokaze, ki zahtevajo še posebno pozornost pri dezinfekciji.

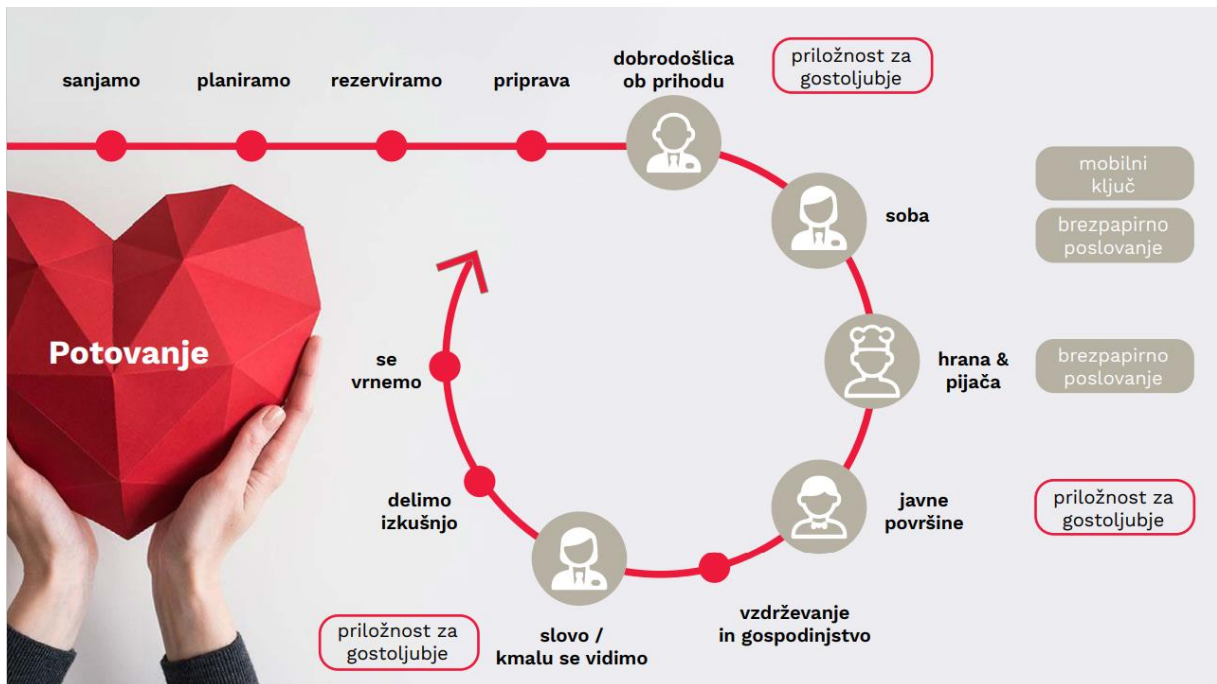
Primer načrta storitve hotela:



DIGITALIZACIJA IN BREZSTIČNOST POSLOVANJA

Poleg novih pravil poslovanja, protokolov dobrodošlice in zagotavljanja varnosti, ki jo potrjujemo z mednarodnimi, nacionalnimi, lokalnimi in/ali lastnimi certifikati lahko **v novem obdobju vpeljemo digitalne in brezstične rešitve od gostovega prihoda, dostopa do sobe, plačila, naročanja hrane in odhoda.**

Digitalizacija in vpeljava brezstičnega poslovanja prinaša možnost, da odkrijemo nove dimenzije gostoljubnosti in personaliziramo ponudbo za naše goste. Pri tem nas čaka izziv, kako doseči, da se gost kljub temu, da ga zaradi uporabe brezstične tehnologije morda ne bomo srečali tolikokrat oz. na isti način, ne bo počutil odtujeno. **Priložnosti, da pokažemo gostoljubje, se pojavijo ob njegovem prihodu, vedno ko ga srečamo na vseh javnih površinah nastanitve in ob njegovem slovesu.** Digitalizacija omejuje fizični stik z gostom, zato moramo z njim vzpostaviti drugačen stik in tipične poti.



Shema prikazuje spremembe poslovanja v podjetju Accor, strokovnjakov na področju gostoljubja v turizmu. Nove razmere so privedle do sprememb v poslovanju, kot so uvedba mobilnih ključev ali brezpapirnega poslovanja. Kljub temu, da so zmanjšali št. fizičnih stikov med zaposlenimi in gosti, so identificirali tudi nekaj priložnosti za dodatno, bolj personalizirano gostoljubje (npr. ob gostovem prihodu, na javnih površinah ali ob gostovem odhodu). Digitalizacija vsebin je le orodje in pomoč, da monotone rutine, ki so nam prej jemale veliko časa, izkoristimo za dodatno gostoljubje, bolj osebni in poglobljen odnos z gosti in njihovimi željami.

Možnosti brezstičnega poslovanja:

Nove aplikacije so omogočile, da lahko gostje prijavo v hotel opravijo varno preko svojega telefona in se tako izognejo vrstam na recepciji, hrano naročijo v svojo sobo in se tako izognejo gneči v restavraciji. Prav tako lahko s pomočjo nove tehnologije gostje brezkontaktno naročijo ostalo opremo (npr. dodatne blazine), ki jo nato hotelsko osebje gostu prinese pred njegovo sobo.

Digitalni ključ ali aplikacija

Obiskovalec odklene vrata sobe prek aplikacije na svojem mobilnem telefonu. Poleg tega omogoča dostop do nadstopja z dvigalom, odklepa vrata konferenčnih sob, zapornice parkirišč. Hotel lahko ustvari ključ ter ga aktivira in deaktivira, prilagaja datum bivanja za vsakega gosta posebej. Digitalni ključi izboljšajo izkušnje gostov in so enostavni za uporabo. Poleg tega večina ponuja možnost hibridne rešitve – vrata sob delujejo na digitalni ključ ali plastično kartico (za nevedše uporabnike mobilnih telefonov). Njegova prednost je dostopnost in ponudba na zahtevo ter odločitev za uporabo v svojem tempu.

Izberi, plačaj, prevzemi (Click pay collect)

Prek aplikacije na telefonu lahko gostu predlagamo menije in jih povežemo s kuhinjo - gost odda naročilo, plača in dobi dostavljeno v sobo.

Brezpapirno poslovanje

Odstranimo ves tiskani material in ga nadomestimo z vsebinami na telefonu (hišni red, novi protokoli varnosti, brošure). Vse informacije naj bodo v dveh jezikih: slovenskem in angleškem. Prednost brezpapirnega poslovanja je tudi ta, da lahko sproti prilagajamo vsebine – posodabljammo informacije o delovnih časih, dostopnosti, zamenjujemo fotografije itd.

Povečanje interakcije z gostom

Tehnologija nam omogoča, da okrepimo stik in interakcijo z gostom. S pomočjo aplikacij smo proaktivni in gostom ponujamo svoje storitve in tako povečamo lastno prodajo, vse v povezavi s hotelskim rezervacijskim sistemom (Hotel Property Management System).

Izboljšane možnosti brezstičnih plačil

Vzpostavimo sistem enostavnih plačil – on-line banke, spletne denarnice.

Varna plačila

Pridobimo možnost varnega plačila za storitve in produkte znotraj hotela, plačilo s klikom na povezavo.

Prednosti brezstičnega poslovanja:

Prednosti brezstičnega poslovanja za gosta:

- Preskočijo vrsto
- Prijava v hotel kjerkoli
- Dostop do sobe s pomočjo osebnega mobilnega telefona
- Varno deljenje ključev
- Poenostavljen postopek odjave
- Zmanjšuje možnost človeške napake (npr. pri naročanju hrane)
- Gosti lahko sledijo svojemu naročilu
- Gosti takoj prejmejo informacijo, update njihovega naročila ...
- Gosti lahko takoj podajo povratno informacijo

Prednosti brezstičnega poslovanja za gostitelja:

- Manjša obremenjenost recepcije
- Večja varnost in distanca (sploh v času epidemije)
- Zaposleni imajo več časa
- Odprava stroškov fizičnih ključev
- Ukinitvev fizičnih ključev
- Ustvarjanje baze podatkov o naših gostih, njihovih preferencah

Z digitalizacijo prihranimo čas in postanemo prijaznejši/varnejši do gosta, ko gre za fizične izmenjave predmetov (pisala, vprašalniki, osebni dokumenti, ...). Ves čas, ki smo ga prej porabili za neosebne postopke, ki jih zdaj lahko avtomatiziramo/digitaliziramo, lahko končno izkoristimo za personalizacijo in gostoljubje.

Nikoli ne smemo pozabiti, da je **naše glavno poslanstvo, da se gost pri nas počuti udobno in da je zanj poskrbljeno**, saj samo zadovoljen gost ponovno pride k nam in nam nameni visoko oceno na portalu.

Primeri sistemov za brezstično poslovanje v turizmu:

Wishbox

Orodje za brezstično poslovanje z gosti Wishbox /Check in Management omogoča poslovanje popolnoma brez stika, saj komunikacija z gostom poteka izključno preko maila. Orodje stane 2 €/mesec na apartma.

Intelity

Podjetje ponuja eno najbolj naprednih platform za gostoljubje. V svoji aplikaciji ponujajo brezkontaktno registracijo in prihod gosta v svojo sobo z mobilnim ključem (mobile key). Prav tako njihove rešitve omogočajo, da brezkontaktno poteka preverjanje osebne izkaznice. Gosti lahko brezkontaktno naročijo hrano, sobno strežbo in pošljejo posebne želje (npr. dodatne blazine). Vse to hotelsko osebje gostu prinese pred njegovo sobo. Prednost uporabe njihove platforme je, da lahko gosti hrano naročijo kjerkoli s pomočjo svojega telefona ali tablice v hotelski sobi, možnost pošiljanja raznih personaliziranih promocij in akcij ter komuniciranje z gostom v realnem času (preko SMS-ov, sporočil preko aplikacije, obvestil na aplikaciji. Ta je povezana s številnimi sistemi in programsko opremo, da lahko vsi procesi med bivanjem gosta potekajo brezstično (PMS – rezervacijski sistemi, POS terminali, proizvajalci ključavnic ...). Dodatno ponujajo tudi pametna ogledala, storitve televizije na zahtevo in glasovnega pomočnika (podobno kot Amazonov virtualni pomočnik Alexa).

Entrerio

Entrerio je znamka digitalnih ključev hrvaškega podjetja Vipnet. Podjetje je razvilo tudi mobilno aplikacijo Mobilni hotel, ki je nastal za potrebe Hotela One Suite v bližini Dubrovnika, cilj aplikacije pa je bila nova in izboljšana uporabniška izkušnja. Njihov ključ deluje s pomočjo Bluetooth tehnologije, ena izmed glavnih prednosti pa je možnost deljenja digitalnih ključev (naenkrat lahko ključ uporablja več oseb). Sistem deluje z notranjo baterijo, ki zdrži nekaj mesecev. Cena digitalnega ključa je 280 €

(vključuje ključavnico, polnilec za baterijo, cilindrični vložek, 2 fizična ključa, 2 digitalna ključa). Letna naročnina za neomejeno št. ključev je 45 €.

4 KOMUNIKACIJA IN KREPITEV KAKOVOSTI TER IZBOLJŠANJE IZKUŠNJE ZA GOSTA

Komunikacija je ključ

Komunikacija z gosti pred, med, in po obisku je že od nekdaj ključ za povečanje njihove vključenosti. S pojavom epidemije so hoteli morali izboljšati svojo digitalno komunikacijo, da so pomirili, pomagali in se povezali predvsem z bolj pazljivimi gosti.

Kot ponudniki pazimo, da komunikacija prek spleta ne postane neosebna (v sporočilu lahko npr. to preprečimo že tako, da gosta naslovimo z imenom, namesto da le kopiramo neko splošno neosebno predlogo).

Nova vloga gostitelja

Gostitelj v novi realnosti postaja nekdo, ki pozna vse procese dela v hotelu in ima toliko izkušenj dela z gosti, da je sposoben prepoznati gostove potrebe, še preden gost o njih spregovori. Poznavanje vseh procesov dela je ključno za uspešno koordinacijo naročenih storitev. Intuitivno prepoznavanje gostovih potreb je še posebej pomembno, kadar z gostom komuniciramo kratek čas ali 'na daljavo'. Pomembno je tudi poznavanje tujih jezikov, da gostom učinkovito predajamo informacije in navodila.



komuniciramo prilagoditve
(fleksibilnost, varnostni protokoli, gostoljubje)



smo **odkriti do gostov**,
katere storitve nudimo,
kaj lahko pričakujejo na
destinaciji



pokažemo gostom, da
smo poskrbeli zanje
(standardi, certifikati)



vzpostavimo **klicni center** za dodatna
vprašanja



smo ažurni,
delujemo kot
informacijska točka

KOMUNIKACIJA IN NADGRADNJA STORITEV

Hotelska mobilna aplikacija ter hotelska televizija sta najmočnejši komunikacijski in prodajni orodji, ko se gost nastani v hotelu. Gostu komuniciramo, kar je za nas (prodajalca) v tistem trenutku pomembno:

- Happy hour
- Sobna strežba
- Wellness storitve
- Rezervacija mize v restavraciji (tudi naročilo jedi)
- Izleti in delavnice
- Gostu ponudimo možnost direktne rezervacije prek televizije ali mobitela, saj je takrat verjetnost rezervacije veliko večja.

Rezervacija

Največ posrednega ali neposrednega fizičnega stika med zaposlenim in gostom v hotelu pride med izmenjavo osebnih dokumentov, podpisovanjem dokumentov (vprašalnikov in druge dokumentacije), predajanjem kartic in plačilom storitev (gotovina, računi).

Naše goste zato spodbujamo, da rezervacijo naredijo pred ene od rezervacijskih platform ali lastnega sistema in nam preko njih posredujejo vse podatke, potrebne za prijavo. Tako skrajšamo čas zadrževanja gostov na recepciji in se izognemo sprejemanju gostovih osebnih dokumentov. S pridobivanjem informacij o gostovih aktivnosti med bivanjem se lahko uspešneje pripravimo na planiranje izvedbe, lažje tudi personaliziramo ponudbo.

Po potrditvi rezervacije gostu pošljemo po mailu ali prek aplikacije:

- **Kratka in jasna navodila**, kako poteka brezstično poslovanje v našem hotelu in ga prosimo za manjkajoče podatke, ki so potrebni, da se to omogoči.
- **Kratko ponudbo naših hotelskih storitev**, ki jih lahko naroči, potrdi in plača še pred odhodom od doma (wellness, sobna strežba, izleti, delavnice)
- Ne pozabimo na **možnost upgrade-a sobe** (dodatni zaslužek in gostovo zadovoljstvo)

Fizični stik z gostom lahko zmanjšamo tudi tako, da pridobimo njegove osebne podatke prek spleta ali maila (ob prijavi nam gost osebne izkaznice ne preda, ampak jo lahko samo pokaže). Gostom omogočimo izpolnjevanje vprašalnikov zadovoljstva prek sobne televizije ali hotelske mobilne aplikacije, lahko tudi spletnega vprašalnika. Ključ jim pripravimo pred prihodom; naj bo razkužen in v ovitku. Prijavo in vstop lahko gostom omogočimo tudi z uporabo brezstične aplikacije, ki omogoča prijavo in vstop v nastanitev prek QR kode ali kode na mobilni aplikaciji. Aplikacije omogočajo tudi možnost plačila s kartico, uporabo hotelske televizije in naročanje storitev.

Recepcija

Na recepciji smo v vsakem trenutku pripravljeni, da sprejmemo vse prejete rezervacije za tekoči dan. Samo na ta način bomo mi imeli nadzor nad gibanjem gostov v hotelu. V kolikor bo gost sam opravil prijavo v sobo na daljavo, bo to naredil na sledeč način:

- Prek spletne aplikacije
- Prek terminala na recepciji hotela
- Prek mobilne aplikacije
- V vsakem primeru se gost prijavi v hotel sam, tudi do 24 pred prihodom

Prednosti lastne prijave v sobo so hitrejši proces prijave, ki je hiter in predvidljiv. Recepcijsko osebje oz. gostitelj se lahko zato posveča izključno prepoznavanju gostovih potreb (manj administracije), večji hoteli pa lahko razpolagajo z manj kadra. Hotel zaradi uporabe aplikacij pridobi več informacij od gosta, s katerimi kasneje razpolagamo za upselling in personalizacijo ponudbe.

Na drugi strani se moramo zavedati tudi pomanjkljivosti oz. nevarnosti samoprijave. Vsi gostje niso tako veščji tehnologije (možnost povzročanja večje gneče kot sicer). Lahko se zgodi overbooking določenega tipa sob, kadar si gostje lahko sami izbirajo sobo vnaprej in nimamo dovolj usposobljena kadra v ozadju, ki bi skrbela da bo tega ne pride. V hotelu imamo manjšo kontrolo prehoda gostov (večja je verjetnost obiska ljudi, ki niso hotelski gostje). Ker vsi gostje niso tako veščji potovanja in novejšje tehnologije, bo veliko gostov potrebovalo pomoč oz. vodenje skozi brezstični proces dela v hotelu, zato je potrebno imeti dobro usposobljenega gostitelja v hotelu, ki bo koordiniral gostove želje in reševal njihova vprašanja.

Gostinstvo

Sobna strežba ali lastni prevzem naročila iz restavracije/bara sta nam postala bližje kot kdaj koli, kar je potrebno izkoristiti za večji zaslužek in boljše gostovo zadovoljstvo. Dokazano je, da v hotelu s sobno strežbo ali lastnim prevzemom običajno dodajamo storitve, ne zgolj nadomeščamo; torej gost naroči izdelke, ki jih sicer ne bi.

Gostom ponudimo določeno happy hour ponudbo, ki jo prav tako, dostavimo v sobo ali jo gost sam prevzame.

V restavracijah in barih je potrebno zagotoviti:

- Obvladovanje gneče pri obrokih
- Zadostna razdalja med mizami in stoli
- Brezhibna čistoča in higiena prostorov
- Na voljo je dovolj razkužil za roke
- Pisna navodila o uporabi mask, razkuževanju rok, vzdrževanju medsebojne razdalje itd.

Wellness

- **Gostom približamo** ponudbo storitev in pregled cen.
- Bolj so **dovzetni za branje** informacij, ki pridejo s strani hotela, zato se moramo potruditi, da ustvarimo ponudbo ali paket, ki bo gostu privlačen.
- Vedno poskrbimo, da ima gost v wellnessu **omogočen privatni tretma** ali pa zelo jasno določimo poti gibanja gostov.
- **Število počivalnikov in ležalnikov** naj bo na **minimalnem številu**, glede na dovoljeno kapaciteto v prostoru.

Krizna komunikacija

Komunikacija je v obdobju, ko se pripravljamo na ponovni zagon turizma, ključna. Vpliv krizne situacije skušamo omejiti tako, da konstantno komuniciramo o varnostnih standardih in novih brezstičnih tehnologijah, ki smo jih vpeljali, ter tako skušamo ohraniti zaupanje gostov. Organiziramo in nadziramo kroženje informacij v medijih.

Z gosti komuniciramo nove prilagoditve (fleksibilnost rezervacije, varnostne protokole in gostoljubje). Do gostov smo odkriti in povemo, katere storitve jim nudimo ter kaj lahko pričakujejo na destinaciji. Gostom pokažemo, da smo poskrbeli zanje, kar potrjujemo s standardi in lastnimi ter nacionalnimi in mednarodnimi certifikati. Vzpostavimo klicni center za dodatna vprašanja in delujemo ažurno kot informacijska točka.

Pripravimo kampanje, kjer transparentno komuniciramo o varnosti v naši nastanitvi in celotni destinaciji. Goste obveščamo o dodatnih ukrepih in novostih, ki smo jih uvedli da zagotovimo varno izkušnjo. Vzporedno pripravljamo imidžne kampanje, ki ohranjajo gostovo željo, da se bo vrnil k nam takoj, ko bo mogoče. Vključenost gostov lahko ohranjamo tako, da pripravimo vsebine, ki skrbijo za njihovo pozitivno naravnost (predloge za aktivnosti doma, pozitivne misli ...).

Ton komunikacije



NE alarmiramo



**smo empatični
do gostov**



**podajamo resnične/
uradne informacije,
hkrati ohranjamo jezik
gostoljubja (vabilo na
koncu, prijazen pozdrav
na začetku)**



**ostanemo zvesti
svoji znamki z nekaj
prilagoditvami**

Ključno je, da uravnesimo občutek ugodja in občutek strahu. Pazimo na ton komunikacije. Ne alarmiramo (ne uporabljamo npr. kričečih napisov, klicajev). Podajamo resnične/uradne informacije in hkrati ohranjamo jezik gostoljubja (prijazen pozdrav na začetku, vabilo na koncu), kar pokažemo tudi tako, da prostore opremimo z razkužili, oznakami varnostnih razdalj, gostom priskrbimo zaščitno opremo ... Uporabljamo miren in preudaren ton komunikacije, ki naj bo vedno tudi pozitiven. Ohranjamo željo in se veselimo ponovnega snidenja, goste nagrajujemo s pozitivnimi vsebinami. Do gostov smo empatični. Ostanemo zvesti svoji znamki, ki jo le malo prilagajamo. Ne pozabimo niti na humor in sprostitvev, ki ju gost v tem trenutku še posebej potrebuje.

Primeri učinkovite komunikacije iz tujine:

Grčija

Grčija je sprejela natančen protokol sprejemanja gostov in prijaznega brezplačnega testiranja ob vstopu v državo. Njihova komunikacije je temeljila na zagotovitvi in povabilu, da je obisk Grčije več kot počitnice. Je stanje duha, ki izboljšuje življenje. Komunikacijska platforma je temeljila na transparentnosti oz. čistosti. Grška vlada/turistični sektor je odkrito komuniciral o svojem sistemu in podajal informacije ter protokole. Vse informacije o bolnikih, ki so zboleli zaradi Covida-19, in hotelih so bile jasne in javno dostopne, prav tako rezultati testiranj na vstopnih točkah (letališčih ipd.). transparentnost je pomenila tudi odkritost ponudnikov/gostiteljev, čistost izkušnje in značaja, tudi čistost morja itd.

Chamonix, Francija

V znanem francoskem smučarskem središču so vzpostavili klicni center, kjer so gosti lahko vse dni v tednu pridobili vse potrebne informacije za varen obisk.

Accor, strokovnjaki za gostoljubje v turizmu

Podjetje je vzpostavilo lastno znamko lokalnih in mednarodnih standardov varnosti in higiene Allsafe. Razvit in s strani Bureau Veritas preverjen sistem predstavlja nove povišane protokole in standarde čistoče ter zagotavlja njihovo vpeljavo in nadzor v vseh hotelih Accor. Najprej so bili določili izboljšane postopke čistoče za hotele in restavracije, ki so jih nato zapisali v protokolu za dobrodošlico. Za zaposlene so ustvarili Accor akademijo, kjer so zaposlene seznanili z novimi protokoli prek 13 spletnih treningov. Za nadzor nad standardi varnosti skrbi lokalni revizor, ki hotelu znotraj verige tudi podeli znamko Allsafe.

Podobne certifikate varnosti in higiene so vpeljale tudi nekatere druge velike hotelske verige. Tak je npr. certifikat hotelske verige Hilton Hitlon Clean Stay with Lysol protection (Lysol je ameriška znamka sredstev za dezinfekcijo) ali slovenski certifikat hotelske verige Sava Hotels in Resorts HIGIENSKI STANDARDI PLUS.

Kampanje na temo varnosti



Safety first, wellbeing always
HYATT



#TravelWithConfidence
MARRIOTT

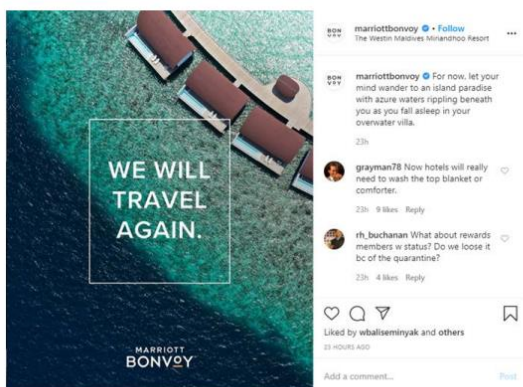


We clean, we care, we welcome
MILLENNIUM HOTELS



#SHANGRILACARES

Vzporedne kampanje za ohranjanje želje



Nebesa Chalets, Livek

Ponudnik nastanitev višjega cenovnega ranga Nebesa Chalets s svojimi gosti preko družbenih omrežij ohranja stik tako, da jih spodbuja k razmisleku o pozitivnih trenutkih, ki jih doživljajo v času zaprtja. Vabi jih, da ostajajo pozitivni in gradi njihova pričakovanja z objavami, ki vabijo na oddih k njim takoj, ko bo možno.



Ne pozabimo, v kateri dejavnosti smo. Varnost naših gostov in zaposlenih naj bo na prvem mestu, pri čemer vedno skrbimo za njihovo dobro počutje. S krepitevijo varnosti/higiene in digitalizacije ne smemo postati čistilni servisi, sanitarne ustanove ali hladni, neosebni, popolno digitalizirani gostitelji.

VIRI

Bizjak, M. 2020. V Dolini Soče letos 620.000 prenočitev. MMC TRV SLO. Dostopno prek: <https://www.rtvsl.si/radiokoper/novice/v-dolini-soce-letos-620-000-prenocitev/546457>

Slovenia.info. b. d. Zdaj je čas. Da ravnamo odgovorno, varno in trajnostno. Dostopno prek: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/odgovorni-potovalni-standardi-slovenskega-turizma>