»Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021«

Strateški dokument destinacije Rogla-Pohorje
(občin Zreče / Slovenske Konjice / Oplotnica / Vitanje)

Povzetek vizije, strateških ciljev in ukrepov

Naročnik:

Združenje:	**LTO Rogla-Zreče, GIZ**
Naslov:	Cesta na Roglo 11J, 3214 Zreče
Direktor:	Domen Vogelsang
ID za DDV:	SI53039785
Matična številka:	1619632000

Izvajalec:

Podjetje:	**ProVITAL d.o.o.**
Naslov:	Novine 19, SI-2212 Šentilj v Slovenskih goricah
Direktor:	Dr. Tanja Lešnik Štuhec, univ. dipl. ekon.
ID za DDV:	SI72576294
Matična številka:	3771032000

Šentilj, 22. 10. 2016

KAZALO VSEBINE

1 Uvod 8

1.1 Projekt razvoja in trženja destinacije Rogla-Pohorje 8

1.2 Metodologija oblikovanja dokumenta destinacije Rogla-Pohorje 8

1.3 Sestava strateškega dokumenta 15

…

2 Opredelitev destinacije Rogla-Pohorje 18

2.1 Osnovna predstavitev območja destinacije Rogla-Pohorje 18

2.2 Občine destinacije Rogla-Pohorje 19

…

4 Vizija in strateški cilji razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021 25

4.1 Vizija na področju turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021 25

4.2 Strateški razvojni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021 26

4.3 Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021 27

4.4 Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021 29

5 Razvoj in trženje turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 32

5.1 Destinacija Rogla-Pohorje skozi prioritete razvoja in trženja turizma v obdobju 2017-2021 32

5.2 Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 33

5.2.1 Smernice na področju Centra kakovosti destinacije Rogla-Pohorje 37

5.2.2 Smernice na področju Centra trženja destinacije Rogla-Pohorje 37

5.2.3 Smernice na področju Centra doživetij destinacije Rogla-Pohorje 37

5.2.4 Smernice na področju Centra raziskav in razvoja destinacije Rogla-Pohorje 38

6 Ukrepi – projektni predlogi za udejanjanje vizije razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021 39

6.1 Ukrepi na področju razvoja – turizma kot gospodarske dejavnosti v DRP v obdobju 2017-2021 40

6.2 Ukrepi na področju trženja in kakovosti življenja v DRP v obdobju 2017-2021 48

6.3 Akcijski načrt in finančna konstrukcija izvajanja skupnih aktivnosti v DRP 2016-2017 53

7 Predlog trajnostnega razvojnega koncepta DMO Rogla-Pohorje 2018-2021 55

7.1 Razvojni koncept poslanstva DMO Rogla-Pohorje 59

7.2 Vizija in cilji razvojnega in trženjskega koncepta DMO Rogla-Pohorje 62

7.3 Vizija modela mreženja DRP – DMO RP 65
7.3.1 Mreženje v sklopu DMO RP 65
7.3.2 Koordinator aktivnosti v DRP – DMO RP 66
7.3.3 Pravno-formalna oblika delovanja DMO RP in finančna konstrukcija 69
7.4 Vizija in cilji razvoja in trženja turističnih produktov v DRP 72
7.4.1 Ključni cilji in usmeritve ter prepoznani koncepti strategije produktov DRP 72
7.4.2 Razvojni in trženjski koncept strategije produktov DRP 73
7.4.3 Ciljni trgi strategije produktov DRP 76
7.4.4 Ciljni segmenti strategije produktov DRP 77
7.4.5 Interpretacija narave in kulturne dediščine – doživetja v DRP 80
7.5 Vizija koncepta promocije in prodaje v DRP 80
7.5.1 Strategija upravljanja znamke DRP 80
7.5.2 Komunikacijska strategija destinacije Rogla-Pohorje 82
7.5.3 Osvežena celostna grafična podoba destinacije Rogla-Pohorje.....83
7.5.4 Strategija trženja - promocije in distribucije destinacije Rogla-Pohorje.....85
7.5.5 Strategija na področju cene 93
7.6 Strategija na področju raziskav in razvoja - podporno okolje za kakovost in konkurenčnost v destinaciji Rogla-Pohorje.....93
7.7 Strategija na področju človeških virov.....96
7.8 Strategija na področju kakovosti 97
7.9 Strategija na področju informacijsko / rezervacijske podpore obiskovalcem.....99
7.10 Strategija na področju turistične in druge podporne infrastrukture 100
7.11 Strategija na področju integralnega razvoja turizma.....101
7.12 Strategija na področju trajnostnega razvoja turizma 102
7.13 Strategija na področju spremljanja in evalviranja aktivnosti upravljanja DRP .102
8 Zaključek 104

KAZALO SLIK

Slika 1: Predstavitev ideje razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje..... 9
Slika 2: Model izvajanja projekta na destinacijski ravni Rogla-Pohorje 9
Slika 3: Izvajanje aktivnosti po posameznih občinah DRP 11
Slika 4: Izvajanje aktivnosti na nivoju destinacije Rogla-Pohorje 13
Slika 5: Časovnica aktivnosti projekta razvoja in trženja turizma v DRP 14
Slika 6: Usklajenost pristopa razvoja in trženja turizma v DRP 15
Slika 7: Sestava dokumenta Načrt ra-zvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021 16
Slika 8: Umeščenost destinacije Rogla-Pohorje na zemljevid Slovenije.....18
Sliki 9: Območje destinacije Rogla-Pohorje 19
Sliki 10: Občina Zreče iz zraka – Dravinjska dolina in Rogla 24
Slika 11: Občina Slovenske Konjice – Stari trg in vinorodne Škalce 24
Slika 12: Občina Vitanje 24
Slika 13: Občina Oplotnica 24
Slika 14: Prioritete razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 32
Slika 15: Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.....33
Slike 16: Modeli razvoja in trženja turizma v občinah DRP v obdobju 2017-2021 36
Slike 17: Modeli občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica v DRP v obdobju 2017-2021 39
Slika 18: Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP v obdobju 2017-2021 40
Slika 19: Ukrepi na področju razvoja turizma v DRP v obdobju 2017-2021.....40
Slika 20: Ukrepi na področju trženja in kakovosti življenja v DRP v obdobju 2017-2021.....48
Slika 21: Marketing kot ena od štirih funkcij DMO RP 57
Slika 22: Management TD – DMO RP 57
Slika 23: P-ji marketinškega spleta DMO RP.....58
Slika 24: Glavne naloge deležnikov destinacije Rogla-Pohorje.....58
Slika 25: Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.....67
Sliki 26: Obstoječi destinacijska in kolektivna tržna znamka DRP.....82
Sliki 27: Predlog dveh logotipov destinacije Rogla-Pohorje 83
Sliki 28: Logotip destinacije Rogla-Pohorje v črno beli različici 83
Slika 29: Predloga Logotipa destinacije Rogla-Pohorje na beli in črni podlagi 84
Slika 30: Predlog aplikacije logotipa na že obstoječo celostno podobo destinacije Rogla-Pohorje.....84
Slika 31: Prioritete razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 108
Slika 32: Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.....109
Slika 33: Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP v obdobju 2017-2021 110

KAZALO TABEL

Tabela 1: Delovne skupine po občinah destinacije Rogla-Pohorje (DS po občinah DRP).....10
Tabela 2: Projektna skupina destinacije Rogla-Pohorje (PSDRP) 12
Tabela 3: Osnovna opredelitev občin, ki oblikujejo destinacijo Rogla-Pohorje 19
Tabela 4: Kratek zgodovinski pregled razvoja območja destinacije Rogla-Pohorje 20
Tabela 5: Grbi občin destinacije Rogla-Pohorje 21
Tabela 6: Vizitke občin destinacije Rogla-Pohorje 22
Tabela 7: Statistični podatki občin destinacije Rogla-Pohorje za leto 2014 22
Tabela 8: Vizija razvoja in trženja turizma v DRP 25
Tabela 9: Strateški razvojni cilji na področju turizma DRP v obdobju 2017-2021 26
Tabela 10: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP obdobju 2017-2021 27
Tabela 11: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017-2021 29
Tabela 12: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017-2021 30
Tabela 13: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017-2021 30
Tabela 14: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Oplotnica v obdobju 2017-2021 31
Tabela 15: Ukrep GU1 - Vzpostavitev mreže TIC-ev in nadgradnja aktivnosti v DMO DRP..41
Tabela 16: Ukrep GU2 – Nadgradnja sistema digitalnega trženja v DRP 42
Tabela 17: Ukrep GU3 – Nadgradnja sistema turističnih programov in vodniške službe v DRP 42
Tabela 18: Ukrep GU4 – Usposobljeni zaposleni v kmetijstvu/rokodelstvu gostinstvu/turizmu 44
Tabela 19: Ukrep GU5 – Spodbujena lokalna oskrba in nadgradnja sistema KTZ OR – učinkovito povezani turistični idr. ponudniki v DRP 44
Tabela 20: Ukrep GU6 – Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost – prehrana, nočitev, vinogradništvo, sadjarstvo, rokodelstvo, zabava 46
Tabela 21: Ukrep GU7 – Nadgradnja rekreacijske/izkustvene/kulturne/splošne infrastrukture 47
Tabela 22: Ukrep KŽU1 – Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja – komuniciranje z nadgrajeno destinacijsko znamko Rogla-Pohorje 49
Tabela 23: Ukrep KŽU2 – Trženje in prodaja ponudbe s KTZ OR 50
Tabela 24: KŽU3 – Trženje in prodaja programov vzpostavljene doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju 50
Tabela 25: Ukrep KŽU4 – Trženi programi nadgrajenih lokalnih gastronomskih in rokodelskih zgodb – dnevi odprtih vrat 51
Tabela 26: Ukrep KŽU5 – Tržene prireditve na občinskem in destinacijskem nivoju.....51
Tabela 27: Ukrep KŽU6 – Vzpostavljena in tržena ponudba doživetij za domačine in obiskovalce 52
Tabela 28: Ukrep KŽU7 - Celovito tržena turistična infrastruktura 52
Tabela 29: Zadovoljitev motivov mreženja – pričakovanj zasebnega in javnega sektorja 60

Tabela 30: Zadovoljitev motivov sodelovanja – pričakovanj lokalne skupnosti in obiskovalcev DRP 61
Tabela 31: Usmeritve za področje soupravljanja DRP 66
Tabela 32: Ključne koristi – dodana vrednost mreženju v DRP.....66
Tabela 33: Horizontalne mreže DRP 68
Tabela 34: Vrste partnerskih povezav v DRP 69
Tabela 35: Ključni cilji in usmeritve strategije produktov DRP.....72
Tabela 36: Vrste produktov DRP 73
Tabela 37: Razvojni koncept strategije produktov.....74
Tabela 38: Opisi temeljnih področij turistične ponudbe DRP 75
Tabela 39: Struktura povpraševanja glede na pričakovane mednarodne nočitve v v letu 2016 v občini Zreče.....77
Tabela 40: Ocenjena struktura obiskovalcev po načinu prihoda v DRP leta 2015.....78
Tabela 41: Ključni cilj in usmeritve na področju strategije upravljanja znamke DRP 81
Tabela 42: Proces nadgradnje destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne tržne znamke Okusi Rogle 81
Tabela 43: Ključni cilji in usmeritve strategije komuniciranja DRP 82
Tabela 44: Vsebina komunikacijskega procesa destinacije Rogla-Pohorje.....83
Tabela 45: Analiza trženja destinacije Rogla-Pohorje.....85
Tabela 46: Usmeritve strategije distribucije na domačem trgu.....86
Tabela 47: Usmeritve strategije distribucije na mednarodnih trgih 86
Tabela 48: Oblikovanje strategije za vstop na ciljne trge – distribucijski kanali 87
Tabela 49: Organiziran in okrepljen skupen nastop na mednarodnih trgih.....87
Tabela 50: Ključne usmeritve promocijske strategije destinacije Rogla-Pohorje 88
Tabela 51: Internetni portal destinacije Rogla-Pohorje 89
Tabela 52: Usmeritve za oglaševanje DRP v tiskanih in elektronskih medijih 90
Tabela 53: Neposredno trženje (direktni marketing) destinacije Rogla-Pohorje 90
Tabela 54: Sejmi za splošne javnosti in poslovne borze 91
Tabela 55: Druge aktivnosti pospeševanja prodaje v destinaciji Rogla-Pohorje.....91
Tabela 56: Odnosi z javnostmi in organizacija dogodkov.....92
Tabela 57: Trženjska infrastrukturna orodja.....92
Tabela 58: Cenovna strategija je povezana s številnimi elementi kakovosti DRP 93
Tabela 59: Ključni cilji in usmeritve na področju strategije podpornega okolja v DRP 93
Tabela 60: Ključne usmeritve na področju strategije raziskav v DRP.....94
Tabela 61: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju strategije raziskav v DRP 94
Tabela 62: Ključne usmeritve na področju strategije razvoja v DRP 95
Tabela 63: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju strategije razvoja v DRP.....96
Tabela 64: Ključne usmeritve na področju človeških virov v DRP.....96
Tabela 65: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju človeških virov v DRP 97
Tabela 66: Ključne usmeritve na področju kakovosti v DRP 98
Tabela 67: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju kakovosti v DRP.....99
Tabela 68: Ključne usmeritve na področju informacijsko / rezervacijske podpore v DRP.....99
Tabela 69: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju informacijsko / rezervacijske podpore v DRP.....100
Tabela 70: Ključne usmeritve na področju turistične in druge podporne infrastrukture.....100

Tabela 71: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju turistične in druge podporne infrastrukture v DRP 101
Tabela 72: Ključne usmeritve na področju integralnega razvoja turizma v DRP 101
Tabela 73: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju integralnega razvoja turizma v DRP 101
Tabela 74: Ključne usmeritve na področju trajnostnega razvoja turizma v DRP 102
Tabela 75: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju trajnostnega razvoja turizma v DRP 102
Tabela 76: Ključne usmeritve na področju merjenja učinkovitosti upravljanja DRP.....103
Tabela 77: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju merjenja učinkovitosti upravljanja DRP 103
Tabela 78: Vizija razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.....105
Tabela 79: Strateški razvojni cilji na področju turizma DRP v obdobju 2017-2021.....105
Tabela 80: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP obdobju 2017-2021 106
Tabela 81: *Trženjski kvantitativni cilji DMO Rogla-Pohorje – združena različna izhodišča občin DRP v obdobju 2017-2021*.....107

TABELA UPORABLJENIH KRATIC

BDP	Bruto družbeni produkt
B2C	Bussines to customer
DRP	Destinacija Rogla-Pohorje
DS	Delovna skupina
DSO	Delovna skupina občine;
DSOO	Delovna skupina občine Oplotnica
DSOSK	Delovna skupina občine Slovenske Konjice
DSOV	Delovna skupina občine Vitanje
DSOZ	Delovna skupina občine Zreče
DSDRP	Delovna skupina destinacije Rogla-Pohorje
ECOLABEL	Okoljski znak – EU Marjetica
GIZ	Gospodarsko interesno združenje
KSEVT	Kulturno središče evropskih vesoljskih tehnologij
KTZ	Kolektivna tržna znamka
LTO	Lokalna turistična organizacija
PS	Projektna skupina
PSDRP	Projektna skupina destinacije Rogla-Pohorje
PSO	Projektna skupina občine
PSOP	Projektna skupina občine Oplotnica
PSOSK	Projektna skupine občine Slovenske Konjice
PSOV	Projektna skupina občine Vitanje
PSOZ	Projektna skupina občine Zreče
PSPN	Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti
PTK	Produktna tržna kombinacija
SDS	Specializirana delovna skupina
SDSDRP	Specializirana delovna skupina destinacije Rogla-Pohorje
TIC	Turistično informacijski center
SURS	Statistični urad Republike Slovenije

1 Uvod

V uvodnem poglavju je predstavljen razlog za projekt in način oblikovanja dokumentov destinacije Rogla-Pohorje, kratka vsebina po poglavjih, trendi razvoja in trženja turizma v potovalni industiji in Sloveniji ter seznam dokumentov, ki predstavljajo osnovo za razvoj in trženje turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.

1.1 Projekt razvoja in trženja destinacije Rogla-Pohorje

Pričujoči dokument in vsi štirje, ki so z njim povezani, so nastali na *povabilo županov občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica* (30. septembra 2015) *k strokovnemu usmerjanju v projektu* za izdelavo *strateških dokumentov razvoja in trženja turizma v občinah Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje ter celovite turistične destinacije Rogla-Pohorje za obdobje 2017-2021.*

Občine Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica v letu 2015 niso imele dokumentov, ki bi sistematično načrtovali trajnostni razvoj in trženje turistične ponudbe za naslednje obdobje, prav tako je poteklo obdobje za katero obstaja dokument na nivoju destinacije Rogla, ki je osredotočen na območje občine Zreče.

Trendi v turizmu, izjemne naravne in kulturne danosti med Pohorjem in Dravinjsko dolino, izgrajene turistične kapacitete ter usmerjenost v zeleni turizem, uspešnost največjega turističnega ponudnika Unior d. d. Program Turizem in mnogih manjših ponudnikov, narekujejo sistematično oblikovanje in trženje ponudbe ter gradnjo prepoznavnosti destinacije Rogla-Pohorje kot zelene celovito povezane destinacije.

Pričujoči dokument zaokroža destinacijo Rogla-Pohorje, sistematično opredeljuje načrtovanje razvoja in trženja turistične ponudbe v naslednjih petih letih, torej v obdobju 2017-2021 in hkrati podaja izhodišča razvoja in trženja zelene destinacije za naslednje petletno obdobje.

1.2 Metodologija oblikovanja dokumenta destinacije Rogla-Pohorje

Termin destinacija Rogla-Pohorje obstaja že nekaj let. Organizirano povezovanje ponudnikov in ponudbe ter prepoznavanje obiskovalcev destinacije kot celote vseh štirih občin, in sicer: Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica, pa v tem času še ni zaživelo.

Znamka destinacije Rogla-Pohorje, destinacijska spletna stran ter brošure (vodnik po destinaciji Rogla-Pohorje idr.) so nastali v kontekstu aktivnosti, ki izhajajo iz dokumenta: *Program celovitega managementa turistične destinacije »Pohorje-Rogla, Terme Zreče, Dravinjska dolina«, 2005-2007 z blagovno znamko »Rogla« - Marketinška strategija razvoja turizma na območju turistične destinacije »Rogla«,* ki je nastal leta 2005 in bil posodobljen leta 2008. Omenjena komunikacijska orodja je oblikovala in z njimi komunicira LTO Rogla-Zreče, GIZ. Aktivnosti na področju turizma pa so občine vodile same.

V septembru 2015 smo z župani vseh štirih občin prvič skupaj sedli za mizo na Občini Zreče in proučili *možnosti povezanega razvoja turistične ponudbe v destinaciji Rogla-Pohorje in njenega skupnega trženja*. Tako je nastal dogovor o oblikovanju projektnih aktivnosti in posledično *dokumentov razvoja in trženja turizma v vsaki od štirih občin (Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica) ter na destinaciji Rogla-Pohorje kot celoti* (Slika 1).

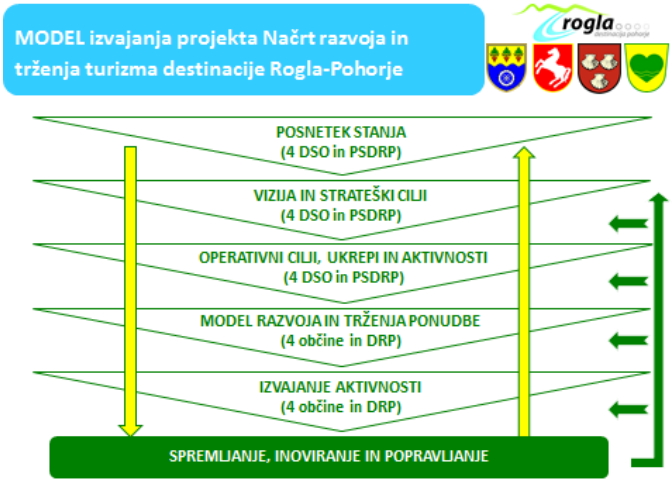
Slika 1: Predstavitev ideje razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje

Nastal je model izvajanja projekta (Slika 2), ki temelji na treh korakih, in sicer oblikovanje:

(i) posnetka stanja ponudbe in trženja turizma,
(ii) vizije in strateških ciljev na področju razvoja in trženja turizma ter
(iii) operativnih ciljev in aktivnosti,

v vsaki od štirih občin destinacije Rogla-Pohorje (4 DSO) in plenarno na območju destinacije kot celote (PSDRP).

Slika 2: Model izvajanja projekta na destinacijski ravni Rogla-Pohorje



Skozi delovanje projektnih in delovnih skupin so nastali *modeli razvoja in trženja ponudbe vsake posamezne občine ter destinacije Rogla-Pohorje kot celote.* V sklopu aktivnosti delovnih skupin na lokalnih in destinacijski ravni so se že v času izvajanja projekta Rogla-Pohorje (priprave dokumentov) izvajale dogovorjene aktivnosti, ki vodijo k celovito povezani

in trženi destinaciji Rogla-Pohorje. *Model* je skozi aktivnosti spremljanja, inoviranja in popravljanja odprt in omogoča *nenehno nadgrajevanje vizije, ciljev, ukrepov in aktivnosti na lokalnih in destinacijski ravni.*

Na lokalnem nivoju - nivoju občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica, so bile oblikovane projektne skupine občin (PSOZ, PSOSK, PSOV, PSOO), ki v tesnem sodelovanju s koordinatorico soodločajo ter soorganizirajo aktivnosti v posamezni občini. Znotraj vsake občine so nastale tudi *delovne skupine* (DSOZ, DSOSK, DSOV, DSOO), ki skrbijo za prenos idej »od spodaj navzgor« - vanje so bili vabljeni povezani predstavniki turističnega gospodarstva, kmetijstva, rokodelstva in obrti, kulture, izobraževanja, športa, sociale, gospodarskih podjetij in drugih institucij, ki so sooblikovali posnetek stanja, vizijo in cilje ter ukrepe za njihovo udejanjanje(Tabela 1) (zasedba na delavnicah je bila po občinah zelo različno velika – od 29 do 9 članov).

Tabela 1: Delovne skupine po občinah destinacije Rogla-Pohorje (DS po občinah DRP)

Občina Zreče	Občina Slovenske Konjice	Občina Vitanje	Občina Oplotnica
Boris Podvršnik	Miran Gorinšek	Mirko Polutnik	Matjaž Orter
Sandra Godec Mavhar	Breda Obrez Preskar	Srečko Fijavž	Davor Leskovar
Matej Kotnik	Sonja Breznik	Miha Turšič	Saša Soršak
Barbara Soršak	Tjaša Kangler	Marta Kuzman	Ilona Stermecki
Tina Tinta Kovačič	Tadeja Waldhuber	Roman Kotnik	Stanislav Vratuša
Gregor Smogavc	Gažovič Andrejka	Peter Mauc	Benjamin Slatinek
Urška Topolšek Planinšek	Peter Koren	Anton Kuzman	Mitja Rupnik
Marinka Kovše	Marjana Acman	Jožica Kuzman	Mija Crnič
Borut Pačnik	Ivica Podkrajšek	Jožef Javornik	Anja Hohler
Andrej Arbajter	Majda Temnik	Pavel Skaza	Tadeja Waldhuner
Tomaž Mernik	Katja Temnik	Slavko Kitek	Darja Javornik
Bernard Sadek	Renata Klančnik	Angela Lušec	Karin Leskovar
Alenka Sekirnik	Jerneja Ristič Levart	Lucija Praprotnik	Majda Makovšek
Andrej Koprivnik	Ela Dolšak	Jožef Jakob	Drago Javornik
Mojca Potnik Šonc	Srečko Dolšak	Magda Pušnik	Emilija Leskovar
Janez Skerbinek	Robert Vrečko	Vesna Slemenšek	Bernarda Volčič-Šerbetar
Jaka Jazbec	Aleksandra Boldin	Kornelija Kamenik	Branka Šket
Martin Mrzdovnik	Karmen Kukovič	Marija Jeseničnik	Borut Šket
Domen Jevšenak	Nevenka Brdnik	Darja Kričaj	Marjan Crnič
Jolanda Potočnik	Anton Noner	Marko Hribernik	Marko Klančnik
Marjana Cenc	Smiljana Sirc Vipotnik	Peter Jelenko	Nina Razboršek
Matjaž Korošec	Tanja Štruc	Slavko Gornjak	Andreja Supe
Robert Kejžar	Tadej Slapnik	Breda Retuznik	Monika Slemenšek
Tomaž Kušar	Milena Brdnik	Andreja Kavc Marguč	Maja Rupnik
Tatjana Kotnik	Stanko Kolar	Bojan Bračič	Miro Vodovnik
Marija Kovačič	Simona Medven	Mojca Tomažič	Boštjan Hmelak
Emilijan Fijavž	Polona Brumec	Ljudmila Strahovnik	Stanka Čoh
Drago Šešerko	Benjamin Kračun	Angela Lušenc	Marinka Lešnik
Vili Potočnik	Damjana Ulipi	Robert Matevžič	Rene Blažič
Jurij Gulič	Erika Kodrun Josič	Izidor Fijavž	Marija Rafolt Berlot
Breda Retuznik	Ervin Jančič	Petra B. Mauh	Matjaž Lešnik
Bojan Bračič	Stanka Macuh,	Drago Iršič	Jesse Štefane
Slavko Kejžar	Maruša Kuk	Tina Kaukler	Maksimiljan Lešnik
Sandi Lužnik	Irena Vozlič	Milan Hrovat	Jerneja Habjan
Ana Gričnik	Urška Udovičič	Dean Wastian	Marija Perklič
Sandra Korošec	Klara Šibanc Korošec	Ivica Žardoner	Particija Breznikar
Domen Vogelsang		Romana Holobar	Irena Cehtl
Jožica Gričnik			Vesna Adam
Vlado Ravničan			
Milena Slatinek			

S *specializiranimi delovnimi skupinami* smo razvijali kompetence na področjih razvoja in trženja ponudbe posamezne občine. Največji uspeh je imelo terensko delo - srečanje predstavnikov gospodarskih subjektov ter njihovih povezovalcev (predstavnikov TIC-ev in Uniorjevega Programa Turizem), ko smo skupaj obiskali ponudnike in gradili ponudbo vsakega od njih.

Tako so aktivnosti na nivoju občin potekale skozi srečanja PS in DSO, pa tudi SDS vsake občine, od januarja do septembra 2016 - skupaj vseč kot 70 srečanj na nivoju občin DRP (Slike 3).

Slika 3: Izvajanje aktivnosti po posameznih občinah DRP

Za vsako občino je nastal unikaten model razvoja in trženja ponudbe turizma, ki je sledil posnetku stanja in želeni podobi vizije v letu 2021.

Na destinacijskem nivoju je bila oblikovana *Projektna skupina destinacije Rogla-Pohorje* (PSDRP), ki vključuje župane vseh štirih občin, direktorje občinskih uprav in predstavnike občin odgovorne za turistično dejavnost (TIC-ev) ter predstavnike turističnega gospodarstva, pa tudi tistih dejavnosti, ki se povezujejo s turizmom (kmetijstvo, družbena dejavnost ipd.) (Tabela 2). Predstavniki vseh štirih občin soodločajo in organizirajo aktivnosti na destinacijskem nivoju in skrbijo za prenos idej *»od zgoraj navzdol«* (njihova sestava je podobna sestavi projektnih skupin na nivoju posamezne občine).

Tabela 2: Projektna skupina destinacije Rogla-Pohorje (PSDRP)

Občina / Članstvo	Zreče	Slovenske Konjice	Vitanje	Oplotnica
Župan	Boris Podvršnik	Miran Gorinšek	Mirko Polutnik	Matjaž Orter
Direktor uprave	Sandra Godec Mavhar	Breda Obrez Preskar	Srečko Fijavž	Davor Leskovar
Vodja turistične dejavnosti	Domen Vogelsang	Tjaša Kangler	Izidor Fijavž Petra B. Mauh	Vesna Adam
Predstavnik gospodarstva	Barbara Soršak	Sonja Breznik	Jože Brodej	Ilona Naveršnik
Predstavnik TD	Marinka Kovše	Ervin Jančič	Roman Kotnik Peter Mauc	Marija Perklič,
Področje kmetijstva	Ervin Gričnik	Andreja Marguč Kavc	Kuzman Anton	Stanko Vratuša
Področje druž-benih dejavnosti	Sandra Vidmar Korošec	Tina Kaukler	Romana Holobar Dean Wastjan	Irena Cehtl
Korespondenca	Urška Firer	Tadeja Waldhuber	Ivica Žardon	Vesna Adam
Koordinator	Milena Slatinek	Klara Šibanc Korošec	Srečko Fijavž	Davor Leskovar

Proces razvoja je pripeljal do potrebe po zagotavljanju skupnih aktivnosti destinacije Rogla-Pohorje, ki zahtevajo sistematično delo in s tem vzpostavitev *delovne skupine na destinacijskem nivoju* (DSDRP), ki je preko *DS vsake občine* sooblikovala posnetek stanja, vizijo ter strateške cilje in ukrepe za njihovo udejanjanje, na nivoju DRP. Plenarnih srečanj DSDRP se je udeležilo med 45 in 35 deležnikov DRP, članov DS posameznih občin (Liste prisotnih hrani koordinator DSDRP).

Vzporedno z nastajanjem dokumentov in tudi po njihovem zaključku, se odvijajo aktivnosti, ki se nanašajo na *specializirane delovne skupine (SDS) na nivoju vsake občine* (npr. SDS za razvoj produktov) oz. *destinacije kot celote* (SDS za usposabljanje vodnikov, SDS za nadgradnjo KTZ Okusi Rogle idr.), ki *gradijo organiziranost Destinacijske management organizacije Rogla-Pohorje*. Tako je v projekt in nastajanje dokumentov vključenih med 20 do 30 občanov vsake od štirih občin, ki pomembno sooblikujejo štiri centre razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.

Časovnica aktivnosti za oblikovanje *dokumenta 'Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021'* je predstavljena na Sliki 4.

11 srečanj PSDRP, 4 srečanja DSDRP ter 13 srečanj SDSDRP – še predvsem srečanja zadnjih, so ob oblikovanju projekta vizije razvoja in trženja DRP, prinesla tudi izvajanje številnih *obprojektnih aktivnosti*, ki gradijo kompetence deležnikov in jih seznanjajo s trendi v turistični in z njim povezanih dejavnostih.

Slika 4: Izvajanje aktivnosti na nivoju destinacije Rogla-Pohorje

Izjemno uspešni sta bili strokovni delavnici na terenu. *Strokovne delavnice*, ki nas je popeljala *po območju destinacije Rogla-Pohorje* in predstavila ponudnike območja, se je udeležilo več kot 60 deležnikov destinacije. Predstavniki občinskih struktur so delili pogled na destinacijo Rogla-Pohorje s predstavniki gospodarskih subjektov in društev ter drugih interesnih skupin. Spoznavali so lepote in posebnosti območja, eden drugega, krepili medsebojne vezi in zaupanje ter razmišljali o možnostih povezovanja ponudbe.
Z *ogledom dobrih praks na Solčavskem* se je seznanilo več kot 20 deležnikov DRP, ki so dobili ideje za nadgradnjo lastne ponudbe in prepoznana je bila potreba po povezovanju.
DS za prireditve DRP je izbrala in nadgradila po eno občinsko prireditev, ki bo v letu 2017 organizirana skupaj, kot ena od štirih destinacijskih prireditev, s skupno organizacijo in trženjem – tako nastaja letni koledar destinacijskih prireditev, ki jih bodo nastanitveni obrati lahko vključili v oblikovanje turističnih paketov za goste.

Trenutno se zaključuje *program usposabljanja vodnikov za DRP*. Obetamo si 15 odlično usposobljenih vodnikov, ki bodo v doživetja destinacije Rogla-Pohorje popeljali potencialne turiste.

Aktivnosti projekta razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje za oblikovanje dokumentov na nivoju občin – tudi občine Zreče, so trajale *od decembra 2015 do septembra 2016,* ko so bili javnosti predstavljeni dokumenti na nivoju občin. Aktivnosti na nivoju destinacije pa vse *do konca oktobra 2016*, ko je bil oddan dokument. (Slika 5). Tako je nastal temelj za nadaljnje soorganizirano delo na podorčju razvoja in trženja turizma v DRP.

Slika 5: Časovnica aktivnosti projekta razvoja in trženja turizma v DRP

Časovnica aktivnosti projekta razvoja in trženja turizma DRP

	11/15	12/15	1/16	2/16	3/16	4/16	5/16	6/16	7/16	8/16	9/16	10/16
PS OZ		7.12.	18.1. 14.1. 28.-29.1	17.2.	10.3. 21.3.	4.4.	9.5.	9.6.	12.7. 28.7	29.8.	26.9.	
PS OSK		8.12.	26.1. 2.2.		8.3. 22.3.	12.4.	10.5.	7.6.	5.7.	8.9.	27.9.	
PS OV		9.12.		3.2.	9.3. 29.3.	20.4.	18.5.	15.6.	12. 7.	7.9.	28.9.	
PS OO		10.12.	20.1.	2.2. 26.1.	7.3. 30.3.	18.4.	24.5.	20.6.	22.6.	1.9.	29.9.	
PS DRP	23.11.	15.12.	13.1.	16.2.	17.3.	6.4.	17.5.	22.6. 6.6		25.8.	30.9.	
DS DRP					17.3.	6.4.	17.5.	22.6.	25.7.	22.8.	30.9.	
PLD					7.3.		4.5.		27.7.	25.8.	15.9.	26. 10.

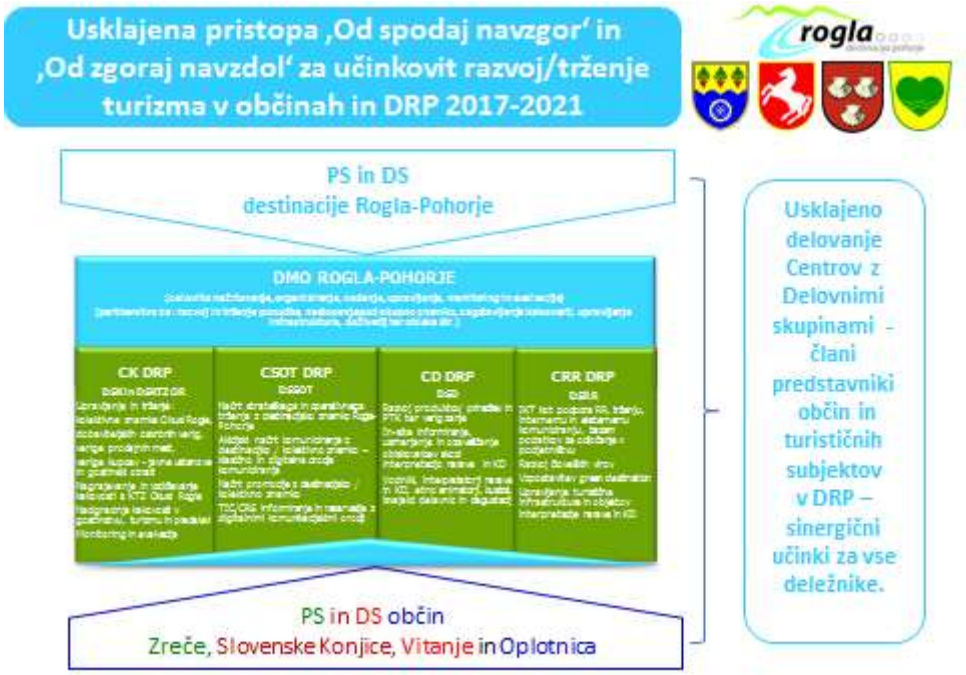
Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje temelji na *štirih prioritetah. Aktivnosti za udejanjanje teh prioritet* zahtevajo vzpostavitev *štirih centrov*, katerih aktivnosti izvajajo *delovne skupine*, ki celovito sledijo viziji in strateškim razvojnim in trženjskim ciljem na področju turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.

V jesenskem času se konkretno delo delovnih skupin šele začne. Najprej je potrebno *nastaviti pravno-formalno obliko delovanja Destinacijske management organizacije, oblikovati akcijske načrte posameznih centrov in delovnih skupin ter zagotoviti sredstva – finančno konstrukcijo ter kadrovski potencial*, ki bo deloval v dobrobit destinacije in s posebnim občutkom do ponudbe vsake od štirih občin in njenih posebnosti, ki kar kličejo k obisku. Entuziazem, poseben odnos do vrednot destinacije, nenehno preizkušanje aktivnosti in spremljanje odzivov nanje, so lahko zagotovilo uspešne destinacijske zgodbe na katero bomo ponosni vsi deležniki.

Le usmerjene, usklajene in načrtovane marketinške aktivnosti turistične destinacije Rogla-Pohorje lahko pripeljejo do večje prepoznavnosti turistične ponudbe. Zato je glavna prioriteta zadnje tretjine leta 2016 *posvojiti dokument* »Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021«, ki sinergično nadgrajuje načrte razvoja in trženja vseh štirih občin ter *nastaviti odlično kadrovsko zasedbo Centrov*. Dokumente smo preko številnih projektnih in delovnih skupin pripravljali v sodelovanju s širšo lokalno skupnostjo (javni in zasebni sektor) in s tem skušali zagotoviti vnos kar se da različnih pogledov in želja, ki se na področju turizma pojavljajo v lokalnem okolju. Celovit dokument destinacije Rogla-Pohorje tesneje povezuje območje štirih občin, vsaki posebej pa zagotavlja enakovredno vključevanje njenih ciljev in ukrepov za večjo prepoznavnost občinske identitete. Tako so zagotovljeni pogoji za načrtovano in ekonomično vlaganje v promocijo in razvoj zelene destinacije vsakogar, ki tako ali drugače soustvarja zgodbo turizma. Trdimo lahko, da sta se v procesu

razvoja vizije in dokumentov učinkovito srečala pristopa *»od spodaj navzgor in od zgoraj navzdol«*(Slika 6).

Slika 6: Usklajenost pristopa razvoja in trženja turizma v DRP



Do konca razvojnega obdobja je potrebno vzpostaviti pravno-formalno obliko *Destinacijske management organizacije*, ki bo z učinkovito skupino zaposlenih in celovitimi akcijskimi načrti aktivnosti na področju vseh štirih prioritet razvoja in trženja destinacije Rogla-Pohorje ter s sodelovanjem deležnikov v sektorskih in medsektorskih delovnih skupinah, uspešno gradila prepoznavnost zelene destinacije Rogla-Pohorje na dolgi rok.

1.3 Sestava strateškega dokumenta

Strateški dokument »Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021«, ki ga je naročila LTO Rogla-Zreče, GIZ sestavlja *deset poglavij* (Slika 7).

Prvo poglavje govori o *načinu oblikovanja strateškega razvojnega dokumenta destinacije Rogla-Pohorje* in o njegovi sestavi.

V drugem poglavju je opredeljena destinacija Rogla-Pohorje, in sicer *osnovna predstavitev destinacije, občin ter stanje na področju narave in kulturne dediščine v destinaciji Rogla-Pohorje*.

Slika 7: Sestava dokumenta Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

1 UVOD

2 OPREDELITEV DESTINACIJE ROGLA-POHORJE
Osnovna predstavitev DRP na področju turizma
Občine DRP
Stanje na področju narave in kulturne dediščine v DRP

3 TURIZEM KOT GOSPODARSKA DEJAVNOST V DRP
Razvoj turizma na južnem delu Pohorja in pod njim
Turistična ponudba na območju DRP
Turistična povpraševanje na območju DRP
Marketinško komuniciranje turistične ponudbe v DRP
Analiza PSPN na področju turizma v DRP
Analiza stanja turistične destinacije Rogla-Pohorje po kazalcih trajnostnega razvoja
Analiza aktivnosti deležnikov v DRP

4 VIZIJA IN STRATEŠKI CILJI RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V DRP 2017-2021
Vizija na področju turizma v DRP
Strateški razvojni cilji na področju turizma v DRP
Strateški trženjski kvalitativni cilji turizma v DRP
Strateški kvantitativni cilji turizma v DRP

5 RAZVOJ IN TRŽENJE TURIZMA V DRP 2017-2021
Prioritete razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021
Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

6 UKREPI – PROJEKTNI PREDLOGI ZA UDEJANJANJE VIZIJE RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V DRP 2017-2021
Ukrepi na področju razvoja – turizma kot gospodarske dejavnosti v DRP
Ukrepi na področju trženja in kakovosti življenja v DRP

7 PREDLOG TRAJNOSTNEGA RAZVOJNEGA KONCEPTA DMO RP 2018-2021

8 ZAKLJUČEK

9 SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV

PRILOGE

Prvo poglavje govori o *načinu oblikovanja strateškega razvojnega dokumenta destinacije Rogla-Pohorje* in o njegovi sestavi.

V drugem poglavju je opredeljena destinacija Rogla-Pohorje, in sicer *osnovna predstavitev destinacije, občin ter stanje na področju narave in kulturne dediščine v destinaciji*.

V tretjem poglavju je predstavljen *turizem kot gospodarska dejavnost v destinaciji Rogla-Pohorje*, ki ga sestavljajo naslednja podpoglavja: razvoj turizma na južnem delu Pohorja in pod njim, turistična ponudba in turistično povpraševanje na območju DRP, marketinško komuniciranje turistične ponudbe v DRP, analiza PSPN na področju turizma v DRP, analiza stanja turistične destinacije Rogla-Pohorje po kazalcih trajnostnega razvoja ter analiza aktivnosti deležnikov v DRP

Četrto poglavje podrobno prikazuje želeno vizijo *in strateške – razvojne ter trženjske kvalitativne in kvantitativne cilje na področju turizma* v destinaciji Rogla-Pohorje za obdobje 2017-2021.

V petem poglavju je predstavljen razvoj in trženje turizma v destinaciji Rogla-Pohorje skozi štiri prioritete, in sicer: *P1 - Mreženje in so-organiziranost destinacije Rogla-Pohorje, P2 - Razvoj in trženje produktov v destinaciji Rogla-Pohorje, P3 - Promocija in prodaja z destinacijsko – Rogla-Pohorje in kolektivno tržno znamko – Okusi Rogle, ter P4 - Podporno okolje za kakovost in konkurenčnost v destinaciji Rogla-Pohorje.*
Model temelji na *partnerstvu z namenom in so-organiziranosti, so-vodenju in so-evalviranju aktivnosti skozi štiri centre*, ki jih vodijo skrbniki in usmerjajo aktivnosti delovnih skupin za posamezna področja razvoja in trženja ponudbe v destinaciji Rogla-Pohorje.

Šesto poglavje predstavlja *ukrepe - projektne predloge za udejanjanje vizije in ciljev razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje v obdobju 2017-2021*. Ukrepi so razdeljeni v dve strokovni področji.
Na področju *Razvoj turizma kot gospodarske dejavnosti je predstavljenih 7 ukrepov* z aktivnostmi. Prav tako sedem ukrepov je *predstavljenih na področju Trženje in kakovost življenja v destinaciji Rogla-Pohorje.*

V sedmem poglavju je predstavljen *predlog trajnostnega razvojnega koncepta DMO Rogla-Pohorje 2018-2021*.

Zaključna misel v osmem poglavju *sistemsko zaokroži dokument* Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021 in predstavi njegov *povzetek -* celovit pogled na doseženo delo projektnih, delovnih in specializiranih skupin ter smernice za naprej, za udejanje vizije in strateških ciljev skozi nastavljene ukrepe, da bi do leta 2021 skozi usklajen proces razvoja in trženja turizma udejanili podobo DRP, ki smo jo zastavili v besedilu in ciljih vizije DRP.

Dodana sta še *seznam literature in virov ter priloge.*

2 Opredelitev destinacije Rogla-Pohorje

Drugo poglavje predstavlja *destinacijo Rogla-Pohorje.*
Destinacija leži v severovzhodni Sloveniji, na južnem delu Pohorja in pod njim (Slika 8). Na turističnem trgu se predstavlja kot destinacija za šport in rekreacijo ter doživetja narave v Turističnem centru Rogla; rehabilitacijo, zdravljenje in aktivnosti za dobro počutje v Termah Zreče; odkrivanje zapuščine kartuzijanov v Žički kartuziji in v širšem območju ter z drugimi atrakcijami narave in kulturne dediščine območja, kjer ima posebno mesto Kulturno središče evropskih vesoljskih tehnologij. Prepoznana je tudi po odličnih vinih podpohorske vinske turistične ceste z največjo kletjo Zlati Grič ter po odmevnih prireditvah skozi vse leto.

Slika 8: Umeščenost destinacije Rogla-Pohorje na zemljevid Slovenije

Vir: LTO Rogla-Zreče.

Več o tem glej v dokumentih Načrt razvoja in trženja turizma v občini Zreče / Slovenske Konjice / Vitanje / Oplotnica 2017-2021.

2.1 Osnovna predstavitev območja destinacije Rogla-Pohorje

Destinacija Rogla-Pohorje leži na tranzitni točki med srednjo in južno Evropo, na severovzhodu Slovenije, na južni strani Pohorja in pod njim, ob rekah Hudinji, Paki, Dravinji in Oplotniščici. Destinacijo povezujejo *štiri občine*, in sicer od vzhoda proti zahodu: *Oplotnica, Slovenske Konjice, Zreče in Vitanje* (Sliki 9). Območje ponuja raznolike možnosti za kakovostna doživetja narave in kulturne dediščine, pa tudi prijetno bivanje v relativno zdravem, zelenem območju med pohorskimi gozdovi in dolinami, ki so jih izoblikovale hudourniške reke s Pohorja.

Tri občine destinacije Rogla-Pohorje, in sicer: *Slovenske Konjice, Zreče in Vitanje* sestavljajo *Dravinjsko subregijo*, eno od petih subregij 31 občin *Savinjske statistične regije*. Občina *Oplotnica* meji na Dravinjsko subregijo, statistično pa je ena od 41 občin *Podravske regije. Na severu meji destinacija Rogla-Pohorje na Koroško statistično regijo*. *Rogla*, kot najvišja točka destinacije Rogla-Pohorje je tako umeščena na *tromeji statističnih regij Koroška* (občina Mislinja), *Savinjska* (občine Vitanje, Zreče) *in Podravska* (občine Oplotnica, Slovenska Bistrica in Lovrenc na Pohorju).

Sliki 9: Območje destinacije Rogla-Pohorje

Vir: Sebastjan Štruc, ZRSVN OE Maribor (18. 2. 2016).

Na zahodu meji destinacija Rogla-Pohorje na občine *Mislinja, Dobrna in Vojnik*, na *severu na Lovrenc na Pohorju*, na *vzhodu na občino Slovenska Bistrica*, na *jugu na občine Poljčane, Rogaška Slatina, Šmarje pri Jelšah in Šentjur.*

2.2 Občine destinacije Rogla-Pohorje

V Tabeli 5 so predstavljene občine destinacije Rogla-Pohorje, in sicer *Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica.*
Poglobljena predstavitev občin je predstavljena v dokumentih: *Načrt razvoja in trženja turizma v občini Zreče / Slovenske Konjice / Vitanje / Oplotnica 2017-2021.*

Tabela 3: Osnovna opredelitev občin, ki oblikujejo destinacijo Rogla-Pohorje

Zreče so se je kot enotno naselje razvile v zadnjih dvajsetih letih iz vasi Zgornje in Spodnje Zreče ter Dobrave in leta *1987* postale *mesto.* V mestu Zreče je sedež Občine Zreče, ki obsega *šest krajevnih skupnosti*: Zreče, Stranice, Gorenje, Skomarje, Resnik in Dobrovlje (*67 km²*), kjer biva okoli *6.500 prebivalcev*. Občina Zreče meji na občine Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje, Mislinja in Lovrenc na Pohorju. Najvišja točka občine Zreče je Mulejev vrh s *1533 mnv,* najnižja točka pa Dobrovlje s *360 mnv.* Občani Zreč praznujejo *občinski praznik 29. maja*, na dan, ko je bil izglasovan referendum za ustanovitev Občine Zreče. Občina Zreče se lahko pohvali z *dolgoletno tradicijo kovaštva* ter *zdravljenja z vodo in klimo* na vrhu in obronkih južnega dela Pohorja. Prav to je tudi razlog za slogan, ki so si ga nadeli: *Zreče, območje dobrega počutja.* Občina Zreče ponuja *4.000 delovnih mest. Turistični center Rogla in Terme Zreče*, ki sta v upravljanju Programa Turizem delniše družbe Unior privabita v destinacijo Rogla-Pohorje številne turiste in pomembno gradita podobo destinacije.
Občina *Slovenske Konjice* leži na *tranzitni točki med Pohorjem in Konjiško goro*, *ob reki Dravinji*. Obdana je z Bočem, Ptujsko goro, Haloškimi goricami in Dravskim poljem. Ustanovljena je bila *leta 1952* (oz. leta 1994) in je upravno središče Dravinjske doline na površini skoraj *98 km²* (97,8 km²), kjer živi okoli *14.500 prebivalcev* v *58 naseljih* in *16 krajevnih skupnostih. Slovenske Konjice so mesto cvetja in vina,* saj se na celotni površini občine razteza *okoli 400 ha slikovitih in urejenih vinogradov*. Mesto je bilo vrsto let zapored odlikovano s *številnimi priznanji za najlepše izletniško mesto*[1]. Žička kartuzija - *kulturni spomenik državnega pomena*[2], se je uspela zapisati med finaliste izbora za Evropsko destinacijo odličnosti – *EDEN 2011*. S sloganom: *Slovenske Konjice, v objemu*

[1] Z dvema zlatima medaljama evropskega tekmovanja Entente Florale (1998 in 2014) se je postavilo ob bok najlepše urejenih evropskih mest, vas Žiče je sledila z bronastim odličjem. Leta 2016 so SK nagrajene najlepše urejeno manjše mesto v Sloveniji.
[2] Žička kartuzija je eden najstarejših samostanov na Slovenskem. V samostanu, ustanovljenem okoli leta 1160, je bila ena največjih knjižnic tedanjega časa, o kateri je poročal Paolo Santonino v svojem popotnem dnevniku (Vir: Občina Slovenske Konjice).

žlahtnih zgodb, pripovedujejo bogato tradicijo območja. Občani Slovenskih Konjic praznujejo *občinski praznik 30. junija*, v spomin na *leto 1955*, ko so Slovenske Konjice pridobile status mesta. Slovenske Konjice mejijo na osem občin, in sicer: Zreče, Vojnik, Šentjur, Šmarje pri Jelšah, Rogaška Slatina, Poljčane, Slovenska Bistrica in Oplotnica. Najvišja točka občine je zabeležena na *Stolpniku s 1012 mnv*, najnižjo točko pa predstavlja naselje *Spodnje Laže, ki leži na 259 mnv.*
Občina Vitanje leži *na obronkih zahodnega dela Pohorja in podaljška Karavank, ob reki Hudinji.* Skupna površina občine je okoli 59 km² (demografsko višinsko ogroženega je 87% območja). Leta 2014 je v občini Vitanje živelo 2.250 prebivalcev. Prebivalci živijo v sedmih vaseh - Brezen, Hudinja, Ljubnica, Paka-del, Spodnji Dolič, Stenica, Skomarje-del in trgu Vitanje. Občina Vitanje meji na občine Zreče, Vojnik, Mislinja in Dobrna. Najvišja točka v občini Vitanje je Volovica s 1455 mnv in najnižja točka Fužine na 373 mnv. Občani Vitanja praznujejo občinski praznik 25. junija. Leta 2012 je sredi naselja Vitanje zraslo *Kulturno središče evropskih vesoljskih tehnologij (KSEVT)* – impozantna unikatna stavba, ki nosi v jedru izjemno sporočilo o življenju in delu enega najpomembnejših pionirjev vesoljske znanosti, znanstveniku svetovnega kova, *Hermanu Potočniku Noordungu*, katerega mati izhaja iz Vitanja. V avgustu poteka v Vitanju *tradicionalna prireditev Holcerija* , ki pritegne obiskovalce od blizu in daleč. V zadnjih dveh letih se vedno bolj uveljavlja slogan *Vitanje, ne daleč stran*.
Občina Oplotnica leži na *obronkih jugovzhodnega dela Pohorja, ob Oplotniščici.* Skupna površina občine Oplotnica je okoli *33 km²*, kjer živi okoli *4.046 prebivalcev.* Prebivalci živijo v *21 zaselkih*[3]. Najvišja točka v občini Oplotnica je *Božje z 940 mnv in najnižja točka Pobrež na 292 mnv*. Občani Oplotnice praznujejo *občinski praznik 22. maja v spomin na akcijo borcev Zidanškove brigade v noči iz 22. na 23. maj 1944.* Na območju Oplotnice bogata narava in kulturno-zgodovinska dediščina opravičujeta slogan, ki so si ga nadeli: *Oplotnica - zakladnica edinstvenih naravnih in kulturnih doživetij.* Leta *2010 obnovljena graščina v Oplotnici* predstavlja osnovo za številne kulturne idr. dogodke in prireditve. Vsako leto vabi PD Oplotnica na *tradicionalni velikonočni pohod k Črnemu jezeru, ki se ga udeleži več sto pohodnikov. Občina Oplotnica pa svoj praznik obeleži z organizacijo številnih prireditev*, na katerih sodelujejo domača društva in posamezniki.

Vir: Občine Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica ter destinacije Rogla-Pohorje - spletni idr. viri (1. 9. 2016).

Na območje destinacije Rogla-Pohorje je prišel človek že v 3. tisočletju pred našim štetjem o čemer pričajo izkopanine na Brinjevi gori. Kratek *zgodovinski pregled razvoja* območja destinacije Rogla-Pohorje je predstavljen v Tabeli 6.

Tabela 4: Kratek zgodovinski pregled razvoja območja destinacije Rogla-Pohorje

Prvi sledovi naselitve na *Zreškem območju* segajo *že skoraj 4.000 let* nazaj v obdobje mlajše kamene dobe, kar dokazujejo številne *arheološke najdbe na Brinjevi gori in na Gračiču*. Prve pisane vire o usodi Zreškega območja imamo šele iz *konca 10. stol.,* ko je bilo le-to razdeljeno na več cerkvenih in posvetnih gospostev. Od gradov je bil nekoč najpomembnejši Zreški grad Freudenberg, ki je stal na hribu pod Brinjevo goro in se prvič omenja leta 1224.[4]
Prva pisna omemba *Konjic* sega v *leto 1146* pod nazivom Counowiz. Zgodovina *870 let starega konjiškega trga pod Cerkvijo svetega Jurija* daje mestu dušo. *850 let stara Žička kartuzija* v skriti dolini Janeza Krstnika priča o bogati samostanski dejavnosti na območju Konjic in Slovenije.[5]
Že pred 2 tisoč leti je bilo na območju *občine Oplotnica* pomembno *križišče rimskih cest*, kjer sta se križala ves promet in trgovina *iz Italije skozi Norik v Panonijo na vzhodu in obratno*. Kraj *Oplotnica* je prvič omenjen *leta 1182*, takrat je štajerski vojvoda Otokar VI. (Otokar Traungavski) podaril žičkemu samostanu kmetijo v Oplotnici. Leta 1213 se v listinah omenja oplotniški vitez Sibot, prvi in tudi edini po imenu znani član tamkajšnje plemiške rodbine. V Oplotnici je že v začetku 13. stoletja obstajal lokalni samostanski urad (pristava). Graščino v Oplotnici – *Žički dvorec* so zgradili *žički kartuzijani*

[3] Božje, Brezje pri Oplotnici, Čadram, Dobriška vas, Dobrova pri Prihovi, Gorica pri Oplotnici, Koritno, Kovaški vrh, Lačna Gora, Malahorna, Markečica, Okoška Gora, Pobrež, Prihova, Raskovec, Oplotnica, Ugovec, Straža pri Oplotnici, Zgornje Grušovje, Zlogona Gora, Zlogona vas.

[4] Vir: http://www.zrece.si/obcina (1. 7. 2016).

[5] Da so na območje močno vplivali kartuzijani kažejo prvi pisni viri, ki izhajajo iz časov njihovega prihoda v 12 stol., sledi njihovih aktivnostih pa so še danes vidne na območju vseh štirih občin.

med leti 1621 in 1631.V lasti Žičkega samostana je bila Oplotnica vse do leta 1782, ko je cesar Jožef II. z dekretom ukinil samostan.
Vitanje je bilo pomembno središče že v *antičnem času*. Bloki marmorja, ki so jih v nekaterih starejših hišah uporabili za pragove in najdene nagrobne plošče pričajo o nekdanji *naselbini Upellae*, ki je delovala kot rimljanska mansio - postojanka ob pomembni cestni povezavi *Celeje s Colaciem in Virunumom na Koroškem*. Tako naj bi ime kraja Vitanje ne bilo nič drugega kot slovenski prevod besede mansio. *Vitanje* je leta 2006 beležilo častitljivih *700 let trških pravic*, saj se v zgodovinskih virih *trg Vitanje* prvič omenja *leta 1306*[6].
V času Avstro-Ogrske države (1867 – 1918) je današnje ozemlje destinacije Rogla-Pohorje spadalo pod avstrijski del le-te ter izmed sedmih etnično slovenskih avstro-ogrskih dežel ležalo *v osrednjem delu slovenskega dela dežele Štajerske*. Danes v okviru tretje ravni Standardne klasifikacije teritorialnih enot (NUTS, oz. SKTE), po kateri je Slovenija razdeljena na 12 statističnih regij, celotno ozemlje *občine Oplotnica spada v Podravsko statistično regijo*, *občine Vitanje, Zreče in Slovenske Konjice pa v Savinjsko statistično regijo*. V okviru druge ravni SKTE (2 kohezijski regiji: Vzhodna in Zahodna) spada območje vseh štirih občin - destinacije Rogla-Pohorje v *Vzhodno Slovenijo*, v okviru četrte (68 upravnih enot) spadajo vse *tri občine Dravinjske subregije pod Upravno enoto Slovenske Konjice*, *Oplotnica pa pod Upravno enoto Slovenska Bistrica*, v okviru pete (212 občin) pa se vse štiri občine Oplotnica, Slovenske Konjice, Zreče in Vitanje pojavljajo kot samostojne enote.

Opomba: Več o tem glej v dokumentih Načrt razvoja in trženja turizma v občini Zreče / Slovenske Konjice / Vitanje / Oplotnica 2017-2021.

Grbi občin govorijo zgodbe preteklosti (Tabela 7).

Tabela 5: Grbi občin destinacije Rogla-Pohorje

Grb	Opis grba
	Grb [7]Občine Zreče je nastal na osnovi *pečatnika Jurija Freudenberga* (odtisnjen na listini iz leta 1377). Grb ima obliko ščita z zeleno obrobo. V sredini je *v zlatem/rumenem grbovem polju upodobljeno zeleno srce z dvema zlato/rumenima valovnicama v spodnjem delu*. Grb Občine Zreče je bil določen z Odlokom o grbu in zastavi Občine Zreče, sprejetim dne 14. 9. 1995. [8]
	Grb Občine Slovenske Konjice je precej svojevrsten. *Nastal je pred letom 1571* in ga štejemo med t. i. slovensko govoreče grbe. Ima obliko ščita, na njem pa je upodobljen *vzpenjajoč neosedlan beli konj na rdečem polju z zlato-rumeno obrobo*.
	Grb Vitanjske gospoščine je prevzel trg Vitanje in danes tudi Občina Vitanje. O pomenu *treh školjk v grbu* najglasneje govori teorija ali zgolj legenda, da je *v kotlini, v kateri se danes nahaja Vitanje, nekoč obstajalo jezero.*
	Grb Občine Oplotnica je *upodobljen na ščitu poznogotskega stila, sanitske oblike*. Zlato in modro polje deli valovnica s tremi vali, od katerih je en val razpolovljen. *V zlatu je trikrat ponovljen del črne vinske trte*, ki nosi zelen trtni list navzgor in rdeč vinski grozd navzdol. V modrini spodnjega polja je *srebrno vodno kolo s štirimi dvojnimi naperami v križ.* Trije obloženi trtni šparoni predstavljajo Občino Oplotnica kot vinorodno krajino, vodno kolo pa opozarja na vodne vire pohorskega gorovja, ki je gnalo kolesa nekdanjih mlinov in žag. Oboje ponazarja simboliko marljivosti oplotniškega občinstva .

Vir: Spletne strani občin in destinacije Rogla-Pohorje (1. 9. 2016).

[6] Vir: http://www.destinacija-rogla.si/domov/vitanje (8. 8. 2016).

[7] Vir: http://www.zrece.si/files/ other/dynamiccontent /12/ 2859Grb%20Ob%C4%8Dine%20Zre%C4%8De.JPG (3. 7. 2016).

[8] Vir: http://www.zrece.si/obcinskevsebine/370 (3. 7. 2016).

V Tabeli 8 so predstavljene *vizitke Občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica*, ki sestavljajo destinacijo Rogla-Pohorje.

Tabela 6: Vizitke občin destinacije Rogla-Pohorje

Naslov:	**Občina Zreče** Cesta na Roglo 13b SI-3214 Zreče	**Slovenske Konjice** Stari trg 29 SI-3210 Slov. Konjice	**Občina Vitanje** Grajski trg 1, SI-3205 Vitanje	**Občina Oplotnica** Goriška cesta 4 SI-2317 Oplotnica
Kontakti:	**T: +386 3 757 17 00** **F: +386 3 576 24 98**	**T: +386 3 757 33 50** **F: +386 3 757 33 80**	**T: +386 3 757 43 50** **F: +386 3 757 43 51**	**T: +386 2 845 09 00** **F: +386 2 845 09 09**
	info@zrece.eu **www.zrece.si**	**info@slovenskekonjice.si** **www. slovenskekonjice.si**	**info@vitanje.si** **www.vitanje.si**	**obcina@oplotnica.si** **www.oplotnica.si**
Župan:	**mag. Boris Podvršnik**	**Miran Gorinšek**	**Mirko Polutnik**	**Matjaž Orter**
Št. preb.:	**6.505**[9]	**14.500**	**2.254**	**4.056**
Površina občine:	**67 km²**	**98 km²**	**59 km²**	**33 km²**
Sta. regija:	**Savinjska**	**Savinjska**	**Savinjska**	**Podravska**
Število naselij:	**27**	**58**	**7**	**21**
Leto usta.:	**1994**	**1994**	**1995**	**1998**
Matična številka:	**5883342000**	**5883814000**	**5883768000**	**1357506000**
Davčna številka:	**SI 35536519**	**SI 65504038**	**SI 28019610**	**SI 70271046**
TRR:	**SI56 0134 4544 0309 125**	**SI56 0131 4010 0003 434**	**SI56 0133 7010 0003 568**	**SI56 0137 1010 0009 759**
SKD:	**84.110 - Splošna dejavnost javne uprave**			

Vir: Spletne strani občin in portala Bizi.si (7. 8 .2016).

Statistični podatki za občine destinacije Rogla-Pohorje so predstavljeni v Tabeli 9.

Tabela 7: Statistični podatki občin destinacije Rogla-Pohorje za leto 2014

Občina	**Zreče**	**Slovenske Konjice**	**Vitanje**	**Oplotnica**[10]
Št. preb.	6.350 preb/67 km² (95 preb/km²)	14.524 preb/98 km² (149 preb/km²)	2.250 preb/59 km² (38 preb/km²)	4.056 preb/33 km² (123 preb/km²)
Prirast na 1000 preb.	+3,8	+3,8	+8,5	+3,9
Povp. starost občanov	40,8 let	41 let	41,4 let	41,1 let
Št. otrok v vrtcih	266 otrok v 3 vrtcih (v vrtcu 78 % od 1-5 let starih otrok)	670 otrok v 10 vrtcih (v vrtcih 77% od 1-5 let starih otrok)	65 otrok v 1 vrtcu (v vrtcu 63% od 1-5 let starih otrok)	150 otrok v 3 vrtcih (v vrtcu 70% od 1-5 let starih otrok)
Učenci v OŠ	565 učencev	1.350 učencev	210 učencev	320 učencev
Dijaki v SŠ	293 dijakov	610 dijakov	110 dijakov	14 dijakov
Študenti/diplomanti na 1.000 preb	40 študentov in 9 diplomantov	40 študentov in 8 diplomantov	30 študentov in 12 diplomantov	50 študentov in 9 diplomantov
Zaposleni/ samozaposleni	63 % delovno sposobnih preb. 3.961 zaposlenih	60% delovno sposobnih preb. 4.585 zaposlenih	66% delovno sposobnih preb. 294 zaposlenih	60% delovno sposobnih preb. 444 zaposlenih
Podjetja	490 podjetij 333,036.000 EUR prihodek podjetij	1.192 podjetij 408,175.000 EUR prihodek podjetij	132 podjetij 15,453.000 EUR prihodek podjetij	225 podjetij 32,523.000 EUR prihodek podjetij
Registrirana brezposelnost	10,8% brezpo. oseb med aktivnim preb.	14,15% brezpo. oseb med aktivnim preb.	8,5% brezp. oseb med aktivnim preb.	11,2% brezpo. oseb med aktivim preb.
Povp. mes. bruto	9% nižja	16% nižja	18% nižja	26% nižja

[9] Vir: E-CRP Ministrstva za notranje zadeve na dan 20.1.2015
[10] Vir: http://www.stat.si/obcine/sl/2014/Municip/AbsoluteDataAll/115 (15. 8. 2016).

plača na os. glede na povp. v SI				
Št. stanovanj na 1000 preb	420 (povp. 82 m²),	400 (povp. 84 m²)	407 (povp. 85m²)	370 (povp. 88 m²)
Št. avtomobilov na 100 preb.	53 (star povp. 9,4 let)	52 (star povp. 9,7 let)	51 (star povp. 10,1 let)	55 (star povp. 9,7 let)
Št. kg odpadkov na preb.	269 kg/preb.	272 kg/preb.	196 kg/preb.	223 kg/preb.

Vir: [11]; Opomba: Več o tem glej v dokumentih Načrt razvoja in trženja turizma v občini Zreče / Slovenske Konjice / Vitanje / Oplotnica 2017-2021.

Za leto 2014 lahko povzamemo naslednje podatke za destinacijo Rogla-Pohorje:

- okoli *27.180 prebivalcev*, povprečno starih *41 let* je živelo na območju *257 km²,* kar pomeni *105,7 preb/km²,* največ prebivalcev ima občina *Slovenske Konjice (54%),* sledijo *Zreče (23%), Oplotnica (15%) ter Vitanje (8%),*
- *prirast na 1.000 prebivalcev* je bil pozitiven in je povprečno znašal *+3,8* le *v Vitanju* je bil izjemno visok in je znašal *+8,5,*
- *17 vrtcev je obiskovalo 1.151 otrok*, največ otrok starih od 1-5 let je bilo v vrtcih v občini Zreče (78%) in najmanj v občini Vitanje (63%),
- v osnovne šole je bilo vpisanih *2.445 učencev*, v srednje *1.027 dijakov* in na fakultete *160 študentov na 1.000 prebivalcev*, največ diplomantov na 1.000 prebivalcev je bilo v Vitanju (12) in najmanj v Slovenskih Konjicah (8),
- *9.284 zaposlenih/samozaposlenih*, kar pomeni med 60% in 66% (Vitanje) delovno sposobnih prebivalcev,
- registriranih je bilo *2.039 podjetij*, ki so ustvarila *789,187.000 EUR prihodka,*
- *registrirana brezposelnost* med aktivim prebivalstvom je bila *najvišja v občini Slovenske Konjice (14,15%)* in *najnižja v občini Vitanje (8,5%),*
- *povprečna mesečna bruto plača* na osebo je bila *najnižja v Oplotnici* (26% nižja glede na povprečje v Sloveniji) in *najvišja v Zrečah* (9% nižja glede na povprečje v Sloveniji),
- *največ stanovanj* na 1.000 prebivalcev je bilo *v Zrečah (420) in najmanj v Oplotnici (370),* kjer so bila stanovanja velika povprečno 88 m², najmanjša pa so bila v občini Zreče (82 m²),
- *največ avtomobilov* na 100 prebivalcev je bilo registriranih *v Oplotnici in najmanj v Vitanju*, avti pa so povprečno najmanj stari v občini Zreče (9,4 let),
- *največ odpadkov na prebivalca* je bilo ustvarjenih *v občini Slovenske Konjice (272 kg) in najmanj v občini Vitanje (196 kg).*

Slike 10-13 prikazujejo podobo destinacije Rogla-Pohorje od Oplotnice do Slovenskih Konjic in Zreč do Vitanja.

[11] http://www.stat.si/obcine/sl/2014/Municip/Index/204 (1.7.2016).

Sliki 10: Občina Zreče iz zraka – Dravinjska dolina in Rogla

Vir: http://www.destinacija-rogla.si/modules/aktualno/uploads/zre%C4%8De.jpg in http://www.booking.com/hotel/si/rogla.sl.html (1.7. 2016).

Slika 11: Občina Slovenske Konjice – Stari trg in vinorodne Škalce

Vir: http://www.sajko-turizem.si/si/images/2015/slov_konjice/cf370ce0-7552-4e13-9eaa-ec3ee651539f.jpg in http://www.sajko-turizem.si/si/images/2015/slov_konjice/SKALCE%2011.jpg (1.7. 2016).

Slika 12: Občina Vitanje

Vir: http://www.destinacija-rogla.si/modules/store/uploads/ksevt_v_vitanju.jpg in http://www.destinacija-rogla.si/muzejske-zbirke-in-galerije/ksevt-vitanje (7. 8. 2016).

Slika 13: Občina Oplotnica

Vir: http://oplotnica.si/o-oplotnici/ (7. 8. 2016).

…

4 Vizija in strateški cilji razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

Na drugi plenarni delavnici s širšo Projektno skupino DRP (21. marca 2016) smo z deležniki oblikovali vizijo in razvojne ter trženjske cilje v DRP.

4.1 Vizija na področju turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

V Tabeli 76 so predstavljeni slogan ter kratka in daljša vizija razvoja in trženja turizma v občini Zreče.

Tabela 8: Vizija razvoja in trženja turizma v DRP

SLOGAN: **Razišči, občuti, užij**
KRATKA VIZIJA: **Rogla-Pohorje je leta 2021 prepoznana kot podeželska destinacija s kakovostnimi programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja, aktivnimi počitnicami in pripravami športnikov, kreativnimi vinskimi in kulinaričnimi zgodbami, poglobljenimi doživetji kulturizacije vesolja ter spoznavanja z naravo, bogato kulturno dediščino in rokodelstvom, svetovno prepoznanimi športnimi in tradicionalnimi prireditvami ter poslovnimi druženji, na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo gostoljubni in aktivni domačini**
DOLGA VIZIJA: **Destinacija Rogla-Pohorje je leta 2021 pozicionirana kot konkurenčna, zelena, ekološka, dostopna, domačna, varna, gostoljubna, medgeneracijsko in s celovito ponudbo povezana destinacija, kjer se na območju med Roglo, vinorodnimi griči in Dravinjsko dolino prepleta tradicija s sodobnostjo, ob visoki kakovosti bivanja ter kreativnem okolju za delo in oddih.** **Kakovostni turistični programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Turističnem centru Rogla omogočajo ob vinskih zgodbah Škalc in kreativni kulinariki turističnih kmetij idr. ponudnikov, bogati kulturni dediščini srednjeveške Žičke kartuzije in Graščine v Oplotnici ter programih kulturizacije vesolja v KSEVT-u, poglobljena doživetja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, oplemenitenih z izročilom rokodelcev in ljubiteljskih skupin.** **Aktivne in sproščujoče počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje** (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akratotermalna voda, pohorska voda, šota), **poslovna druženja, priprave športnih ekip ter vabljivi programi krajših doživetij, gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi s kolektivno tržno znamko Okusi Rogle.**

4.2 Strateški razvojni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021

V Tabeli 77 so predstavljeni strateški razvojni cilji na področju turizma v DRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani PSDRP.

Tabela 9: Strateški razvojni cilji na področju turizma DRP v obdobju 2017-2021

C1	**Organizirano vzpostavljen model sodelovanja, povezovanja in trženja turistične dejavnosti ter celovite ponudbe destinacije Rogla-Pohorje s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi in komuniciranjem z javnostmi,** ki udejanja zastavljeno vizijo, strateške cilje ter ukrepe skozi usklajen sistem poslovanja (TIC) vsake od štirih mikro destinacij – občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje **– destinacijska management organizacija.**
C2	**Zelena, dostopna** (geografsko in za vse ciljne skupine) **destinacija s poglobljenimi doživetji** sonaravnega turizma na Pohorju in območju Dravinjske doline, spodbujeno lokalno oskrbno mrežo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo (kulinariko in vini), odprtimi učnimi idr. kmetijami ter rokodelskimi delavnicami z raznolikimi programi doživetij (sirarna, čebelarstvo, žganjekuha, vinotoči, pletarstvo, mlin, žaga, kovačija, kamnoseštvo, mizarske delavnice idr.), lokalnimi tržnicami in delikatesami ter naborom rokodelskih izdelkov, programom ekoloških dogodkov (zeleni piknik) ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo – **»Green destination«.**
C3	**Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod kolektivno tržno znamko Okusi Rogle –** spodbujeni ponudniki k zagotavljanju kritične mase pridelkov in izdelkov, vzpostavljen sistem logistike, mreža prodajnih mest - prodajnih vitrin, polic in lokalnih trgovinic s skupnim trženjem in prodajo.
C4	**Obujena tradicija rokodelstva** na področjih konjeništva (usnjarstvo, kovaštvo), lesne galanterije, kamnoseštva, kulinarike idr. ter razviti programi rokodelskih spretnosti za ciljne skupine – **rokodelski center.**
C5	**Vlaganja v vinogradništvo in vinarstvo ter razvita dopolnilna ponudba v navezi z vinskim turizmom.**
C6	**Zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev** (vlaganja v poglobljeno zdraviliško-velneško in športno-rekreativno infrastrukturo (kopalni bazen - dostop prilagojen tudi za invalide), sprehajalne, kolesarske, pohodniške, konjeniške idr. poti, motorik park, projekt »hoja med krošnjami«, izkustveni park za otroke idr.); objekte kulturne in naravne dediščine (urejeni objekti in turistične točke); turistično prometno (npr. panoramske ceste), parkovno, nastanitveno, doživljajsko ter komunikacijsko-informacijsko infrastrukturo; idr.).
C7	**Vzpostavljena infrastruktura za izvajanje kreativnih turističnih doživetij za izletnike in stacionarne goste na podeželju** – prostori za rokodelske delavnice, oglede proizvodnje, degustacije, sproščanja ipd. - povezanih ponudnikov.
C8	**Učinkovito delovanje TIC-ev z inovativno delovno skupino** (zagotoviti sredstva za delovanje, povezovanje kreativne ponudbe, promocijo in prodajo turistične ponudbe) ter vzpostavljen model lokalno, destinacijsko in mednarodno prepoznavnih tradicionalnih in sodobnih prireditev, dogodkov, projektov in doživetij za ciljne generacije.
C9	**Vzpostavljene raznolike doživljajske namestitvene kapacitete ter bivanje v naravnem okolju** (npr. apartmajska eko vas, mladinski hotel, glamurozni kamp (npr. hiške na drevesih, med vinogradi), ekološki idr. kamp, postajališče za avtodome, razpršeni hotel, invalidom primerne nastanitvene kapacitete idr.).
C10	**Kakovostno usposobljeni kadri**, ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma (tržniki, informatorji, destinacijski vodniki, ponudniki idr.) in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in kolektivno tržno znamko, celovito promovirajo in tržijo destinacijo.

4.3 Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021

V Tabeli 78 so predstavljeni strateški kvalitativni cilji na področju turizma v DRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani PSDRP.

Tabela 10: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP obdobju 2017-2021

C1	**Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko**, ki zagotavlja enoten trženjski nastop in povezovanje trženjskih aktivnosti s ciljem doseganja večje učinkovitosti in prepoznavnosti z vzpostavljenim sistemom gradnje vrednosti znamke, skrbništvom ter upravljavsko in komunikacijsko strategijo.
C2	**Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja** - skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti, vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA idr.), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd. ter skupni programi (povezana ponudba destinacije pod skupno vstopnico – variante a, b, c).
C3	**Razvit destinacijski načrt povezanega komuniciranja znotraj destinacije in navzven** (na domačem in mednarodnih trgih) **ter izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru** – na začetku projektno, kasneje v pravno-formalno povezani organizaciji, ki enakovredno vključuje vse partnerje (skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti (tudi skozi pobratena mesta na ključnih trgih), vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA,), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd.
C4	**Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo** (celovit destinacijski rezervacijski sistem, oglaševanje z blogi, interaktivna spletna stran, mobilni vodnik, učinkovite orientacijsko/informacijske table na destinaciji ter razviti promocijski materiali pri ponudnikih idr.), spremljanje ocen in mnenj na rezervacijskih portalih in v socialnih omrežjih ipd. za boljše prilagajanje trendom in s tem večje povpraševanje.
C5	**Celovite promocijske aktivnosti destinacijske znamke Rogla-Pohorje ciljano nagovarjajo:** turiste, ki si želijo počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: klima, voda, šota); pare in družine z aktivnim življenjskim slogom; rekreativce in vrhunske športnike ter ljudi z zdravim življenjskim slogom, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih ter kreativni gastronomiji in privlačnih dogodkih popestrenih z rokodelskimi lokalnimi produkti na območju širše destinacije Rogla-Pohorje za večdnevna bivanja v destinaciji.
C6	**Celovite promocijske aktivnosti na področju izletniškega turizma s** kreativnimi programi doživetij nagovarjajo: šolske skupine; skupine tretjega življenjskega obdobja; skupine, ki bivajo v bližnjih zdraviliščih; družine; pare; rekreativce in športnike; poslovne goste; golfiste idr. za krajša doživetja v destinaciji.
C7	**Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti** (gostinstvo, - natakarji in receptorji, informiranje – informatorji ter vodenje – specializirani vodniki za doživljajska vodenja peš, s kolesi, konji idr., trenerji in mentorji idr., kmetijstvo – delavnice na kmetiji, degustacije, predstavitve ipd.).
C8	**Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste in vzpostavljenim sistemom zvestobe** - zadovoljnih gostov, ki se vračajo - rast deleža stalnih (predvsem mednarodnih) gostov in v destinaciji bivajo dlje časa. (paketi)
C9	**Razvit nabor konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov**, ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne dediščine za izbrane ciljne skupine – navdih deležnikov v poslovnem inkubatorju.
C10	**Nadgrajena ponudba doživetij skladna s trendi v turistični panogi:** - **Vinske kreativne zgodbe** – nadgrajena vinska doživljajska ponudba (npr. bivanje med vinogradi); vzpostavljena tradicija učinkovitega trženja večjih vinskih dogodkov in njihova vključitev v turistične pakete - **Kreativna kulinarika** – doživetja na področju kulinarike z lokalno dodano vrednostjo od

	vrhunske kulinarike do ponudbe na kmečki tržnici - **Kreativni rokodelci** – delavnice obdelave lesa, kamna, kovine, živil idr. - **Kulturizacija vesolja in vesoljske tehnologije in umetnosti** - **Programi doživetij v obnovljenih objektih kulturne dediščine** (npr. Žička kartuzija, Dvorec Trebnik, Ksevt, Graščina v Oplotnici, Konjiški grad idr.) - **Zgodbe bogate kulturne dediščine** - storytelling o znanih osebnostih, dogodkih ipd. - **Selfness** – narava, voda, svež zrak in zelišča kot darovi Pohorja – v gozdu, na pašniku (energijske in zdravilne točke) - **Zelena rekreacija in šport** idr. – izpostavljena razgledišča in energetske točke - **Mehke oblike zimsko-športnih aktivnosti** - **Glamurozno kampiranje** – npr. v navezi s Partovcem, Cezlakom, Rakovcem ipd. - **Poroka** - v Žički kartuziji, v Graščini Oplotnica, na Rogli, v Ksevt-u, na Gorenju itd. - **Tržnice s KTZ Okusi Rogle** – grajska v Oplotnici, na trgu v Konjicah, na Rogli, Zreška - **Ljubiteljska društvena dejavnost** na področjih kulture, športa in rekreacije **v turistične namene** - **Center šolskih in obšolskih dejavnosti na Gorenju** – zabavne aktivnosti za družine in skupine ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje**.**
C11	**Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po destinaciji** (storytelling peš - pohodništvo, s kolesom - kolesarstvo, orodji mehke mobilnosti – konj, električno kolo ipd.) pritegnejo različne ciljne skupine.
C12	**Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe s kolektivno tržno znamko Okusi Rogle** zagotavlja rastočo prodajo produktov z višjo lokalno dodano vrednostjo – višja kakovost in višja cena celovito trženih produktov v mreži prodajnih mest.
C13	**Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalno-sodobne prireditve,** ki dvigujejo prepoznavnost destinacije in vključene v dopadljive pakete, pritegnejo turiste k obisku.
C14	**Oplotnica** prepoznana po doživetjih v Grajskem kompleksu (grajska poroka, grajska tržnica), Oplotniškem vintgarju in Partovcu ter Rokodelskem in Čebelarskem centru ter aktivnostih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom ter organizirane skupine (šolske, seniorske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi rokodelske spretnosti in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja o permakulturnem življenju skupaj s prijaznimi domačini, ob ponudbi lokalnih izdelkov in storitev na območju širše destinacije.
C15	**Vitanje** prepoznano po programih KSEVT-a in doživetjih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom; skupine (šolske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi znanja o vesoljskih tehnologijah, kulturizaciji vesolja in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja skupaj s prijaznimi domačini o naravi, kulturni dediščini, lokalnih obrteh in spretnostih, kulinariki in lokalnih produktih na območju širše destinacije.
C16	**Slovenske Konjice** pritegnejo obiskovalce s poglobljenimi doživetji srednjeveške Žičke kartuzije, mestnega jedra pod Konjiško goro in (grad) ter slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, ki jih nadgrajujejo tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika ter vinske zgodbe na območju od Škalc do Tepanjskega vrha, od Žičke Gorce do Zbelovske Gore.
C17	**Zreče** nagovarjajo družine in posameznike s kakovostnimi turističnimi programi zdravja in dobrega počutja, ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (klima, voda in šota), aktivnih počitnicah, poslovnih druženjih ter priprav vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju, ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno dediščino in obrtjo.

4.4 Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021

V Tabelah 79-82 so predstavljeni strateški kvanitativni cilji na področju turizma v posameznih občinah DRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani DS občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica. Kvanitativni cilji so predstavljeni posebej za vsako občino, saj so izhodišča med njimi tako različna, da jih je nesmiselno združevati.

Tabela 11: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017-2021

C1	*2 odstotna letna rast števila stacionarnih gostov*, predvsem iz mednarodnega okolja glede na leto 2015 (66.050) → (74.400 – leta 2021)
C2	*3 odstotna rast nočitev* glede na leto 2015 (238.334), predvsem iz mednarodnega okolja → (284.600 – leta 2021)
C3	*Zmanjšanje odvisnosti od sezonskih mesecev*, da bi se rast nočitev povečala v obdobju mrtvih mesecev (november, marec)
C4	*Podaljšanje dobe bivanja* iz 3,6 v letu 2015 → (3,8 - leta 2021)
C5	*Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč* (1934 leta 2014) iz 33,76 odstotkov leta 2015 → (40 odstotkov - leta 2021)
C6	*3 odstotna letna rast števila dnevnih turistov* iz 450.000 leta 2015 → (537.000 – leta 2021)
C7	*Povečanje obsega turistične potrošnje* – dnevnega turista za 5% na leto (iz 20 poleti oz. 32 EUR pozimi → 27 oz. 43 EUR - leta 2021) in stacionarnega gosta za 4% na leto glede na 2015 (iz 70 EUR poleti in 80 EUR pozimi → 88 oz. 100 EUR -leta 2021)
C8	*Dvig kakovosti ter raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet* (1934 ležišč leta 2014) → (2.100 – leta 2021)
C9	*20 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko LTO-ja* glede na leto 2015 (12) → (35 - leta 2021)
C10	*Opredelitev rasti obiska turistov iz ključnih tržišč:* glavnina gostov prihaja iz Slovenije gosti iz mednarodnih trgov: - poleti na Rogli - države bivše Jugoslavije, Madžarska, Benelux; - Terme Zreče celo leto - države bivše Jugoslavije, Madžarska (v času zime), Nemčija, Italija, Avstrija in Ruska federacija; - Potencialni mednarodni trgi – države srednje in vzhodne Evrope (Češka, Slovaška, Poljska), Zalivske države (vrhunski šport) in države iz Skandinavije
C11	*5 odstotna letna rast števila smučarjev na Rogli* – 185.000 leta 2015 → (250.000 – leta 2021)
C12	*3 odstotna letna rast števila kopalcev v Termah Zreče* – 142.183 leta 2015 → (169.800 – leta 2021)
C13	*3 odstotna letna rast števila obiskovalcev tradicionalnih prireditev*: - Praznik pohorskega lonca - 1.500 obiskovalcev leta 2015 → (1.800 obiskovalcev – leta 2021) - Ropotanje v starih Zrečah – 700 obiskovalcev leta 2015 → (850 obiskovalcev – leta 2021) - Martinovanje - 100 obiskovalcev leta 2015 → (120 obiskovalcev – leta 2021)

Tabela 12: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017-2021

C1	*10 odstotna letna rast števila gostov*, predvsem iz mednarodnega okolja glede na leto 2015 (1371) → (2.430 gostov – leta 2021)
C2	*10 oz. 20 odstotna rast nočitev gostov* glede na leto 2015 (2.129), predvsem iz mednarodnega okolja → (3800 oz. 6300 – leta 2021)[12]
C3	*Podaljšanje dobe bivanja* iz 1,5 dni v letu 2015 → (2,5 dni – leta 2021)
C4	*20 odstotna rast števila nastanitvenih kapacitet* (50 Ulipi, 20 Kračun, Grič 7, Pod Orehi 8, Mala kmetija 6 - 91) iz 91 leta 2015 (potencialne nove kapacitete do 2021: Trebnik 20, Wiking 40, Eko hotel ? 20, H Dravinja 50, Ranč Dravinja 20?) → (270 – leta 2021)
C5	*Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč* iz 6,4 % leta 2015 na → (15 % - leta 2021)
C6	*12 odstotna letna rast števila dnevnih turistov* iz 10.436 leta 2014 v Žički kartuziji → (20.000 – leta 2021)
C7	*8 odstotna letna rast števila ocenjenih obiskovalcev Slovenskih Konjic* **-** iz 25.000 leta 2015 → **(**40.000 – leta 2021)
C8	*10 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko* **TIC-a** glede na leto 2014 (168 skupin) → (300 – leta 2021)
C9	*Povečanje obsega turistične potrošnje* – dnevnega turista za 8% na leto (iz 20 EUR → 32 EUR) in stacionarnega gosta 5% glede na 2015 (iz 50 EUR → 67 EUR)
C10	*Opredelitev rasti ključnih tržišč* glede na število turistov in promocijske aktivnosti - Slovenija, Avstrija, Italija, Nemčija, Francija, Skandinavija
C11	*Rast obiska dogodkov* **-** organizirani preko TIC-a in drugih ponudnikov v letu 2015: - Martinovanje – št. obiskovalcev 700 → (1.500 – leta 2021) - Maraton – št. obiskovalcev 2.000 → (2.700 – leta 2021) - Jurjevanje – št. obiskovalcev 500 → (1.200 – leta 2021) - Poletni glasbeni večeri v Žički kartuziji – št. obiskovalcev 1.500 → (2.000 – leta 2021) - Mednarodni festival podvodnega filma – št. obiskovalcev 700 → (1.000 – leta 2021) - Naznanitev trgatve – št. obiskovalcev 800 → (1.200 – leta 2021)

Tabela 13: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017-2021

C1	30 odstotna letna rast števila gostov glede na leto 2015 (26) → (125 gostov – leta 2021)
C2	10 odstotna rast nočitev gostov glede na leto 2015 (139) → (246 – leta 2021)
C3	Podaljšanje dobe bivanja iz manj kot 1 dan v letu 2015 → (1 dan – leta 2021)
C4	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč iz 1,3 % leta 2015 → (10 % - leta 2021)
C5	20 odstotna letna rast števila dnevnih turistov iz 10.990 leta 2014 → (32.816 dnevnih turistov – leta 2021)
C6	Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega turista za 5 % na leto (iz 7 EUR → 10 EUR – leta 2021) in stacionarnega gosta za 5 % na leto glede na 2015 (iz 30 EUR → 40 EUR – leta 2021)
C7	Dvig kakovosti in raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet, povečanje kapacitet v okviru projekta »Razpršeni hotel Vitanje« → (10 ležišč – leta 2021)
C8	Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti - trenutno je najmočnejši trg Slovenija, nagovarjanje mednarodnih gostov iz radija oddaljenosti do 400 km (Dunaj, Trst, Zagreb – 5-6 mio ljudi je bilo predvideno – 2 TA iz Hrvaške, društva iz Avstrije)
C9	10 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko KSEVT-a glede na leto 2015 (222 skupin od 10 do 50 oseb) → (400 skupin – leta 2021)
C10	5 odstotna letna rast obiska dogodkov: - Holcerija iz 1.000-1.500 leta 2015 → (1.350-2.010 obiskovalcev – leta 2021) - Planinsko srečanje na Paškem Kozjaku (organizator PD Vitanje) iz 1000 leta 2015

[12] Odvisna od števila novih nastanitvenih kapacitet – 10 ali 20 odstotna rast kapacitet.

	→ (1.350 obiskovalcev – leta 2021) - Gasilska veselica iz 1.000 leta 2015 → (1.350 obiskovalcev – leta 2021) - Pohod na Rakovec iz 100 leta 2015 → (130 obiskovalcev – leta 2021)

Tabela 14: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Oplotnica v obdobju 2017-2021

C1	*Rast števila gostov* glede na leto 2015 → (ni podatka)
C2	*Rast števila nočitev gostov* glede na leto 2015 → (ni podatka)
C3	*Podaljšanje dobe bivanja* glede na leto 2015 → (ni podatka)
C4	*Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč* glede na leto 2015 → (ni podatka)
C5	*30 odstotna letna rast števila nastanitvenih kapacitet* iz 8 ležišč leta 2015 → (38 ležišč - leta 2021) ter dvig kakovosti ter raznovrstnost obstoječih
C6	*30 odstotna letna rast števila dnevnih turistov v Graščini* iz 218 leta 2015 → (1.050 dnevnih turistov – leta 2021)
C7	*20 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko TIC-a in TD* glede na leto 2015 → (ni podatka).
C8	*Povečanje obsega turistične potrošnje* – dnevnega odraslega turista za 20 % na leto (odrasli iz 9 EUR → 27 EUR[13]), dnevnega turista otroka za 30 % (otroci iz 2 EUR → 10 EUR) in stacionarni gosti za 5% glede na 2015 (30 EUR → 40 EUR).
C9	*Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti* - trenutno je edini trg Slovenija
C10	*Letna rast obiska tradicionalnih prireditev* organiziranih preko TP, TD, TA in drugih ponudnikov glede na leto 2015: - Velikonočni pohod – 1.200 – 2.500 pohodnikov[14] → (2.500 pohodnikov – leta 2021)

[13] Odrasli: Graščina 3 EUR; delavnica 10 EUR, degustacija 5 EUR, kosilo 12 EUR, spominek 3 EUR = cca 30 EUR
Otroci: Graščina 2 EUR, delavnica 7 EUR, degustacija 3 EUR, kosilo 8 EUR, spominek 2 EUR = cca 22 EUR
[14] Leta 2015 23 pohod s postojankami in kulinariko (Oplotnica – Črno jezero – Trije kralji (vsa društva sodelujejo s PD) – naslednje leto bi radi pripeljali pohodnike nazaj v Oplotnico in tržili doma (7 ur hoje).

5 Razvoj in trženje turizma v destinaciji Rogla-Pohorje

V sklopu aktivnosti Projektne in delovnih skupin destinacije Rogla-Pohorje so se izkristalizirale štiri prioritete, ki se bodo udejanjale skozi štiri centre modela razvoja in trženja destinacije Rogla-Pohorje. Delovne skupine posameznih centrov bodo v prehodnem času preden se vzpostavi pravno-formalna oblika destinacijske management organizacije (DMO) Rogla-Pohorje skozi lastne aktivnosti usmerjale razvoj in trženje turizma vsake od štirih občin in destinacije Rogla-Pohorje kot celote.

5.1 Destinacija Rogla-Pohorje skozi prioritete razvoja in trženja turizma v obdobju 2017-2021

Slika 27 prikazuje prioritete razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje.

Slika 14: Prioritete razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje

P1 – Mreženje – partnerstvo in soorganiziranost destinacije Rogla-Pohorje je temeljna prioriteta na kateri slonijo ostale tri. Povezana je z nalogami destinacijske organizacije, ki bo skrbela za 'partnerstva z namenom' celovitega razvoja in trženja ponudbe (ponudnikov) destinacije Rogla-Pohorje. Osrednjo vlogo destinacije Rogla-Pohorje nosita občina Zreče, ki razpolaga z največ turističnimi kapacitetami in opravljenimi nočitvami ter občina Slovenske Konjice, ki je največja po številu prebivalcev in površini. V teh dveh občinah sta tudi vzpostavljena TIC-a. V občini Slovenske Konjice je sedež upravne enote treh občin, in sicer Slovenske Konjice, Zreče in Vitanje.

P2 – Razvoj in trženje produktov / programov destinacije Rogla-Pohorje se nanaša na povezano ponudbo doživetij destinacije skozi po meri oblikovane turistične produkte / programe celovite destinacije s ciljanim nagovarjanjem skupin turistov. Ta prioriteta je

povezana z delovanjem Centra za strateško in operativno trženje (CSOT) in Centra za doživetja (CD) v destinaciji Rogla-Pohorje.

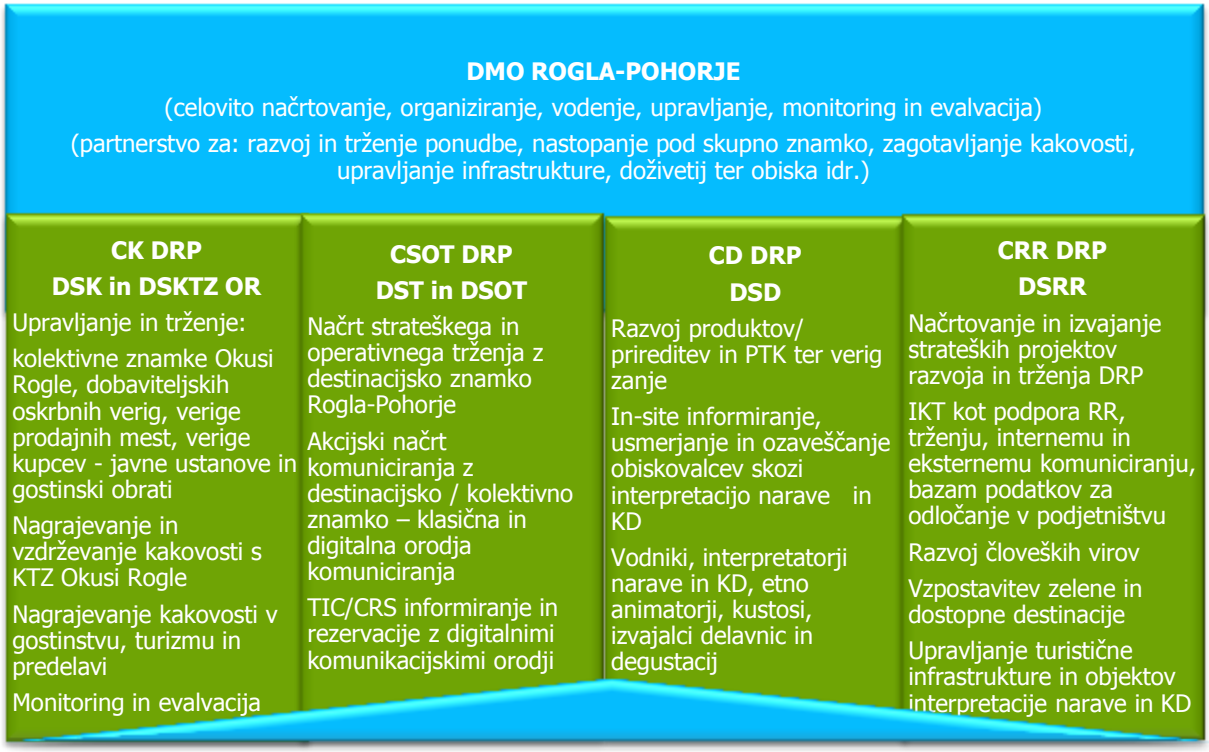
P3 – Promocija in prodaja z destinacijsko / kolektivno znamko se povezuje z aktivnostmi Centra za strateško in operativno trženje (CSOT), ki deluje skozi Delovno skupino za strateško trženje destinacije Rogla-Pohorje (DSST DRP) in Delovno skupino za operativno trženje (DSOT DRP). Tako bo vzpostavljen načrtovan strateški razvoj in trženje destinacije Rogla-Pohorje na domačem in mednarodnih trgih z *osveženo destinacijsko znamko Rogla-Pohorje* in *kolektivno tržno znamko Okusi Rogle* ter po meri oblikovana doživetja prepoznanim ciljnim skupinam turistov.

P4 - Razvoj podpornega okolja – kakovost in konkurenčnost destinacije na dolgi rok bo omogočena skozi Center za raziskave in razvoj (CRR) ter Center za kakovost. V sklopu teh delujejo Delovna skupina za kakovost v destinaciji Rogla Pohorje (DSK DRP), Delovna skupina za Kolektivno tržno znamko Okusi Rogle (DSKTZ OR) ter Delovna skupina za raziskave in razvoj destinacije Rogla-Pohorje (DSRR DRP).

5.2 Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje

Slika 28 prikazuje Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje, ki vključuje vse štiri občine, in sicer Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica.

Slika 15: Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje



Upravljanje destinacije Rogla-Pohorje temelji na vzpostavitvi ***Destinacijske management organizacije (DMO) Rogla-Pohorje.***

Destinacijska organizacija (DMO) Rogla-Pohorje bo s pravno-formalno vzpostavitvijo skrbela za celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma na območju destinacije Rogla-Pohorje, torej vseh štirih občin - Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica.
Njena osrednja naloga je ***vzpostaviti aktivno partnerstvo***, ki bo skrbelo za:

- celovit razvoj in strateško trženje ponudbe destinacije Rogla-Pohorje (občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica),
- nastopanje pod skupno osveženo destinacijsko znamko Rogla-Pohorje in kolektivno tržno znamko Okusi Rogle,
- operativno trženje - promocijo in trženje ponudbe kakovostnih pridelkov, storitev in produktnih tržnih kombinacij na celovito organiziranih informativnih in prodajnih mestih,
- zagotavljanje kakovostnih informacij v destinaciji in v digitalnih orodjih o ponudbi destinacije Rogla-Pohorje,
- zagotavljanje kakovostnih in neponovljivih doživetij za prepoznane ciljne skupine turistov,
- nadgradnjo turistične infrastrukture in njeno poenotenje skozi skupne investicije ter prijave na razpisana sredstva,
- enovito signalizacijo in upravljanje turistične infrastrukture v destinaciji Rogla-Pohorje,
- idr.

V začetni fazi bodo te aktivnosti peljali štirje centri, in sicer:

- ***Center kakovosti destinacije Rogla-Pohorje (CK DRP),***
- ***Center strateškega in operativnega trženja destinacije Rogla-Pohorje (CSOT DRP),***
- ***Center doživetij destinacije Rogla-Pohorje (CD DRP)*** ter
- ***Center za raziskave in razvoj destinacije Rogla Pohorje (CRR DRP).***

Vsak center deluje pod okriljem vodje centra, ki koordinira aktivnosti delovnih skupin, katere udejanjajo želeno vizijo in strateške cilje destinacije Rogla-Pohorje in posamezne občine znotraj destinacije.

Center kakovosti destinacije Rogla-Pohorje (CK DRP) bo z:

- *Delovno skupino za kakovost* v destinaciji Rogla-Pohorje (DSK DRP) skrbel za razvoj kakovostnih storitev na področjih gostinstva, turizma, predelave v kmetijstvu in z njimi povezanimi dejavnostmi (program delavnic za usposabljanje zaposlenih in zainteresiranih),
- *Delovno skupino za Kolektivno tržno znamko Okusi Rogle* (DSKTZ OR) ter z lastnikom in skrbnikom KTZ OR poskrbel za nadgradnjo pravilnika o ocenjevanju ter pravno-formalne oblike podeljevanja znaka kakovosti KTZ OR, in sicer:
    - nadgradil obstoječo KTZ OR,
    - izvajal ocenjevanja ponudbe s KTZ OR,
    - vzdrževal kakovost ponudbe označene s KTZ OR,
    - spodbudil ponudnike k proizvodnji kakovostnih prehranskih in rokodelskih izdelkov ter ponudbi storitev pod skupno znamko Okusi Rogle,
    - zagotovil celovito promocijo KTZ OR in ponudbe, ki nosi ta znak,

- zagotovil vzpostavitev dobaviteljskih oskrbnih verig, verige prodajnih mest in verige kupcev (javne ustanove in gostinski obrati),
- skrbel za trženje in prodajo v mreži prodajnih mest s KTZ OR,
- izvajal monitoring in evalvacijo vseh aktivnosti.

Center za strateško in operativno trženje destinacije Rogla-Pohorje (CSOT DRP) bo z:

- *Delovno skupino za strateško trženje ponudbe destinacije Rogla-Pohorje* (DST DRP):
  - Oblikoval načrt strateškega trženja s destinacijsko znamko Rogla-Pohorje in letne akcijske načrte komuniciranja z destinacijsko znamko Rogla-Pohorje / Kolektivno tržno znamko Okusi Rogle
  - spodbudil vzpostavitev klasičnih in digitalnih orodij komuniciranja destinacije Rogla-Pohorje
  - spodbudil vzpostavitev mreže TICev za enovito informiranje v destinaciji Rogla-Pohorje
  - spodbudil vzpostavitev rezervacijskega sistema za rezervacije z digitalnimi komunikacijskimi orodji v destinaciji Rogla-Pohorje
  - izvajal strateško promocijo in trženje destinacije Rogla-Pohorje s pomočjo STO, RDO Dežela Celjska, iz Združenja zgodovinskih mest preko Slovenskih Konjic ter Zbornice gorskih centrov in Združenja Slovenskih naravnih zdravilišč preko podjetja Unior d. d. Program Turizem idr.;
- *Delovno skupino za operativno trženje ponudbe destinacije Rogla-Pohorje* (DSOT DRP):
  - oblikoval načrt operativnega trženja z destinacijsko znamko Rogla-Pohorje,
  - zagotovil ponudbo celovitih doživetij po meri ciljnih skupin turistov – nabor produktov vnaprej in na vprašanje.

Center za doživetja destinacije Rogla-Pohorje (CD DRP) bo z:

- *Delovno skupino za prireditve* (DSP DRP) poskrbel za kakovostne prireditve na nivoju destinacije Rogla-Pohorje,
- *Delovno skupino za doživetja* (DSD DRP):
  - poskrbel za razvoj produktov in produktnih tržnih kombinacij (PTK) v destinaciji Rogla-Pohorje ter verig zanje,
  - spodbudil ponudnike k promocijski akciji dnevi odprtih vrat ponudnikov destinacije Rogla-Pohorje,
  - vzpostavil odlično informiranje v TIC-ih in pri turističnih ponudnikih,
  - vzpostavil sistem usmerjanja in ozaveščanja obiskovalcev skozi interpretacijo narave in kulturne dediščine destinacije Rogla-Pohorje,
  - vodil register vodnikov destinacije Rogla-Pohorje in skrbel za kakovostna vodenja, interpretacijo narave in kulturne dediščine, etno animacijo, storitve kustosov, izvajalcev delavnic in degustacij.

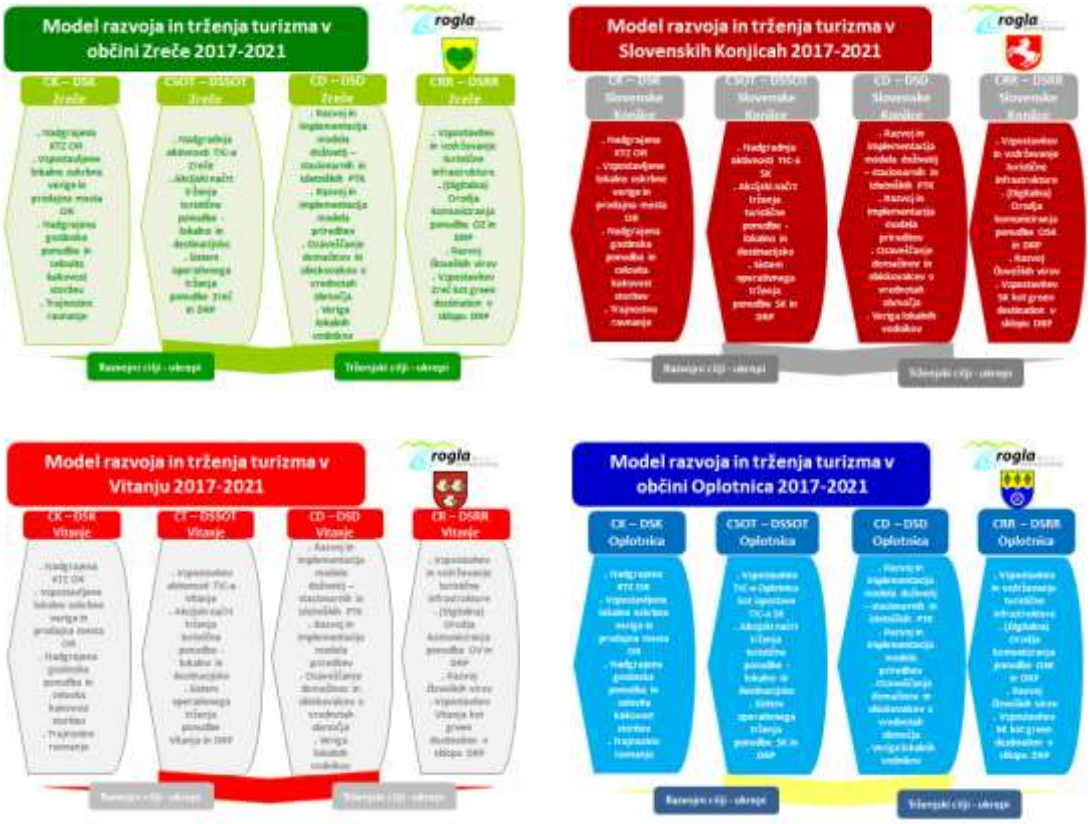
Center za raziskave in razvoj destinacije Rogla-Pohorje (CRR DRP) bo z:

- *Delovno skupino za raziskave in razvoj* (DSRR DRP) kot osrednjo delovno skupino v destinaciji Rogla-Pohorje:
  - spremljal primerne razpise in oblikoval projektne dokumentacije
  - načrtoval in izvajal strateške projekte za razvoj in trženje destinacije Rogla-Pohorje
  - raziskoval in pripravljal informacije za podjetniško odločanje

- skrbel za razvoj strateških digitalnih orodij komuniciranja z javnostmi
- skrbel za razvoj trajnostne, zelene, dostopne destinacije Rogla-Pohorje

Vsako od štirih občin bo v vsaki od delovnih skupin zastopal eden ali več predstavnikov, ki bodo družno načrtovali in izvajali zastavljene aktivnosti dogovorjene v sklopu Modelov razvoja in trženja turizma v občinah Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica v obdobju 2017-2021 (Slike 29).

Slike 16: Modeli razvoja in trženja turizma v občinah DRP v obdobju 2017-2021



Predstavniki delovnih skupin vseh štirih centrov destinacije Rogla-Pohorje bodo enakovredno načrtovali in izvajali aktivnosti za vse štiri občine v sklopu aktivnosti destinacije Rogla-Pohorje. Dela in naloge bodo opravljane v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

Tako smo dosegli ***usklajenost pristopov »Od spodaj navzgor« in »Od zgoraj navzdol«*** (Slika 30) za učinkovit razvoj in trženje turizma v DRP v obdobju 2017-2021.

5.2.1 Smernice na področju Centra kakovosti destinacije Rogla-Pohorje

Predstavniki občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica bodo v delovnih skupinah *Centra kakovosti destinacije Rogla-Pohorje* skrbeli za:

- nadgradnjo kolektivne tržne znamke Okusi Rogle na območju destinacije Rogla-Pohorje,
- vzpostavljanje lokalne oskrbne verige in prodajnih mest s KTZ OR na območju destinacije Rogla-Pohorje,
- nadgradnjo gostinske idr. ponudbe in celovite kakovosti storitev v turistični dejavnosti destinacije Rogla-Pohorje,
- trajnostnim ravnanjem na področju turizma in z njim povezanih dejavnosti na območju destinacije Rogla-Pohorje.

Delovne skupine Centra kakovosti destinacije Rogla-Pohorje bodo enakovredno načrtovale in izvajale aktivnosti za vse štiri občine v sklopu aktivnosti destinacije Rogla-Pohorje. Dela in naloge bodo opravljane v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.2.2 Smernice na področju Centra trženja destinacije Rogla-Pohorje

Predstavniki občine Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica bodo v delovnih skupinah *Centra trženja destinacije Rogla-Pohorje* skrbeli za:

- nadgradnjo aktivnosti TIC-a Zreče in TIC-a Slovenske Konjice ter vzpostavitev in delovanje izpostav v Vitanju - TIC-a Vitanje ter v Oplotnici – TIC-a Oplotnica,
- oblikovanje in udejanjanje Akcijskega načrta trženja turistične ponudbe na lokalnem (vseh štirih občin) in destinacijskem nivoju (destinacija Rogla-Pohorje),
- vzpostavitev in udejanjanje sistema operativnega trženja ponudbe vseh štirih občin znotraj destinacije Rogla-Pohorje.

Delovne skupine Centra trženja destinacije Rogla-Pohorje bodo enakovredno načrtovale in izvajale aktivnosti za vse štiri občine v sklopu aktivnosti destinacije Rogla-Pohorje. Dela in naloge bodo opravljane v dobrobit vseh občin in destinacije kot celote.

5.2.3 Smernice na področju Centra doživetij destinacije Rogla-Pohorje

Predstavniki občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica bodo v delovnih skupinah *Centra za doživetja v destinaciji Rogla-Pohorje* skrbeli za:

- razvoj in implementacijo modela doživetij – stacionarnih in izletniških PTK na območju destinacije Rogla-Pohorje,
- razvoj in implementacijo modela prireditev na lokalni (vseh štirih občin) in destinacijski ravni (destinacija Rogla-Pohorje),
- ozaveščanje domačinov in obiskovalcev o vrednotah območja destinacije Rogla-Pohorje,
- nenehno usposobljenost lokalnih vodnikov destinacije Rogla-Pohorje.

Delovne skupine Centra trženja destinacije Rogla-Pohorje bodo enakovredno načrtovale in izvajale aktivnosti za vse štiri občine v sklopu aktivnosti destinacije Rogla-Pohorje. Dela in naloge bodo opravljane v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

5.2.4 Smernice na področju Centra raziskav in razvoja destinacije Rogla-Pohorje

Predstavniki občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica bodo v delovnih skupinah *Centra za raziskave in razvoj na področju turizma* v destinaciji Rogla-Pohorje skrbele za:

- načrtovanje in spremljanje razpisov in izvajanje strateških projektov v DRP na področjih turistične infrastrukture in superstrukture,
- raziskovanje in oblikovanje informacij za strateško destinacijsko in podjetniško odločanje,
- razvoj strateških digitalnih orodij komuniciranja ponudbe destinacije Rogla-Pohorje,
- razvoj človeških virov na različnih področjih turistične in s turizmom povezanih dejavnosti v destinaciji Rogla-Pohorje,
- vzpostavitev destinacije Rogla-Pohorje kot trajnostne, zelene (Občina Zreče ima srebrni certifikat Green destination, ETK Urška ima certifikat green accommodation) in dostopne (občini Zreče in Slovenske Konjice sta invalidom prijazni občini) destinacije.

Delovne skupine Centra za raziskave in razvoj destinacije Rogla-Pohorje bodo enakovredno načrtovale in izvajale aktivnosti za vse štiri občine v sklopu aktivnosti destinacije Rogla-Pohorje. Dela in naloge bodo opravljane v dobrobit deležnikov vseh občin in destinacije kot celote.

6 Ukrepi – projektni predlogi za udejanjanje vizije razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

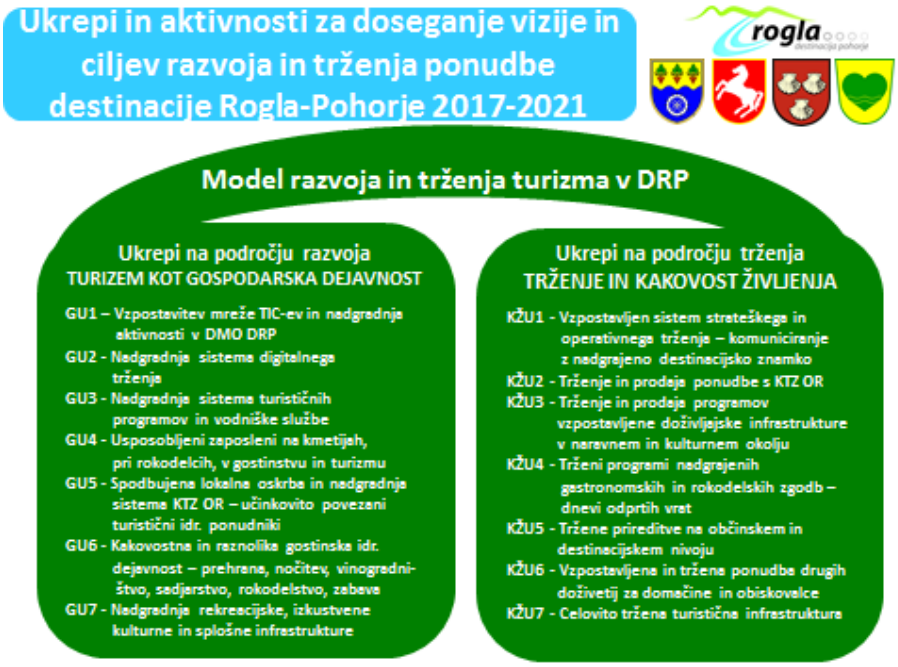
Modeli posameznih občin v DRP (Slike 30) sestavljajo model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP (Slika 31).

Slike 17: Modeli občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica v DRP v obdobju 2017-2021

Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP v obdobju 2017-2021 temelji na razvojnih in trženjskih ciljih, ki smo jih uvrstili v dva sklopa ukrepov, in sicer:

- ukrepi na področju razvoja - turizem kot gospodarska dejavnost in
- ukrepi na področju trženja – trženje in kakovost življenja.

Slika 18: Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP v obdobju 2017-2021



6.1 Ukrepi na področju razvoja – turizma kot gospodarske dejavnosti v DRP v obdobju 2017-2021

Ukrepi na področju razvoja turizma kot gospodarske dejavnosti v DRP so predstavljeni na Sliki 32.

Slika 19: Ukrepi na področju razvoja turizma v DRP v obdobju 2017-2021

Na področju razvoja - **Turizem kot gospodarska dejavnost v DRP v obdobju 2017-2021** je izpostavljenih sedem ukrepov, in sicer:

GU1 – Vzpostavitev mreže TIC-ev in nadgradnja aktivnosti v DMO DRP (DSSOT DRP)
GU2 – Nadgradnja sistema digitalnega trženja v DRP (DSSOT DRP)
GU3 – Nadgradnja sistema turističnih programov in vodniške službe v DRP (DSD DRP)
GU4 – Usposobljeni zaposleni na kmetijah, pri rokodelcih, v gostinstvu in turizmu v DRP (DSK DRP)
GU5 – Spodbujena lokalna oskrba in nadgradnja sistema KTZ OR – učinkovito povezani turistični idr. ponudniki v DRP (DSKTZ OR)
GU6 – Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost – prehrana, nočitev, vinogradništvo, sadjarstvo, rokodelstvo, zabava v DRP (DSK in DSRR DRP)
GU7 – Nadgradnja rekreacijske, izkustvene, kulturne in splošne infrastrukture v DRP (DSRR DRP)

V Tabelah 83-89 so predstavljene aktivnosti vsakega od sedmih ukrepov na področju razvoja turizma v DRP v obdobju 2017-2021.

Tabela 15: Ukrep GU1 - Vzpostavitev mreže TIC-ev in nadgradnja aktivnosti v DMO DRP

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU1-A1 Vsebinska nadgradnja TIC-a Zreče	Nadgradnja vsebin informiranja in trženja ponudbe DRP v sklopu aktivnosti TIC Zreče v sodelovanju z LTO Rogla-Zreče	Načrt nadgradnje vsebin aktivnosti TIC Zreče in izvajanje le-teh; Akcijski načrt dela z nadgradnjo vsebin;	DSSOT DRP Občina Zreče / LTO Rogla-Zreče	2016-2021
GU1-A2 Nova izpostava TIC-a Zreče v Vitanju	Pravno-formalna vzpostavitev podružnice TIC-a v Vitanju s kadrovsko zasedbo, ki bo sledila skupnemu sistemu izvajanja aktivnosti TIC-ev DRP	Vzpostavitev in načrt dela za leto 2016 ter izvajanje aktivnosti; Akcijski načrt dela z nadgradnjo vsebin;	DSSOT DRP Občine Zreče in Vitanje – LTO Rogla-Zreče in KSEVT	2016-2017
GU1-A3 Prostorska in vsebinska nadgradnja TIC-a Slovenske Konjice	Nadgradnja prostora TIC-a in vsebin informiranja in trženja ponudbe destinacije RP v sklopu aktivnosti TIC SK v sodelovanju z LTO Rogla-Zreče	Preselitev in načrt nadgradnje vsebin aktivnosti TIC Slovenske Konjice ter izvajanje aktivnosti; Akcijski načrt dela z nadgradnjo vsebin;	DSSOT DRP Občina Slovenske Konjice / TIC Slovenske-Konjice	2016-2021
GU1-A4 Nova izpostava TIC-a Slovenske Konjice v Oplotnici	Pravno-formalna vzpostavitev podružnice TIC-a v Oplotnici s kadrovsko zasedbo, ki bo sledila skupnemu sistemu izvajanja	Vzpostavitev in načrt dela za leto 2016 ter izvajanje aktivnosti; Akcijski načrt dela z nadgradnjo vsebin;	DSSOT DRP Občine Slovenske Konjice in Oplotnica – TIC SK in Občina	2016-2021

	aktivnosti TIC-ev DRP		Oplotnica	
GU1-A5 Usposobljen kader v Mreži TIC-ev DRP za usklajen sistem informiranja in trženja ponudbe	Vzpostavitev sistema usposabljanja zaposlenih v Mreži TIC-ev DRP za skupen sistem informiranja in trženja ponudbe DRP	Vzpostavitev in izvajanje sistema usposabljanja ter usklajenega informiranja in trženja ponudbe	DSSOT DRP Mreža TIC-ev	2016-2021

Tabela 16: Ukrep GU2 – Nadgradnja sistema digitalnega trženja v DRP

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU2-A1 Akcijski načrt vzpostavitve sistema digitalnega trženja DRP	Akcijski načrt oblikovan in nadgrajen za vsako leto	Vzpostavljen akcijski načrt digitalnega trženja in dogovorjena oblika kadrovske pokritosti	DSSOT v sodelovanju z drugimi DS	2016-2021
GU2-A2 Vzpostavitev interaktivne spletne strani DRP (vključena KTZ OR)	Vzpostavitev interaktivne spletne strani DRP z nadgradnjo obstoječe spletne strani LTO Rogla-Zreče v destinacijsko spletno stran Rogla-Pohorje	Vzpostavitev in dogovorjena oblika kadrovske zasedbe za delo ter sprotna nadgradnja	DSSOT / LTO Rogla Zreče	2016-2021
GU2-A3 Skupna in enotna baza naslovov za trženje ponudbe DRP	Tehnična vzpostavitev baze naslovov za učinkovito trženje prireditev DRP – strokovna pomoč zunanjega strokovnjaka	Vzpostavljen sistem združevanja baz podatkov in njihovo uporabo za širjenje informacij Baza na DRP se ustvarja	DSOTD + DSD + zunanji strokovnjak	2016-2021
GU2-A4 Trganka destinacije RP v spletni in fizični obliki	Oblikovanje in tisk trganke s ponudniki destinacije RP za uporabo na TIC-ih in pri ponudnikih	Vzpostavitev trganke in skrb za nenehno noveliranje	DSSOT	2016-2021

Tabela 17: Ukrep GU3 – Nadgradnja sistema turističnih programov in vodniške službe v DRP

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU3-A1 Vzpostavljen sistem oblikovanja kreativnih doživetij - PTK	Vzpostavljen sistem in oblikovana doživetja - PTK za različne ciljne skupine v vsaki občini v navezi z destinacijsko zgodbo in širše; Vzpostavljen sistem oblikovanja in organiziranja destinacijskih prireditev;	Načrt oblikovanja destinacijskih doživetij s specializirano ponudbo vsake od občin; Načrt in izvajanje destinacijskih prireditev – vsaj 1; Načrt in izvajanje aktivnosti DS za odprta vrata	DSD DRP - DS za prireditve in DS za odprta vrata ponudnikov DRP	2016-2021

	Vzpostavljen sistem aktivnosti za dneve odprtih vrat ponudnikov DRP;	ponudnikov DRP;		
GU3-A2 Vodniška služba – Register vodnikov DRP	Načrtovan in izveden Program usposabljanja vodnikov DRP ter pridobitev vodnikov v jezikovnih različicah; Vzpostavljen in voden Register vodnikov DRP (TIC SK); Usposabljanje vodnikov, kustosov in izvajalcev delavnic in degustacij za specializirana vodenja z vsebinami s področij interpretacije narave in kulturne dediščine, vina, kulinarike, okoljske vzgoje ipd.;	Organizacija in izvedba Programa usposabljanja vodnikov DRP ter podelitev certifikatov in vpis v Register vodnikov DRP; Vzpostavitev pravo-formalne oblike Registra vodnikov DRP in izvajanje aktivnosti vodniške službe; Vsaj 1 specializira-na delavnica za interpretacijo nara-ve in KD ter okolj-ske vzgoje in 1 za harmonijo pijač in hrane v zimskem času;	DSD DRP	2016-2017
GU3-A3 Vizija Pohorje 2030	Spodbujanje ekosiste-mov, storitev in usmer-janje obiska za dose-ganje ciljev Programa upravljanja Natura 2000 na varovanih območjih Pohorja idr.;	Neposredna prijava na MOP;	MOP in občine Zreče, Oplotnica in Vitanje;	Odvisno od razpisanih sredstev
GU3-A4 Igrifikacija v turizmu	Izvedba posvetov, delavnic, razvoj igrificiranega turističnega produkta, nabava opreme, izvedba dogodka, promocija; Prikazati možnost razvoja novih inovativnih in trendovskih zelenih izdelkov ter s tem razvoj zelenih delovnih mest, ki bodo trajna in realna zaposlitev;		DSD in TIC Slovenske Konjice	Odvisno od razpisanih sredstev

Tabela 18: Ukrep GU4 – Usposobljeni zaposleni v kmetijstvu/rokodelstvu gostinstvu/turizmu

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU4-A1 Delavnice za zaposlene na kmetijah	Vzpostavitev programa delavnic za dopolnilne dejavnosti na kmetiji v sodelovanju s KGZS in DSRR; Izvajanje delavnic za ponudnike dopolnilnih dejavnosti na kmetiji DRP;	Vzpostavljen program delavnic; Izvedba 1-2 delavnic za 20 udeležencev;	DSRR, DSK, KGZS – dopolnilne dejavnosti na kmetiji;	2016-2021
GU4-A2 Delavnice za zaposlene v rokodelstvu	Vzpostavitev programa delavnic za zaposlene v rokodelstvu v DRP v sodelovanju z OZS – sekcija za rokodelce in DSRR; Izvajanje delavnic za nadgradnjo dejavnosti v rokodelstvu;	Vzpostavitev programa delavnic za nadgradnjo dejavnosti v rokodelstvu; Izvedba 1-2 delavnic za 20 udeležencev;	DSRR, DSK, OZS – sekcija za rokodelstvo;	2016-2021
GU4-A3 Delavnice za zaposlene v gostinstvu	Vzpostavitev programa delavnic za zaposlene v gostinstvu v DRP v sodelovanju z OPZS – sekcija za gostince, izobraževalnimi ustanovami in DSRR; Izvedba delavnic za nadgradnjo kakovosti v gostinstvu;	Vzpostavitev programa delavnic za gostinsko dejavnosti; Izvedba 1-2 delavnic za 20 udeležencev;	DSRR, DSK, OZS – sekcija za gostinstvo;	2016-2021
GU4-A4 Delavnice za zaposlene v s turizmom povezanih dejavnostih	Vzpostavitev programa delavnic za nadgradnjo s turizmom povezanih dejavnosti DRP v sodelovanju z DSRR; Delavnice za zaposlene v s turizmom povezanih dejavnostih DRP;	Vzpostavitev programa delavnic za nadgradnjo s turizmom poveza-nih dejavnosti destinacije Rogla-Pohorje; Izvedba 1-2 delavnic za 20 udeležencev;	DSRR, DSK, stanovska združenja	2016-2021

Tabela 19: Ukrep GU5 – Spodbujena lokalna oskrba in nadgradnja sistema KTZ OR – učinkovito povezani turistični idr. ponudniki v DRP

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU5-A1 Prehranska samooskrba Savinjske regije z zelenjavo ter nadgradnja BZ Okusi Rogle	Večja samooskrba in vzpostavitev kratkih prehrambnih verig	"Dogovor" za razvoj regij - RASR in Predlog za projekt sodelovanja LAS	RASR	Odvino od razpisanih sredstev
GU5-A2 Vzpostavitev sistema	Vzpostavitev sistema oblikovanja ponudbe s KTZ OR:	Vzpostavitev pravno-formalne oblike delovanja	DSKTZ OR skupaj z DSSOT	2016-2021

oblikovanja ponudbe s KTZ Okusi Rogle	- Nadgradnja Pravilnikov za podeljevanje pravice do uporabe KTZ OR - Vzpostavitev Poslovnika Strokovne komisije za ocenjevanje produktov s KTZ OR - Vzpostavitev Poslovnika za vzpostavljanje Mreže ponudnikov KTZ OR; - Oblikovanje nabora delavnic za obuditev znamke ter izvedba le-teh; - Oblikovanje produktov in opremljanje z etiketo in embalažo; - Vzpostavitev sistema ocenjevanja produktov s KTZ OR; - Vzpostavitev sistema nenehnega spremljanja kakovosti produktov s KTZ OR; - Vzpostavitev mreže ponudnikov KTz OR – posamezne dobaviteljske verige;	sistema podeljevanja pravice do uporabe KTZ OR; Načrt delavnic in Izvedba delavnic – 1 splošne in 1-2 za vsako skupino ocenjenih produktov (PI, J, RI, P); Oblikovalec oblikuje CGP produktov s KTZ OR; Oblikovanje letnega načrta ocenjevanj in vsaj 2 ocenjevanji PI, RI, J in P na leto; Načrt kontrole na preskok in izvajanje spremljanja kakovosti ponudbe s KTZ OR; Vzpostavitev verige rokodelcev, verige prehranskih izdelkov in jedi;		
GU5-A3 Vzpostavitev sistema promocije in trženja ponudbe s KTZ Okusi Rogle	Vzpostavljene aktivnosti za promocijo in trženje ponudbe s KTZ OR	Pravilnik za promocijo in trženje KTZ Okusi Rogle Poslovnik promocije in trženja KTZ Okusi Rogle	DSK	2016-2017
GU5-A4 Vzpostavitev sistema prodajnih mest s KTZ Okusi Rogle	Vzpostavljene aktivnosti za mrežo prodajnih mest s KTZ Okusi Rogle; Izvaja se aktivnosti za promocijo in trženje ponudbe s KTZ OR preko: Pravilnika za promocijo in trženje KTZ Okusi Rogle ter Poslovnika promocije in trženja KTZ Okusi Rogle;	Pravilnik mreže poslovnih mest s KTZ Okusi Rogle Poslovnik mreže poslovnih mest s KTZ Okusi Rogle	DSK, DSSOT	2016-2017

Tabela 20: Ukrep GU6 – Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost – prehrana, nočitev, vinogradništvo, sadjarstvo, rokodelstvo, zabava

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU6-A1 Spodbujanje nadgradnje izkustvene kulinarične in nastanitvene ponudbe na kmetijah	Oblikovati načrt svetovanja posameznim ponudnikom na domu in izvajanje le-tega;	Svetovanje vsaj 2 ponudnikoma; V nadaljevanju Akcijski načrt svetovanj ponudnikom in izvajanje aktivnosti pri vsaj 10 ponudnikih;	DSRR, DSK; KGZS, VSGT Mb, OOPZS;	2017-2021
GU6-A2 Spodbujanje kmetij k večji samooskrbi in ekološki preusmeritvi	Oblikovanje načrta večje samooskrbe in spodbujanja ekološke DRP ter akcijski načrt;	Oblikovanje načrta ekološke DRP; Akcijski načrt in konkretno spodbujanje s strani strokovne službe;	DSRR, DSK; KGZS;	2017-2021
GU6-A3 Nadgradnja ponudbe gostinskih ponudnikov – prehrana in nastanitev	Oblikovati načrt svetovanja posameznim ponudnikom na domu in izvajanje le-tega;	Svetovanje vsaj 2 ponudnikoma;V nadaljevanju Akcijski načrt svetovanj ponudnikom in izvajanje aktivnosti pri vsaj 10 ponudnikih;	DSRR, DSK; VSGT Mb, OOPZS;	2017-2021
GU6-A4 Spodbujanje k vzpostavljanju ponudbe inovativnih izdelkov in doživljajskih zgodb DRP	Oblikovati načrt spodbujanja ponudnikov, omogočiti njihova srečanja in konstruktivno debato za sodelovanje;	Vsaj dve srečanji; V nadaljevanju Akcijski načrt za inovativnost izdelkov in doživljajskih zgodb povezanih ponudnikov ter pomoč pri povezovanju;	DSRR, DSK; Stanovska združenja; Idr.;	2017-2021
GU6-A5 Spodbujanje ponudnikov k pristopu k zeleni shemi turizma	Oblikovati načrt spodbujanja ponudnikov, omogočiti njihova srečanja in predstavitev shem;	Vsaj dve srečanji; V nadaljevanju Akcijski načrt za pristope k zeleni shemi turizma v DRP;	DSRR, DSK; STO; Idr.;	2017-2021
GU6-A6 Spodbujanje socialnega podjetništva	Posnetek stanja socialnih podjetij, analiza pripravljenosti deležnikov v DRP za seznanitev s pristopom in izvedba delavnice;	Posnetek stanja socialnih podjetij, analiza pripravljenosti deležnikov v DRP za seznanitev s pristopom; Izvedba delavnice o socialnem podjetništvu in informiranje;	DSRR, DSK; MGRT;	2017-2021

Tabela 21: Ukrep GU7 – Nadgradnja rekreacijske/izkustvene/kulturne/splošne infrastrukture

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
GU7-A1 in A2 Vzpostavitev mreže kolesarskih poti in stez v DRP za trajnostno mobilnost	V Savinjski regiji - Izdelava projektne dokumentacije IDP, PGD in izgradnja le teh v sodelovanju RASR; Doživljanje čezmejne skupne dediščine in raznolikosti s kolesom – Interreg SLO-HR; Down hill steza po Konjiški gori;	Priprava dokumentacije; Nove kolesarske poti, projektna dokumentacija, označitev,mobilna aplikacija, izposoja koles, novi produkti,….;	DSRR; RASR; Interreg SLO-HR;	Odvisno od razpisanih sredstev
GU7-A3 Revitalizacija jezera in razvoj objezerskih občin Savinjske regije in GU7-A4 Jezera kot sonaravna proaktivna razvojna jedra kontinentalnega turizma (Akronim LAKETOUR)	izdelava projektne dokumentacije, ureditev sprehajalnih poti, pomola, javne razsvetljave, čiščenje jezera, ureditev jezera za kopalne namene; Čezmejni trajnostni turizem in aktivno ohranjanje dediščine;	Priprava dokumentacije; Ureditev sprehajalne poti, pomola, ureditev jezera za kopalne namene…;	DSRR	Odvisno od razpisanih sredstev
GU7-A5 Vzpostavitev mreže pohodnih in tematskih poti DRP z enotno signalizacijo	Priprava partnerske pogodbe in dokumentacije za projekt;	Priprava dokumentacije;	DSRR	Odvisno od razpisanih sredstev
GU7-A6 Projekt 'Hoja med krošnjami' na Rogli	Priprava partnerske pogodbe in dokumentacije za projekt;	Priprava dokumentacije za projekt;	DSRR	Odvisno od partnerstva
GU7-A7 Nadgradnja športne infrastrukture skladno z načrtovanimi projekti	Celovito urejanje infrastrukture za potrebe deležnikov DRP;	Priprava dokumentacije za projekt;	DSRR	Odvisno od razpisov
GU7-A7 Motorik park	Celovito urejena infrastruktura Motorik parka na Rogli	Dokumentacija in infrastrukturna dela	Unior d.d.	Odvisno od razpisov

6.2 Ukrepi na področju trženja in kakovosti življenja v DRP v obdobju 2017-2021

Ukrepi na področju Trženja in kakovosti življenja v DRP v obdobju 2017-2021 so predstavljeni na Sliki 33.

Slika 20: Ukrepi na področju trženja in kakovosti življenja v DRP v obdobju 2017-2021

Na področju **Trženje in kakovost življenja v DRP v obdobju 2017-2021** je izpostavljenih sedem ukrepov, in sicer:

KŽU1 - Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja – komuniciranje z nadgrajeno destinacijsko znamko Rogla-Pohorje
KŽU2 - Trženje in prodaja ponudbe s KTZ OR
KŽU3 - Trženje in prodaja programov vzpostavljene doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju
KŽU4 - Trženi programi nadgrajenih lokalnih gastronomskih in rokodelskih zgodb – dnevi odprtih vrat
KŽU5 - Tržene prireditve na občinskem in destinacijskem nivoju
KŽU6 - Vzpostavljena in tržena ponudba drugih doživetij za domačine in obiskovalce
KŽU7 - Celovito tržena turistična infrastruktura

V Tabelah 90-96 so predstavljene aktivnosti vsakega od sedmih ukrepov na področju trženja in kakovosti življenja v DRP v obdobju 2017-2021.

Tabela 22: Ukrep KŽU1 – Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja – komuniciranje z nadgrajeno destinacijsko znamko Rogla-Pohorje

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU1-A1 Nadgradnja destinacijske znamke Rogla-Pohorje	Pravilnik in osvežitev podobe znamke DRP	Pravilnik osvežene destinacijske tržne znamke za njeno upravljanje in skrbništvo; Nadgradnja pravilnika ter skrbništva in upravljanja znamke;	DSSOT / LTO ROGLA ZREČE	2016-2021
KŽU1-A2 Akcijski načrt strateškega in operativnega trženja destinacije Rogla-Pohorje	Nadgradnja pravilnika ter skrbništva in upravljanja znamke	Izdelava akcijskega načrta strateškega in operativnega trženja skladno s projektnimi predlogi deležnikov DRP do leta 2021	DSSOT / LTO ROGLA ZREČE	2016-2021
KŽU1-A3 Akcijski načrt komuniciranja ponudbe znotraj in izven destinacije RP	Akcijski načrt komuniciranja z DZ RP in KTZ OR; Izvajanje strateš-kega trženja – izven destinacije – klasična in digitalna orodja komuniciranja; Ključni trgi – SL, germanski (ITB, Koln, Fridrichsha-fen, Munchen), Jug, Ita, Rus, HU (Budimpešta), trgi – preko STO, DC, SSNZ, GC, GIZ Pohodništvo in kolesarjenje, Združenje ZMS, Mreža EDEN Nišni trgi - in nastopi različnih vrst; Izvajanje operativnega trženja – komuniciranja ponudbe na destinaciji;	Oblikovanje akcijskega načrta SOT DRP; Izvajanje AN strateškega trženja DRP – klasična in digitalna orodja komuniciranja; Izvajanje AN operativnega trženja – usklajena ponudba na vseh prodajnih mestih preko klasičnih in digitalnih orodij komuniciranja; Destinacijski Jumbo ob vstopu v destinacijo 2 oz. 4, Blogerji;	LTO-Rogla Zreče skupaj z vsemi štirimi občinami DRP, obstaja interes, da projekt razširimo na celotno območje LAS (+Šentjur, Dobje in Dobrna)	2016 Razpis LAS

Tabela 23: Ukrep KŽU2 – Trženje in prodaja ponudbe s KTZ OR

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU2-A1 Izvajanje Akcijskega načrta sistema trženja ponudbe s KTZ OR	Izvajanje aktivnosti v sklopu promocije in trženja ponudbe; Mreže ponudnikov KTZ OR - destinacijskih pridelkov in izdelkov ter storitev s KTZ Okusi Rogle;	Izvajanje in nadgradnja sistema promocije in trženja produktov s KTZ OR (spletna stran – linki na spletne strani občin, objave člankov, obstoječa brošura kulinarične poti - prevodi, promocijski video, fototeka, spletna stran ipd.)	DSSOT, DSKTZ OR	2016-2021
KŽU2-A2 Prodajna mesta Mreže ponudnikov KTZ OR **DS KTZ OR**	Izvajanje sistema prodajne ponudbe Mreže ponudnikov KTZ OR: Mreža prodajnih mest in polic v destinaciji in na najbolj frekventnih točkah izven nje (Ljubljana, Bled…); Poslovnik vzpostavljanja prodajnih mest s KTZ OR:	Nadgradnja tržnic po občinah in na Rogli s KTZ OR (tabla z znamko); Vzpostavitev polic (zabojčki) Okusi Rogle v vseh TIC-ih in pri vsaj 3 ponudnikih v DRP; Izvajanje prodaje po Poslovniku vzpostavljanja prodajnih mest Mreže ponudnikov KTZ OR (stojnice na tržnicah in vitrine – ponudniki;	DSKTZ OR DSSOT	2017-2021

Tabela 24: KŽU3 – Trženje in prodaja programov vzpostavljene doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU3-A1 Doživljanje čezmejne skupne dediščine in raznolikosti s kolesom (akronim DEDIŠČINA S KOLESOM)	Nove kolesarske poti, projektna dokumentacije, označitev,mobilna aplikacija, izposoja koles, novi produkti,…. ;	Skupna projektna dokumentacija;	DSRR, DSK, DSD;	Odvisno od razpisanih sredstev
KŽU3-A2 Center pohodništva in kolesarstva destinacije Rogla-Pohorje	Izdelava načrta in organizacije delovanja centra, izobraževanje vodnikov, upravljanje centra, nakup potrebne opreme, načrtovanje aktivnosti centra;	Predvidena prijava na LAS ali na razpis Interreg SLO-HR	LTO Rogl-Zreče in Občina Zreče, DSD, DSRR, DSSOT;	Razpisi LAS-CLLD 2016-2020

Tabela 25: Ukrep KŽU4 – Trženi programi nadgrajenih lokalnih gastronomskih in rokodelskih zgodb – dnevi odprtih vrat

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU4-A1 Vzpostavitev trženja sistema ponudbe deležnikov DRP - Dnevi odprtih vrat ponudnikov DRP	Sistem trženja ponudbe odprtih vrat ponudnikov DRP se oblikuje in izvaja v obliki dveh sezon – zimske in letne;	Skupne aktivnosti za promocijo ponudnikov v zimski sezoni 2016/2017; Potni stroški terenskega dela; Nadgradnja ponudbe in akcijski načrt promocije celoletnega projekta;	DSD	2016-2017
KŽU4-A2 Kulinarični vodnik po DRP – trženje	Izdela se kulinarični vodnik po DRP, pri čemer se izpostavi najznačilnejšo jed posameznega ponudnika (partnerja v projektu) v posa-meznem letnem času;	Vodnik bo pripravljen kot kuharska knjiga z recepti za posamezno jed, njeno fotografijo ter ime in naslov lokala, kjer se lahko ta jed kupi oz. je tam najbolj prepoznana; SLR LAS »Od Pohorja do Bohorja«;	DSD v sodelovanju z DSSOT, Unior d.d. Program Turizem s partnerji	Razpisi LAS-CLLD 2016-2020

Tabela 26: Ukrep KŽU5 – Tržene prireditve na občinskem in destinacijskem nivoju

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU5-A1 Vzpostavitev sistema oblikovanja in trženja destinacijskih prireditev	Oblikovanje akcijskih načrtov za prireditve v vsaki občini; Prireditve se oceni – pridobitev certifikata Okusi Rogle;	Vsaka občina v letu 2016 razvije eno prireditev na destinacijskem nivoju in jo izpelje v sistemu skupnega trženja prireditev; V nadaljevanju nadgradnja; Prireditev se itvede v sistemu skupnega trženja prireditev;	DSD, DSSOT	2016-2021
KŽU2-A2 Učinkovito informiranje in trženje prireditev s pomočjo skupne enotne baze naslovov za trženje ponudbe DRP	Vzpostavljen sistem trženja prireditev DRP;	Letni koledar prireditev DRP in finančna konstrukcija promocijskih aktivnosti; Trženje vsaj 2 destinacijskih prireditev; V nadaljevanju: Letni koledar prireditev in finančna konstrukcija promocijskih aktivnosti; Trženje vsaj 4 destiancijskih prireditev;	DSD	2016-2021

Tabela 27: Ukrep KŽU6 – Vzpostavljena in tržena ponudba doživetij za domačine in obiskovalce

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU6-A1 Spodbujanje trženja programov za prepoznane ciljne skupine	Vzpostavljena ponudba PTK DRP se trži po ciljnih kanalih za družine; Vzpostavljena ponudba PTK DRP se trži po ciljnih kanalih za šolske skupine; Vzpostavljena ponudba PTK DRP se trži po ciljnih kanalih za druge organizirane skupine; Vzpostavljena ponudba PTK DRP se trži po ciljnih kanalih za športne ekipe;	Izvajanje trženja za družine; Izvajanje trženja za šolske skupine; Izvajanje trženja za druge organizirane skupine; Izvajanje trženja za športne ekipe	DSSOT	2016-2021

Tabela 28: Ukrep KŽU7 - Celovito tržena turistična infrastruktura

Aktivnost	Opis	Opomba	Nosilec	Termin
KŽU6-A1 Partnerski dogovori	Vzpostavljanje poslovnih dogovorov med akterji za oblikovanje paketne doživljajske ponudbe ter skupno promocijo;	Oblikovati paket doživetij za goste, ki bivajo v destinaciji – primer Bohinj	DSD	2016
KŽU6-A2 Skupna kartica ponudbe v destinaciji Rogla-Pohorje	Sodelovanje ponudnikov in oblikovanje privlačne ponudbe tudi za samo dva gosta z vzpostavljenim odpiralnim časom – dnevi odprtih vrat ponudnikov in mehko mobilnostjo;	Dnevi odprtih vrat DRP	DSD, DSSOT	2016-2021
KŽU6-A2 Destinacija Rogla-Pohorje eko destinacija	Promocija DRP kot dostopne eko destinacije, ki spodbuja samooskrbo in usmeritev v eko destinacijo ter mehke oblike mobilnosti na vseh področjih; Zelena destinacija – Konzorcij Green, srečanje v septembru – razpis je bil za promocijo zelenih destinacij in povračilo sredstev za prijave na green accommodation;	Spodbujati ponudnike in kupce k nakupu lokalno pridelanih izdelkov; Nadaljevati s promocijo DRP kor dostopne eko destinacije;	DSRR, DSKTZ OR;	2016-2021

6.3 Akcijski načrt in finančna konstrukcija izvajanja skupnih aktivnosti v DRP 2016-2017

Management DRP bo v prvi fazi (2016-2017) vzpostavljen skozi delovanje 4 Centrov DRP, in sicer Centra kakovosti - CK, Centra doživetij - CD, Centra za strateško in operativno trženje - CSOT, Centra za raziskave in razvoj - CRR, ki bodo skozi dve področji delovanja: razvoj in trženje, izvajali aktivnosti sedmih ukrepov, ki so jih nastavili deležniki DRP na področju razvoja in sedmih na področju trženja.

Center za strateško in operativno trženje – CSOT DRP bo v 2016-2017 skrbnik naslednjih ukrepov:

- **GU1 – Vzpostavitev mreže TIC-ev DRP (DSSOT DRP)**
- GU2 – Nadgradnja sistema digitalnega trženja v DRP (DSSOT DRP) – nadgradnja poteka v letu 2016 in jo vodi ter financira LTO Rogla-Zreče – nenehna nadgradnja v naslednjih obdobjih v sklopu obstoječih del in nalog.
- KŽU1 – Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja – komuniciranje z nadgrajeno DTZ RP in KTZ OR (DSSOT DRP) – sistematično se s to aktivnostjo ukvarjata TIC-a Zreče in Slovenske Konjice, ob vzpostavitvi tudi TIC-a Vitanje in Oplotnica, v sklopu obstoječih del in nalog.
- KŽU2 – Trženje in prodaja ponudbe s KTZ OR (DSSOT DRP) – aktivnost bo aktualna po nadgradnji KTZ OR, ko se vzpostavi kritično količino ponudbe.
- KŽU3 – Trženje in prodaja programov vzpostavljene doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju (DSK, DSD, DSOST DRP) - aktivnost bo aktualna, ko se razvije doživljajsko infarstrukturo v naravnem in kulturnem okolju.

Center za kakovost – CK DRP bo v 2016-2017 skrbnik naslednjih ukrepov:

- **GU4 – Usposobljeni zaposleni na kmetijah, pri rokodelcih, v gostinstvu in turizmu** (DSK DRP)
- **GU5 – Spodbujena lokalna oskrba in nadgradnja sistema KTZ OR** – učinkovito povezani turistični idr. ponudniki (DSKTZ OR)

Center za doživetja – CD DRP bo v 2016-2017 skrbnik naslednjih ukrepov:

- **GU3 – Nadgradnja sistema turističnih programov in vodniške službe v DRP** (DSD DRP)
  KŽU4 – Trženi programi nadgrajenih lokalnih gastronomskih in rokodelskih zgodb – dnevi odprtih vrat (DSD, DSSOT DRP)
- KŽU5 – Tržene prireditve na občinskem in destinacijskem nivoju (DSD, DSSOT DSR)
- KŽU6 – Vzpostavljena in tržena ponudba doživetij za domačine in obiskovalce (DSD, DSK, DSSOT DRP

Center za raziskave in razvoj – CRR DRP bo v 2016-2017 skrbnik naslednjih ukrepov:

- **GU6 – Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost – prehrana, nočitev, vinogradništvo, sadjarstvo, rokodelstvo, zabava** (DSRR, DSK DRP)
- GU7 – Nadgradnja rekreacijske, izkustvene, kulturne in splošne infrastrukture (DSRR DRP)
- KŽU7 - Celovito tržena turistična infrastruktura (DSRR, DSD, DSSOT DRP)

Podrobnejše aktivnosti posameznih Centrov DRP za leti 2016 in 2017 so predstavljene v Prilogi 7.

Skladno z dogovorom med župani vseh štirih občin se potrebna sredstva za izvajanje aktivnosti ukrepov v DRP v letu 2016 in 2017 delijo po **ključu 35 % Občini Zreče in Slovenske Konjice ter 15 % Občini Vitanje in Oplotnica.**

Delitev sredstev v letu 2016 (40.000 EUR) in letu 2017 (120.000 EUR) je sledeča:

2016	2017
14.000 EUR + DDV Občina Zreče	42.000 EUR + DDV Občina Zreče
14.000 EUR + DDV Občina Slov. Konjice	42.000 EUR + DDV Občina Slov. Konjice
6.000 EUR + DDV Občina Vitanje	18.000 EUR + DDV Občina Vitanje
6.000 EUR + DDV Občina Oplotnica	18.000 EUR + DDV Občina Oplotnica

V letu 2016 so občine zagotovile sredstva za izvajanje delavnic in pripravo strateških dokumentov ter strokovnih ekskurzij in izobraževanja destinacijskih vodnikov. Nadaljnje predvidene aktivnosti v letu 2016 se nanašajo na delo zaposlenih in članov DS in ne predvidevajo nastajanja dodatnih stroškov.
V letu 2017 se načrtuje izvajanje aktivnosti za izvajanje posameznih ukrepov po načrtu v Prilogi 7.

V primeru ureditve skupnih prostorov za DMO RP v občini Slovenske Konjice bi strošek obnove obstoječih prostorov v katerih je TIC Slovenske Konjice znašal 33.971,27 EUR oz. najem novih prostorov 14.400 EUR plus stroški obratovanja, kar bi pomenilo dodatnih 12.000 oz. 5.000 EUR za večji občini in 5.000 oz. 2.200 EUR za manjši občini[15].

Tako lahko predvidevamo, da bi *za vzpostavitev DMO Rogla-Pohorje* z izvajanjem predvidenih aktivnosti potrebovali *letno okoli 180.000 EUR* (63.000 EUR za OZ in OSK ter 27.000 EUR za OV in OO), *3 zaposlene osebe* bi stale letno okoli 65.000 EUR. Tako se lahko predvideva, da bi skupaj za izvajanje aktivnosti in delo potrebovali letni proračun v znesku *okoli 240.000 EUR*. S temi sredstvi se bi *pokrivale obstoječe aktivnosti po občinah in dodale aktivnosti na nivoju celovite destinacije*, zato je potrebno ob obstoječih stroških predvideti skupne destinacijske. Delo posameznih zaposlenih v TIC-ih bi se tako prerazporedilo.

V letu 2017 potrebujejo DS Centrov DRP za izvajanje zgoraj omenjenih aktivnosti okoli 120.000 EUR. Sredstva bodo v skupni proračun namenile vse štiri občine skladno z vzpostavljenim ključem delitve sredstev za skupne aktivnosti. Delo izvajajo obstoječi zaposleni skupaj s člani DS, ki za svoje delo niso nagrajeni. DSRR skrbi za pregled nad razpisi, da bi pridobili čim več sredstev iz različih virov.

[15] Dodatnih: 11.889,94 EUR oz. 5.040 EUR za Občini Zreče in Slovenske Konjice; 5.095,69 EUR oz. 2.160 EUR za Občini Vitanje in Oplotnica.

7 Predlog trajnostnega razvojnega koncepta DMO Rogla-Pohorje 2018-2021

V nadaljevanju so predstavljena teoretična izhodišča vzpostavljanja DMO TD Rogla-Pohorje z vsemi funkcijami, ki bi jih naj izvajala ob pravno-formalni vzpostavitvi. Pri tem izhajamo iz definicije, ki pravi "Destinacija je produkt s katerim se identificira turist, ko organizira svoje počitnice". (Nest 2003).

Management destinacije je vsestranski ***strateški pristop za doseganje konkurenčnosti destinacije na globalnem trgu***, na katerem igrajo glavno vlogo turisti s svojim povpraševanjem po integralnih turističnih produktih (Juvan, 2010).
Destinacijski management sproža procese: ***načrtovanja, organiziranosti, izvajanja in uresničevanja turističnega razvoja*** (Uran et al., 2006). Ritchie in Crouch (2003) sta destinacijski management integrirala v model konkurenčnosti TD kot proces uresničevanja razvojnih načrtov in usmeritev turizma. V njunem modelu se destinacijski management ukvarja s/z: ***organizacijo; marketingom; kakovostjo storitev; raziskovanjem in zbiranjem informacij; razvojem človeških virov; investicijskimi projekti; obvladovanjem turističnih prihodov; odgovornim upravljanjem s turističnimi resursi ter reševanjem problemov – težav → izzivov.***
Integrativni destinacijski management predstavlja integriran proces *uravnoteženega razvoja turistične ponudbe destinacije*, ki se ne osredotoča zgolj na *razvojne*, temveč tudi na *trženjske* procese turistične ponudbe destinacije (Juvan 2010, 49).

Juvan (2010) ***opredeljuje funkcije DMO***, ki jih lahko povzamemo tudi za ***DMO Rogla-Pohorje:***

- ***Organizacija*** - Vzpostavitev integrirane ponudbe skupnosti v kateri se uspešno razvijajo veliki in mali ponudniki. Turistična destinacija deluje koordinirano, homogeno in podporno s skupnimi razvojnimi projekti.
- ***Marketing*** – DMO se ustrezno organizira in oblikuje kakovostna doživetja (10P), ki spodbujajo promocijo „od ust do ust" in s tem konkurenčnost celovite destinacije na širšem turističnem trgu.
- ***Izvedba*** – Funkcijo izvajanja turistične ponudbe za vse ponudnike na destinaciji sestavljajo: informiranje, transferji, vodenje, usmerjanje, razvoj ITP in prireditev ipd.
- ***Kontrola*** - Izvedba in kontrola sta bistveni funkciji DMO odkar so upadla čarterska potovanja in naraščajo individualna (Juvan, 2010).

Prepoznanost trajnostnega razvojnega koncepta destinacije Rogla-Pohorje na konkurenčnem turističnem trgu narekujejo (prilagojeno po Beunders 2004):

- **Unikaten profil destinacije** - ponudba unikatnih doživetij, posebnih vonjav, okusov, vtisov in občutkov območja zadnjih obronkov Alp - Pohorja in Dravinjske doline, ki s sodobnimi orodji ciljano nagovarja prepoznane trge in skupine turistov.
- ***Skladna, celovita, raznolika in inovativna ponudba*** deležnikov s področja turizma in z njim povezanimi gospodarskimi in negospodarskimi dejavnostmi, ki temelji na kakovostni infrastrukturi in dinamičnem podpornem okolju v katerem se nagrajuje inovativnost doživetij.

- ***Tesno in odlično sodelovanje med deležniki*** – partnerski dolgoročni odnos, ki temelji na zaupanju in gradi na tihem znanju posameznih mikro območij in destinacije Rogla-Pohorje kot celote, kjer so meje občin le črte na papirju, ljudje pa čutijo destinacijo Rogla-Pohorje in stremijo k povezavam v širšem območju.
- ***Visoka, s standardi določena kakovost in nadzor kakovosti turističnih produktov in storitev*** – prizadevanja za kakovost življenja rezidentov, gradnjo vrednot in spoštovanja lokalne tradicije, optimalno samooskrbnost in energetsko učinkovitost ter odličnost in kreativnost doživetij turistov.
- ***Celovita srednje in dolgoročna vizija trajnostnega razvoja*** - procesno naravnan strateški razvoj in trženje destinacije Rogla-Pohorje, ki ob naravnanosti na kupca upošteva značilnosti in zmogljivosti posameznih območij in deležnikov destinacije Rogla-Pohorje (conacija in nosilna zmogljivost).

Vse zgoraj našteto se odraža kot rezultat učinkovitega delovanja ***Destinacijske management organizacije*** (DMO) Rogla-Pohorje.

Vizija in poslanstvo trajnostnega razvojnega koncepta DMO Rogla-Pohorje na središčno točko postavljata ***človeka***, kot:

- ***ponudnika*** posameznika in učinkovita partnerstva, ki skozi kreativnost in inovativnost v odnosih, storitvah in doživetjih delajo destinacijo Rogla-Pohorje posebno, zanimivo, vredno obiska, ob tem pa prinašajo ekonomski razvoj in blagostanje v destinacijo.
- ***dobavitelja***, ki v lokalnem okolju ustvarja z lokalnimi dobrinami, po tradicionalnih in sofisticiranih pristopih in povezano v oskrbnih verigah zadovoljuje potrebe in pričakovanja prebivalcev in prepoznanih ciljnih skupin turistov, podjetju pa dobiček.
- ***domačina,*** ki se zaveda kakovosti bivalnega okolja in življenja v DRP - sinergije naravnih in kulturnih danosti z izgrajenim okoljem, ki oblikovano za turiste, omogoča odlično bivalno okolje domačinom, po drugi strani pa tudi delovna mesta in valorizacijo lokalnih potencialov.
- ***turista*** s prepoznanimi željami, pričakovanji in potrebami, ki jih skozi vzpostavljeno vrednostno verigo (PTK), na jasno določenih lokacijah, zadovoljujejo povezani turistični idr. ponudniki, ki obiskovalcem omogočajo nova doživetja, zadovoljstvo in izkušnje.

Ob ljudeh pa izpostavljata ***naravno in kulturno okolje***, njune značilnosti in nosilno zmogljivost v posameznih conah destinacije Rogla-Pohorje, ki izhaja iz zavarovanja vrednot ter ohranjanje identitete, kulturne krajine in dediščine. V središču je pospeševanje in povečevanje pozitivnih učinkov ter obvladovanje in zmanjševanje negativnih vplivov.

Za ***učinkovito soorganiziranost destinacije*** je potrebno vzpostaviti kompleksen model destinacijske management organizacije.

Organiziranost DMO RP sestavljajo aktivnosti treh strokovnih področij, in sicer:

- administracija, s katero se razume služba računovodstva, pravna služba ter kadrovska služba.
- marketing, ki se ukvarja z razvojem produktov promocijo, distribucijo ter raziskovanjem.
- produkcija, ki skrbi ta predstavništva DMO Rogla-Pohorje, rezervacije in servis za obiskovalce, vodniško službo, servis na destinaciji ter ostale storitve.

Marketing DMO Rogla-Pohorje je usmerjen v razvoj, trženje, promocijo in evalvacijo procesov povezanih s turistično ponudbo destinacije kot celote.

Za uspešen razvoj turizma mora DMO RP izvajati eksterni in interni marketing (Slika 34).

Slika 21: Marketing kot ena od štirih funkcij DMO RP

Eksterni marketing DRP
(promocija in trženje ponudbe TD)

- **Spletni marketing, Mobilni marketing**
- **Marketing družabnih medijev in omrežij**
- **Organizacija dogodkov, konferenc, festivalov**
- **Direktna prodaja**
- **Direktni mailingi**
- **Prodajni sejmi**
- **Publikacije**
- **Študijske ture**

Interni marketing DRP
(razvojno usmerjen na proizvod in ceno)

- **Management prihodov**
- **Raziskovanje**
- **Koordinacija udeležencev v turizmu**
- **Management kakovosti**
- **Razvoj človeških virov**
- **Varovanje virov**
- **Krizni management**
- **Razvoj ugodnega investicijskega okolja**

Vir: Juvan, 2010.

Naloge ***eksternega marketinga*** so povezane s promocijo in trženjem ponudbe DRP, ki ustvarja prepoznavnost DRP v očeh želenih ciljnih trgov in skupin z orodji klasičnega in digitalnega marketinga. ***Interni marketing*** je razvojno usmerjen na proizvod in ceno, torej njegovo vrednost za kupca. Obravnava raziskovanje znotraj in izven destinacije ter postavlja okvirje managementa prihodov, koordinacije znotraj destinacije, vzpostavlja sistem kakovosti ponudbe ter razvoj kompetenc zaposlenih v turizmu in z njim povezanimi dejavnostmi. Ena od prioritet je razvoj ugodnega investicijskega okolja, ki spodbuja kreativnost in inovativnost področij po katerih je DRP najbolj prepoznana. Vzpostavljen akcijski načrt za primere kriznih dogodkov, pa učinkovito pomaga pri reševanju iz zagate, ko pride do kriznih situacij.

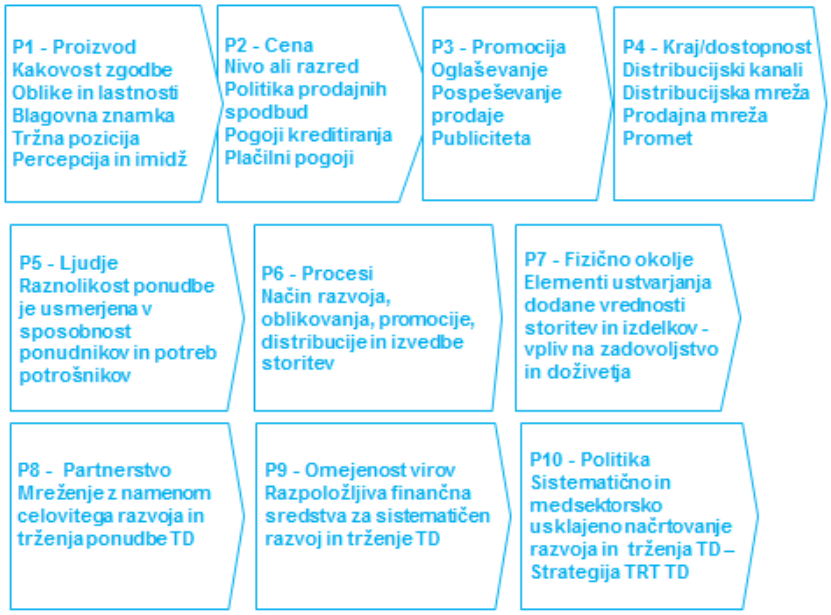
Izpostaviti velja 6 funkcij managementa DMO RP (Slika 35).

Slika 22: Management TD – DMO RP

Vir: Destination Consultancy Group, 2012

Razvoj produktov se načrtuje skozi marketinški splet, ki lahko zaobjema 7 ali več P-jev. ***DMO Rogla-Pohorje*** bo ob svojem delu uporabljal ***sistem 10P-jev***, ki ob produktu, ceni, promociji, dostopnosti, ljudeh, fizičnem okolju, partnerstvu in ***omejenosti virov, analizira tudi politično voljo*** (Slika 36).

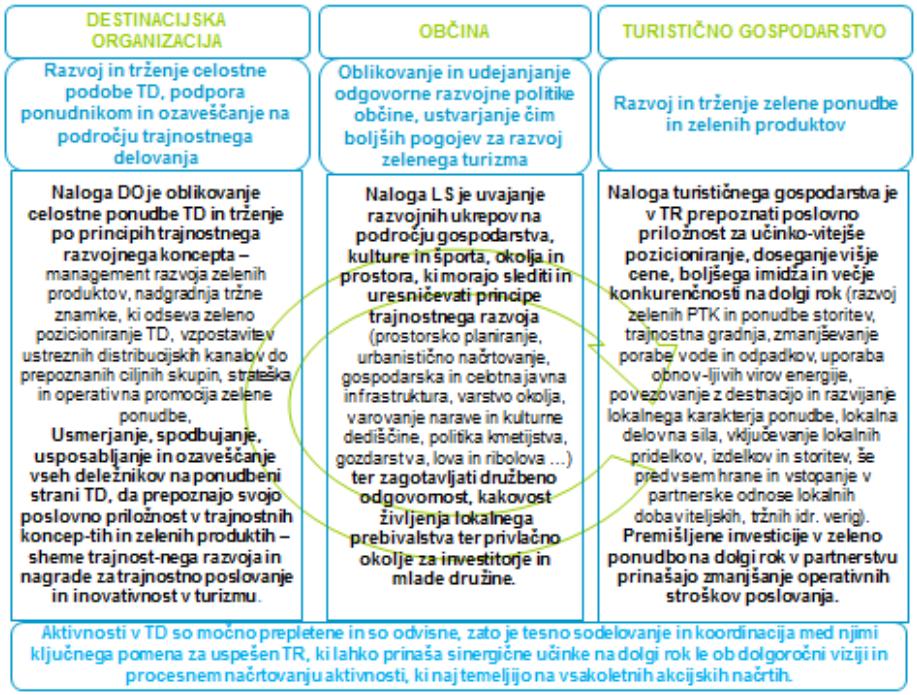
Slika 23: P-ji marketinškega spleta DMO RP



Vir: Tanja Lešnik Štuhec, 2011

Glavne naloge deležnikov trajnostne destinacije Rogla-Pohorje so prikazane na Sliki 37.

Slika 24: Glavne naloge deležnikov destinacije Rogla-Pohorje



Vsak deležnik se mora vprašati: ***»Kako lahko prispevam k skupni dobrobiti destinacije?«*** in posledično tudi: ***»Kaj bom od sodelovanja imel tudi sam?«***.

Izjemnega pomena je ***gonilo*** – oseba, ki ji z zaupanjem in iskrenim spoštovanjem sledijo sodelavci, ponudniki, obiskovalci, pa tudi politična idr. splošna javnost.
Najbolj učinkoviti rezultati so običajno zelo poceni – zahtevajo ***dobro voljo, odprto srce in veliko entuziazma***, ki pomembno oplemenitijo ***strokovnost in učinkovito komunikacijo***.

7.1 Razvojni koncept poslanstva DMO Rogla-Pohorje

Poslanstvo DMO Rogla-Pohorje je povezano s poslanstvi posameznih skupin deležnikov DRP, in sicer:

- ***Zasebni sektor*** - ponudniki nastanitvenih (hoteli, zasebne sobe, apartmaji, planinski domovi, turistične kmetije idr.), prehrambnih (restavracije, gostilne, okrepčevalnice, izletniške kmetije idr.), športno-rekreativnih, doživljajskih, idr. zmogljivosti – lastniki in zaposleni v turizmu in v z njim povezanih dejavnostih (kmetijstvo, gozdarstvo, obrt idr.);
- ***Javni sektor*** - naravovarstvene, kulturne ind. organizacije, občine, TIC-i – akterji DRP;
- ***Vodstvo destinacije*** – trenutno LTO Rogla-Zreče, GIZ s svojimi organi in partnerji;
- ***Civilni oz. društveni sektor*** - turistična, športna, kulturna, planinska idr. društva;
- ***Lokalne skupnosti*** - domačini, ki živijo v občinah DRP;
- ***Obiskovalci*** - turisti, ki obiščejo DRP;
- ***Lastniki vikendov*** – drugih domov v DRP;
- ***Druge turistične destinacije*** - konkurenčne TD in destinacije dobre prakse;
- ***Naravno okolje*** - smernice varstva in ohranjanja narave (Natura 2000 idr.) - ZRSVN;
- ***Kulturno in družbeno okolje*** - smernice za ohranjanje in gradnjo kakovosti življenja v lokalnem okolju DRP – ZVKDS, ZZVS idr.

Deležniki DRP imajo različne interese, kar pomeni, da ***različno dojemajo, vplivajo in s tem prispevajo k uresničevanju ciljev razvoja in trženja* DRP** v obdobju 2017-2021. Njihovi interesi in prispevek k DRP so podrobneje predstavljeni v Prilogi 8.

Skupni interesi deležnikov DRP do leta 2021 so:

- ***razvoj kakovostnega, kreativnega, trajnostno in pozitivno naravnanega okolja***, ki bo prijetno za bivanje, delo, raziskovanje, obisk in bo dolgoročno stimuliralo razvoj turizma in z njim povezanih dejavnosti na območju podeželske destinacije DRP,
- razvoj prepoznavne kakovostne, sodobne in odlično organizirane podeželske destinacije ***z jasno identiteto na domačem in mednarodnem trgu***, ki je privlačen turistični cilj za ciljne skupine, ki jih želimo v DRP – ***družine z zdravim načinom življenja, hedoniste, raziskovalce in radovedneže, poslovneže ter rekreativce in športne navdušence***;
- ponudba ***kakovostnih storitev ter prilagajanje potreb pričakovanjem in željam izbranih ciljnih skupin (niš)***, ki bodo skozi doživljajske produktne tržne kombinacije (PTK) – zgodbe DRP, presenečene (preseženo zadovoljno) doživele unikatnost podeželske DRP;

- ***večja rast, razvoj, inovativnost in kreativnost***, ki se bodo odražale v večjem obisku želenih ciljnih skupin in trgov, daljšem času bivanja v destinaciji, večji potrošnji ob doslednem uresničevanju trajnostnega razvojnega koncepta podeželske DRP.

Iz skupnih interesov deležnikov DRP izhaja poslanstvo DRP.

Elementi poslanstva DRP do leta 2021 so skladni s prioritetami DRP:

- ***Poslanstvo povezovanja - mreženja*** pri oblikovanju podeželske destinacije Rogla-Pohorje je z učinkovitim povezovanjem vseh sredstev (dobrin, ljudi, znanj idr.) na mednarodnem turističnem trgu doseči večjo ***privlačnost in konkurenčnost DRP,*** večjo/e: prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke in posledično zadovoljstvo vseh deležnikov.
- ***Poslanstvo razvoja in trženja*** je razvijanje visoko kakovostnega, inovativno, trajnostno, dostopno, družbeno odgovorno, inovativno in pozitivno naravnanega okolja, ki bo prijetno za bivanje in obisk komuniciralo jasno identiteto in razlikovanje od konkurenčnih destinacij v mednarodnem prostoru. Osredotočenost kakovostne in celovite destinacijske ponudbe na ***izbrane ciljne skupine*** bo pripovedovala unikatno zgodbo DRP, ki lahko prinaša zadovoljstvo vsem deležnikom.
- ***Trajnostno naravnan razvojni proces* ter družbena odgovornost in strpnost** bodo omogočili ***sinergične učinke, dostopnost ter blagostanje*** skozi rast, razvoj in inovacije, vsem vključenim.

Poslanstvo DMO Rogla-Pohorje je:

S povezovanjem dobrin, ljudi, znanj idr.virov ter ***soorganiziranostjo ponudbe*** oblikovati ***zeleno, dostopno, zdravo, aktivno, inovativno in kakovostno podeželsko destinacijo Rogla-Pohorje*,** ki bo ***z integralnim trajnostnim razvojem, družbeno odgovornostjo, strpnostjo*** ter ***nišno oblikovano*** in ***trženo ponudbo*** neponovljivih ***doživljajskih PTK za ciljne skupine*** obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu, dosegla večjo ***privlačnost, odličnost*** ter ***konkurenčnost*** in s tem večjo/e: ***sinergične učinke*** (na področjih kreativnega razvoja doživetij), ***prepoznavnost, povpraševanje*** in posledično ***optimalno zadovoljstvo in blagostanje*** vseh deležnikov DRP.

Poznavanje pričakovanj deležnikov in skupna jasna opredelitev motivov za njihovo sodelovanje (Tabeli 97 in 98) lahko vodita destinacijo Rogla-Pohorje k uresničevanju zapisanega poslanstva in prinašata koristi vsem vključenim.

Tabela 29: Zadovoljitev motivov mreženja – pričakovanj zasebnega in javnega sektorja

Deležniki	***Zadovoljitev pričakovanj skozi skupno poslanstvo***
Zasebni sektor	Zagotoviti strokovno podporo turističnim ponudnikom na področjih: • *'mreženja z namenom'* ustvarjanja trajnostnega, družbeno odgovornega, strpnega in inovativnega poslovnega okolja, ki deluje s sinergičnimi učinki. • *kakovostnega razvoja* (produktov, standardov, orodij digitalnega marketinga) in *učinkovitih raziskav* (zbiranje in obdelava informacij) za učinkovito odločanje. • *spodbujanja razvoja znanja in usposobljenosti* za večjo profesionalnost in odličnost destinacije. • *trženja in promocije destinacije* za podporo prodaji produktov in storitev; trženja, promocije in prodaje doživljajskih PTK destinacije ter informacijske podpore za ozaveščanje in dopadljivo interpretacijo unikatnosti narave in kulturne dediščine DRP.

Javni sektor	Zagotoviti strokovno podporo celovite DMO javnemu sektorju – TIC-em in drugim doživljajskim centrom na področjih: • *razvojne funkcije* (spodbujanje podjetništva in razvoj turističnih produktov ter raziskave – zbiranje in obdelava informacij s trga). • *trženja in promocije* (promocija DRP, npr. vstop na nove trge) in *informacijske – digitalne podpore za učinkovito komuniciranje.* • *soorganiziranosti* skozi partnersko mreženje in soupravljanje celotne destinacije. • *zastopanja interesov* vključenih deležnikov v odnosu do ključnih javnosti.

Tabela 30: Zadovoljitev motivov sodelovanja – pričakovanj lokalne skupnosti in obiskovalcev DRP

Lokalna skup-nost	Zagotoviti domačinom - predstavnikom lokalne skupnosti model trajnostnega, družbeno odgovornega, strpnega in inovativnega razvoja turizma, ki v sodelovanju: • ***zagotavlja konkurenčnost DRP in podjetij*** ter njihov dolgoročni razvoj in uspešnost. • ***zagotavlja kakovostne zaposlitve***, spodbuja ***nove podjetniške iniciative*** in omogoča ***dodatni vir zaslužka*** številnim posameznikom. • ohranja in gradi ***kakovost življenja*** - ***blagostanje*** v lokalni skupnosti. • spoštuje in krepi ***kulturno identiteto krajev***, ki se kaže v ***lokalno dodani vrednosti posameznih mikro destinacij***. • ohranja in povečuje ***kakovostno podobo kulturne krajine destinacije RP***. • ***zavaruje in ohranja naravna območja***, raznovrstno ***biodiverziteto*** in ***ekosisteme*** rastlin in živali na in ob vznožju Pohorja. • dosega ***čim manjše negativne učinke turizma*** na naravno, kulturno in socialno okolje ***ob relativno velikih ekonomskih učinkih***. • omogoča ***optimalno vključenost prebivalcev DRP*** v skupno načrtovanje razvoja in soupravljanje turizma.
Obisko-valci	Vsem, ki prihajajo v destinacijo Rogla-Pohorje – obiskovalcem, želimo ponuditi: • ***dobro organizirano, urejeno in varno*** podeželsko destinacijo Rogla-Pohorje. • ***odlično informacijsko-komunikacijsko podporo*** z orodji digitalnega marketinga[16] in usposobljenimi zaposlenimi in interpretativnimi orodji na TIC-ih in v centrih doživetij narave in kulturne dediščine (muzeji, centri za obiskovalce ipd.). • ***doživetja destinacije Rogla-Pohorje*** skozi podobo urejene kulturne krajine, ki pripoveduje različne identitete od nižinskih dolin s hudourniki in potoki, do sredogorskih travnikov, gozdov in pašnikov do planj in barij na ovršju Pohorja in preseneča z raznoliko biodiverziteto in ekosistemi redkih vrst rastlin in živali. • ***privlačne zgodbe***, ki zagotavljajo doživetja radovednim, sposobnim iskanja pristnih doživetij narave in kulturne dediščine, sanjavim in pustolovskim, a hkrati do narave in ljudi obzirnim, spoštljivim in kulturnim. • ***programe za šport in rekreacijo v naravi in na urejeni športno-rekreacijski infrastrukturi*** na Rogli in Termah Zreče ter v drugih središčih v dolini. • ***ustvarjalnost*** v raznolikih delavnicah in kolonijah, ob meditativnih srečanjih z naravo in s samim sabo ob odlični gastronomski ponudbi in prijaznih domačinih. • možnost izbire ***raznolikih in kakovostnih nastanitev*** na Pohorju in v Dravinjski dolini, ki izračajo lokalno identiteto in katerih ponudniki so povezani v lokalne oskrbne verige. • ***kakovostno in privlačno turistično storitev*** – storitveno verigo brez šibkih členov od prvega stika z DRP pred prihodom, v času bivanja, ob odhodu in po odhodu – z edinstveno izkušnjo, ki jo želijo deliti s svojimi prijatelji in znanci ob odličnih kulinaričnih idr. spominih na DRP, ki jih lahko iz dobro založenih lokalnih trgovinic odnesejo domov (vina, borovničevec, žganja, pohorska bunka, divjačinska salama, kruh iz krušne peči, mlečni izdelki, marmelade, med, zelišča pa tudi pohorske cokle, idr. lokalni izdelki kot spomin na doživetja v DRP) in jo ponoviti ob prvi priložnosti.

[16] Digitalni marketing je spodbujanje blagovnih znamk, pospeševaje prodaje, generiranje potencialnih kupcev, pretvarjanje potencialnih obiskovalcev v kupce, ki uporabljajo internet, mobilne in druge interaktivne kanale. Digitalni marketing je praksa za promocijo proizvodov in storitev z uporabo digitalnih distribucijskih poti, da dosežejo potrošnike pravočasno, ustrezno, osebno in na stroškovno učinkovit način. (vir: http://www.click2click.si (7. 7. 2012)

7.2 Vizija in cilji razvojnega in trženjskega koncepta DMO Rogla-Pohorje

Vizija razvojnega in trženjskega koncepta DMO Rogla-Pohorje temelji na viziji razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje v obdobju 2017-2021, ki je bila oblikovana v sodelovanju deležnikov destinacije in z izhodišči v vizijah vsake od povezanih občin v destinacijo Rogla-Pohorje. Dolga vizija v prvem delu opredeljuje povezano ponudbo DRP:

SLOGAN: **Razišči, občuti, užij**
KRATKA VIZIJA: **Rogla-Pohorje je leta 2021 prepoznana kot podeželska destinacija s kakovostnimi programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja, aktivnimi počitnicami in pripravami športnikov, kreativnimi vinskimi in kulinaričnimi zgodbami, poglobljenimi doživetji kulturizacije vesolja ter spoznavanja z naravo, bogato kulturno dediščino in rokodelstvom, svetovno prepoznanimi športnimi in tradicionalnimi prireditvami ter poslovnimi druženji, na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo gostoljubni in aktivni domačini**.
DOLGA VIZIJA: **Destinacija Rogla-Pohorje je leta 2021 pozicionirana kot konkurenčna, zelena, ekološka, dostopna, domačna, varna, gostoljubna, medgeneracijsko in s celovito ponudbo povezana destinacija, kjer se na območju med Roglo, vinorodnimi griči in Dravinjsko dolino prepleta tradicija s sodobnostjo, ob visoki kakovosti bivanja ter kreativnem okolju za delo in oddih.** **Kakovostni turistični programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Turističnem centru Rogla omogočajo ob vinskih zgodbah Škalc in kreativni kulinariki turističnih kmetij idr. ponudnikov, bogati kulturni dediščini srednjeveške Žičke kartuzije in Graščine v Oplotnici ter programih kulturizacije vesolja v KSEVT-u, poglobljena doživetja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, oplemenitenih z izročilom rokodelcev in ljubiteljskih skupin.** **Aktivne in sproščujoče počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akratotermalna voda, pohorska voda, šota), poslovna druženja, priprave športnih ekip ter vabljivi programi krajših doživetij, gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi s kolektivno tržno znamko Okusi Rogle.**

Vizija DMO Rogla-Pohorje se izvaja skozi ***udejanjanje razvojnih in trženjskih kvalitativnih in kvantitativnih ciljev DRP.***

Razvojni cilji DMO Rogla-Pohorje so usklajeni z razvojnimi cilji destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021 in so:

1. ***Vzpostaviti sistem soorganiziranosti destinacije Rogla-Pohorje***, ki temelji na partnerstvu za razvoj privlačne turistične ponudbe na območju med Roglo in Dravinjsko dolino, komunicirane s celovitim, poenotenim, ciljanim in učinkovitim trženjskim nastopom, usmerjenim k vrednotam rezidentov, turističnih akterjev in želenih ciljnih skupin.
2. ***Nadgraditi razvoj in trženje turizma*** in z njim povezanih dejavnosti ter ***pozicionirati*** DRP v mednarodnem prostoru kot prepoznavno destinacijo zadnjih obronkov Alp – med Roglo in Dravinjsko dolino – skladno s sloganom: razišči, začuti, užij.
   RAZIŠČI – naravo, kulturno krajino, zgodovino in kulturno dediščino ter lokalno ponudbo, ki zagotavlja kakovost, izvornost in lokalno dodano vrednost ***s KTZ Okusi Rogle;*** razišči in gradi ***družinske vezi;*** spoznaj vrednote Žičkih kartuzijanov in ***delaj na sebi;…***
   OBČUTI – telesno moč ob programih ohranjanja zdravja in razvajanje ter sproščanje ob programih dobrega počutja na Rogli in v Termah Zreče ter pri manjših velneških ponudnikih; mišično moč ob intenzivnih športnih pripravah; povezanost narave in človeka v skritih kotičkih DRP – na planjah in barjih, v Oplotniškem vintgarju, Rakovcu, Partovcu, Žički Kartuziji, s pogledomo na zvonike številnih cerkva, ki opozarjajo nase in na pretekle rodove, ki so jih postavili na najbolj razglednih točkah.
   UŽIJ - lepe razglede, čist zrak in mir pohorskih planin; lokalno kulinariko in odlična vina, žganja, slastno pohorsko vodo ter sokove jabolk in hrušk, ki rastejo na obronkih Pohorja, marmelado gozdnih sadežev, pohorska zelišča in izdelke iz njih; vse to z lokalno dodano vrednostjo na območju med Roglo in Dravinjsko dolino.
3. ***Vzpostaviti podporni sistem*** za: zagotavljanje raziskav in razvoj turizma usklajenega z drugimi dejavnostmi po načelih trajnostne, dostopne, zelene, destinacije; spodbujanje odličnosti in profesionalnosti ter podjetniške naravnanosti; personaliziranega (po meri ciljnih skupin) klasičnega in digitalnega komuniciranja in informiranja; trajnostne naložbe v infrastrukturo, turizem in z njim povezane dejavnosti; da bi dosegli večjo kakovost in konkurenčnost na turističnem trgu.

S trženjskimi kvalitativnimi cilji DMO Rogla-Pohorje stremimo k preseganju pričakovanj in potreb ciljnih skupin idr. deležnikov DRP, ki o neponovljivih izkušnjah oz. veliki kakovosti bivanja v DRP širijo dober glas tako verbalno (v besedi od ust do ust) kot spletno (v socialnih omrežjih).

Trženjski kvalitativni cilji DMO Rogla-Pohorje, ki udejanjanjajo vizijo DRP 2017-2021 so:

1. ***Pozicionirati*** DRP kot mednarodno ***prepoznavno destinacijo na območju med Roglo in Dravinjsko dolino***, ki s pomočjo celovite segmentacije cilja na ***prepoznane trge in skupine tako stacionarnih kot izletniških gostov.***
2. ***Nadgraditi destinacijsko znamko Rogla-Pohorje in kolektivno tržno znamko Okusi Rogle*** in z enotnim nastopom ter povezovanjem trženjskih (klasičnih in digitalnih) aktivnosti in sredstev, dosegati večjo ***učinkovitost ter prepoznavnost obstoječih turističnih programov***: aktivnih in sproščujočih počitnic na podeželju usmerjenih v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska in dolinska klima, akratotermalna voda, pohorska šota); poslovnih druženj; priprav športnih ekip ter krajših doživetij - izletov, ki gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi s KTZ Okusi Rogle.
3. Nadgraditi ***obstoječe turistične produkte z višjo lokalno dodano vrednostjo DRP***, zagotoviti ***po meri oblikovana doživetja***, graditi ***zaupanje*** in visoko stopnjo ***zadovoljstva.***
4. Vzpostaviti nišne, ***tržno privlačne in konkurenčne destinacijske zgodbe*** (doživljajske PTK) s poglobljenim doživljanjem posebnosti DRP na področjih ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Turističnem centru Rogla; hedonističnih doživetij ob vinskih zgodbah Škalc in kreativni kulinariki restavracij, gostiln in turističnih kmetij idr. ponudnikov; bogati kulturni dediščini Brinjeve gore, srednjeveške Žičke kartuzije in Graščine v Oplotnici ter programih kulturizacije vesolja v KSEVT-u; poglobljenega doživljanja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov in prireditev, oplemenitenih z izročilom lokalne kulinarike, rokodelcev in ljubiteljskih skupin.
5. Vzpostaviti ***podporni sistem*** za po meri oblikovano ***komuniciranje in informiranje javnosti in***

pomreženih deležnikov.

6. Doseči večjo ***profesionalnost in odličnost*** vseh, ki sooblikujejo izkušnjo obiskovalca.
7. Doseči ***večji obisk, dnevno potrošnjo*** in ***daljši čas bivanja v destinaciji.***
8. Doseči ***ciljano povpraševanje izven glavne sezone*** in ***minimizirati vpliv sezone*** v destinaciji.

Trženjski kvantitativni cilji DMO Rogla-Pohorje, ki udejanjajo vizijo destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021 imajo zelo različna izhodišča po občinah, zato jih predstavljamo tudi ločeno po občinah, in so:

1. ***2,3 odstotna letna rast*** **števila** ***prihodov*** **stacionarnih** ***turistov*** glede na leto 2015 (67.447 - 2015 → **76.955 - 2021).**
2. ***3,1 odstotna letna rast*** **števila** ***nočitev turistov*** glede na leto 2015 (240.602 2016 → **288.646 - 2021)** še predvsem v izvensezonskih mesecih (marec, november).
3. Podaljšati ***dobo bivanja*** iz 3,56 dni leta 2015 ***na 3,75 dni leta 2021*** z zadovoljevanjem nišnih potreb izbranih skupin;
4. Povečanje ***zasedenosti stalnih ležišč*** iz 32 % leta 2015 ***na 35 % leta 2021.***
5. Z dopadljivo ponudbo fokusirano na ciljne trge in skupine doseči povečanje *obsega turistične potrošnje* oz. povpraševanja po posameznih produktih – *odvisno od občine:*
   Zreče: dnevni gost iz 20 EUR poleti oz. 32 EUR pozimi → **27 EUR oz. 43 EUR** - 2021) in ***stacionarni gost*** za 4% na leto glede na 2015 (iz 70 EUR poleti in 80 EUR pozimi → ***88 oz. 100 EUR*** - 2021);
   Slovenske Konjice: dnevni gost iz 20 EUR → ***32 EUR*** (8%), ***stacionarni gost*** iz 50 EUR → ***67 EUR*** (5%);
   Vitanje: dnevni gost iz 7 EUR → ***10 EUR*** (6%), ***stacionarni gost*** iz 30 EUR → ***40 EUR*** (5%)
   Oplotnica: dnevni gosti iz 9 EUR → ***27 EUR*** (20%), ***stacionarni gost*** iz 30 EUR → ***40 EUR*** (5%)

- Nadgraditi prireditve na nivoju destinacije, ki imajo potencial - 1.000 in več obiskovalcev, in sicer: ***Maraton (2.700), Velikonočni pohod (2.500), Praznik pohorskega lonca (1.800), Martinovanje (1.500), Holcerija (1.350-2.000), Jurjevanje (1.300)…***
  (Primerjava podatkov po občinah je predstavljena v Prilogi v).

Trženjski kvantitativni cilji DMO Rogla-Pohorje udejanjajo vizijo razvoja in trženja DRP 2017-2021 skladno s štirimi povezanimi občinami so v Prilogi 9.

Strateške usmeritve za doseganje zastavljenih razvojnih in trženjskih ciljev DMO Rogla-Pohorje:

- ***Nadgraditi delovanje obeh TIC-ev*** (Zreče in Slovenske Konjice) ***v DMO Rogla-Pohorje*** – vzpostaviti nosilca ***povezovanja razpoložljivih sredstev*** (dobrin, ljudi, znanj idr.) in njihove nadgradnje ***za doseganje sinergičnih učinkov*** na destinacijskem nivoju, na nivoju regionalnega povezovanja v RDO Dežela Celjska ter na nivoju projektnega povezovanja z namenom ter ***vzpostaviti podružnici TIC-ev v Vitanju in Oplotnici*** – ***Mreža TIC-ev*** naj deluje ***usklajeno*** tako vsebinsko kot tehnično na področjih komuniciranja z javnostmi.
- ***Vzpostaviti lokalne in regionalne horizontalne in vertikalne mreže z namenom*** usklajenega sodelovanja in doseganja sinergičnih učinkov in večjo prepoznavnost DRP na ciljnih trgih in pri želenih skupinah turistov.

- ***Nadgrajevati aktivnosti vseh 4 Centrov DRP, da bodo*** skozi razvojni proces delovanja do leta 2018 prešli pod pravno-formalno okrilje ***DMO Rogla-Pohorje.***
- ***Vzpostaviti močno marketinško ekipo***, ki bo z obstoječimi viri znala in zmogla zastopati DRP na močno konkurenčnem turističnem trgu. (omeniti pri financiranju, da Terme ne dajo več denarja, temveč da se k njihovim aktuivnostim priključu strateške aktivnosti trženja DRP)

7.3 Vizija modela mreženja DRP – DMO RP

Poslanstvo mreženja pri oblikovanju DRP je s povezovanjem vseh sredstev (dobrin, ljudi, znanj idr.) na mednarodnem turističnem trgu doseči večjo ***privlačnost in konkurenčnost DRP*** in s tem večjo/e: prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke in posledično zadovoljstvo vseh deležnikov (Prioriteta 1).

7.3.1 Mreženje v sklopu DMO RP

Vrednost mreženja, ki je predstavljeno ***v Prioriteti 1*** se odraža v:

- ***Ustvarjanju kritične mase povpraševanja v DRP*** – sistematično mreženje v DRP lahko glede na vedno močnejšo konkurenco in rast števila destinacij, ki jih je potrebno videti / doživeti, vodi do večje ***prepoznavnosti DRP na izjemno dinamičnem turističnem trgu***;
- ***Delitev stroškov*** – mreženje pomeni delitev stroškov med partnerji mreže pri npr. vzpostavljanju ***spletne strani, komuniciranju preko socialnih omrežij***, izvajanju ***sejemskih promocijskih aktivnostih***, nižjih stroških usposabljanja, določenih storitvah ipd.;
- ***Delitev znanja*** – priložnost spoznavanja in delitve primerov praks (benchmark destinacij/podjetij) omogoča DMO RP in pomreženim partnerjem ***lažje učenje in s tem priložnost za večjo kakovost turistične ponudbe***;
- ***Koordinator*** mreže omogoča ***'one-stop shop'*** (nakup na enem mestu) za organizacije in posameznike, ki želijo kontaktirati različne akterje kar omogoča ***lažje sklepanje partnerskih odnosov*** v in izven DRP;
- ***Ugled kakovostnih in uspešnih podjetij***, ki v navezi s partnerji (navzkrižni marketing) dosegajo večjo prepoznavnost in s tem uspešnost poslovanja.

Osnova za razvoj in trženje DRP je vzpostavitev DMO RP ***s tremi horizontalnimi Mrežami*** (Mreža turističnih ponudnikov DRP, Mreža pridelovalcev in rokodelcev DRP ter Mreža za kakovost življenja DRP) ***ter štirimi Centri DRP.*** Tako bo omogočeno sodelovanje v mreže povezanih deležnikov in s tem večja razpoložljiva finančna sredstva ter možnost lobiranja in večji logistični kapital za izvajanje skupnih projektov z namenom mreženja. S tem bo dosežena večja prepoznavnost DRP, vzpostavila se bo hitrejša in učinkovitejša izmenjava znanja ter soorganiziranost za soupravljanje DRP.
Ključne usmeritve na področju soupravljanja DRP so predstavljene v Tabeli 99 in ključne koristi, ki podajajo sinergične učinke povezovanja v Tabeli 100.

Tabela 31: Usmeritve za področje soupravljanja DRP

- Na destinacijskem nivoju se razvije ***profesionalno sovodeno soupravljavsko organizacijo ali podjetje (DMO ali DMC)***, ki ***poveže*** vse s turizmom ***posredno in neposredno povezane akterje*** in ***združi sredstva*** (znanja, ljudi ter finančne in druge vire) za celovito destinacijsko delovanje skozi 4 centre in 3 mreže.
- Predstavniki LTO Rogla-Zreče s TIC-em Zreče, TIC-a Slovenske Konjice in Uniorjevega Programa Turizem ter Turistične agencije Pohorje Turizem ***predstavljajo s svojimi partnerji*** (Zlati Grič, KSEVT, Občina Oplotnica z Graščino, Gostinstvo Kračun, Smogavc, Ulipi, Pod Roglo idr.), ***ki koordinirano izvajajo dejavnosti, osnovno organizacijsko enoto na terenu***; njihova znanja, sredstva in povezave, ki so jih razvili v večletnem delovanju se nadgradi in ***vzpostavi še močnejši mrežni pristop***, ki povezuje partnerje in omogoča ***izkoriščanje specifičnih znanj in razvojnih potencialov tudi preko novih izpostav TIC-ev v Vitanju in Oplotnici***.
- ***Spodbuja se povezovanje v panožne skupnosti*** 3 horizontalnih mrež, ki zagotavljajo ***razvoj, večjo kakovost in aktivno vključevanje ponudnikov,*** ki pomembno doprinesejo k neponovljivi izkušnji in raznovrstnosti ponudbe in doživetij.
- Povezuje in nadgrajuje se funkcije ***soupravljanja posameznih vrednot narave oz. kulturne dediščine***, katerih skupno izvajanje je učinkovitejše na destinacijski ravni in omogoča večjo prepoznavnost na domačem in mednarodnem turističnem trgu, za vključene partnerje pa predstavlja novo dodano vrednost.
- Povezuje in nadgrajuje se funkcije ***soupravljanja posameznih prireditev***, katerih skupno izvajanje je učinkovitejše na destinacijski ravni in omogoča večjo prepoznavnost na domačem in mednarodnem turističnem trgu, za vključene partnerje pa predstavlja novo dodano vrednost, saj lahko načrtovane dogodke vključijo v turisitčne produkte in tako oplemenitijo doživetja gostov.
- ***Povezovanje in sodelovanje*** med akterji v javnem, zasebnem in civilnem sektorju ter z drugimi destinacijami v Sloveniji in v mednarodnem okolju je ***uspešnejše*** na vseh ravneh poslovanja DRP. Cijno in celovito naravnano nagovarjanje ciljnih trgov in skupin prinaša sistemtično strukturo gostov; ne čaka se na morebitne padalce, ki so seveda vedno dobrodošli.
- Celoten model upravljanja temelji na aktivnem ***javno-zasebnem partnerstvu, ki vključuje tudi civilno sfero.***

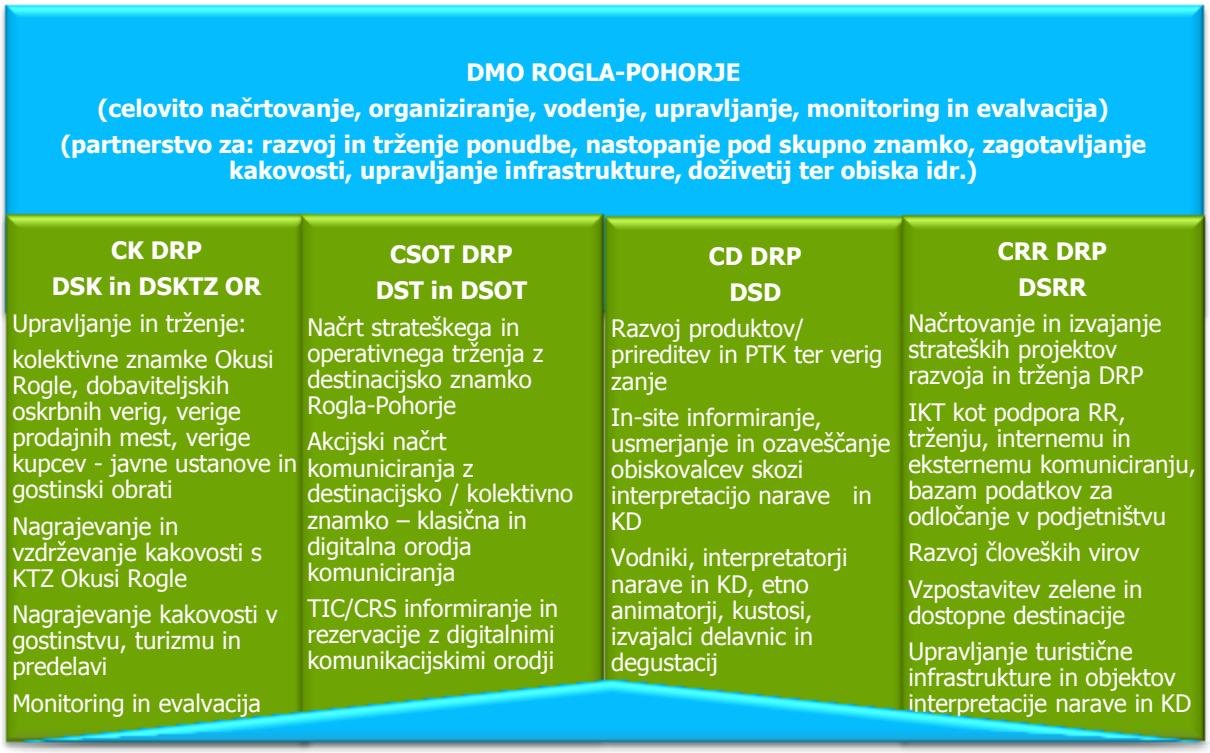
Tabela 32: Ključne koristi – dodana vrednost mreženju v DRP

• Združevanje sredstev (ljudi, znanja, financ); • Nižji stroški razvojnih in trženjskih aktivnosti; • Večja moč pogajanja s skupnimi partnerjim, regijo in državo; • Učinkovitejša promocija DRP; • Večji obseg prihodov in nočitev ter prihodka od turizma in z njim povezanih dejavnosti;	• Profiliranje trga in sistematično naslavljanje nišnih segmentov; • Strateška, sistematična in aktivna graditev prepoznavnosti DRP in konkurenčnosti na bolj oddaljenih in novih mednarodnih trgih; • Destinacijska platforma za uveljavljanje znamk posameznih turističnih in drugih ponudnikov.

7.3.2 Koordinator aktivnosti v DRP – DMO RP

Model soorganiziranosti DMO RP temelji na celovitem načrtovanju, organiziranju, vodenju, upravljanju, monitoringu in evalvaciji aktivnosti, ki jih izvajajo člani delovnih skupin, ki delujejo znotraj štirih centrov DRP (Slika 38). Partnerstva z namenom razvoja in trženja ponudbe, nastopanja pod skupno – destinacijsko in kolektivno tržno zanmko, celovite kakovosti, urejene infarstrukture ter organiziranih doživetij ter obiska, potrebujejo koordinatorja, ki aktivnosti povezuje in jih spremlja od zgoraj navzdol.

Slika 25: Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje



V nadaljevanju je poglobljeno predstavljen osrednji koordinator aktivnosti DRP, ki v sklopu aktivnosti ***soorganiziranost in partnerstvo*** skrbi za spodbujanje, vzdrževanje, usmerjanje in evalviranje učinkovitosti v mreže z namenom povezanih partnerjev, saj sam (s svojimi sredstvi, znanji in viri) težko uresničuje zastavljene strateške razvojne in trženjske cilje DRP. Učinkovita partnerstva večajo ugled DRP in odpirajo nove poslovne priložnosti za še bolj konkurenčno ponudbo destinacije. Politično in medijsko podprta partnerstva omogočajo hitrejše udejanjanje zastavljenih ciljev in večjo prepoznavnost DRP.

DMO RP močno sodeluje s ***krovnimi podpornimi organizacijami*** s področja turizma (Direktorat za turizem in internacionalizacijo na MGRT, STO idr.), strokovnimi podpornimi organizacijami delovanja lastnih mrež (GZS, OPZS idr.), izobraževalnimi in raziskovalno-razvojnimi institucijami (univerza, visoke, višje in srednje strokovne šole, RA, LAS idr.) ter z ministrstvi in drugimi institucijami. Iz njihove strani prihaja strokovna podpora, ki pomembno vpliva na razvoj znanja in spretnosti, ki se sistematično razvijajo, gradijo in hranijo kot ***lokalno dodana vrednost*** (tiho in težko posnemljivo znanje) v Razvojni enoti DMO RP.
Partnerske pogodbe ***z drugimi dobavitelji***, ki oskrbujejo turistične ponudnike omogočajo ugodne pogoje za izvajanje skupnih aktivnosti povezanih ponudnikov DRP

Vzpostavitev receptivne oz. incoming agencije omogoča sklepanje pogodb z bolj ali manj specializiranimi ***organizatorji potovanj,*** s ***kongresnimi agencijami***, ***podjetji*** in ***klubi*** za incentive in poslovna srečanja in z ***drugimi organiziranimi skupinami***, s čimer se sicer ukvarja Uniorjev Program Turizem. ***Centralni informacijsko-rezervacijski sistem (CIRS) DMO RP*** ter individualne spletne strani turističnih ponudnikov omogočajo ***direktno komuniciranje s turisti.***

Na lokalnem nivoju se obstoječi ponudniki in drugi akterji povezujejo v ***horizontalne verige,*** ki po sektorjih oblikujejo ***tri destinacijske mreže*** (Tabela 101), in sicer: ***Mrežo turističnih ponudnikov DRP, Mrežo pridelovalcev in rokodelcev DRP ter Mrežo za kakovost življenja DRP.*** Njihovo delovanje je močno povezano z ***Delovno skupino za kakovost***, ki spodbuja in organizira programe usposabljanj zanje ter Delovno skupino za KTZ Okusi Rogle, ki skrbi za kakovostno usklajeno ponudbo pridelkov, izdelkov, storitev in doživetij v DRP.

Tabela 33: Horizontalne mreže DRP

Mreža turističnih ponudnikov DRP –	sestavljajo jo v posamezne verige povezani istovrstni ponudniki npr. nastanitvenih (hoteli, penzioni, kampi, turistične kmetije, apartmaji in zasebne sobe idr.), prehrambnih gostinskih kapacitet (restavracije, gostilne, okrepčevalnice, planinske koče, izletniške kmetije idr.); TIC-ev; in ponudniki doživetij za turiste na področjih narave, kulture, rekreativno-športnih aktivnosti idr. Povezani ponudniki družno – v vertikalnih verigah oblikujejo turistična doživetja in aktivnosti za obiskovalce DRP. Istovrstni ponudniki so povezani v horizontalne verige, kjer spodbujevalec mreženja: spodbuja sodelovanje, povezovanje in zagotavljanje celovite kakovosti v stroki. Znotraj verig se razvija lokalno dodano vrednost skozi tradicionalna znanja in postopke, ki jih gojijo predstavniki verig. S shemami kakovosti in standardizacijo postopkov se zagotavlja kakovostna doživetja in zadovoljstvo predstavnikov verig. Tako se predstavniki horizontalnih verig (istovrstnih) ponudnikov na osnovi oblikovanih PTK povezujejo v vertikalne verige dobaviteljev turističnih programov za prepoznane ciljne skupine.
***Mreža pridelovalcev in rokodelcev* DRP** –	sestavlja jo več v horizontalne verige povezanih istovrstnih pridelovalcev hrane in pijač (povrtnin – zelenjave in sadja, mesnin, mlečnih izdelkov, moke in žitnih izdelkov, kruha in drobnega peciva, medu in čebeljih izdelkov, testenin, zelišč in zeliščnih čajev idr.) ter proizvajalcev izdelkov iz lesa (drobne lesne galanterije, coklov, lesene embalaže, pohištva idr.), volne in tekstila, idr. deležnikov lokalnih proizvodnih verig. Spodbujevalec mreženja spodbuja sodelovanje, povezovanje in zagotavljanje celovite kakovosti znotraj Mreže ter načrtuje, koordinira in organizira povezovanje Mreže pridelovalcev in rokodelcev z drugima Mrežama ter spremlja in evalvira aktivnosti Mreže. Znotraj verig se razvija lokalno dodana vrednost skozi tradicionalna znanja in postopke, ki jih gojijo predstavniki posameznih verig. S standardizacijo postopkov se zagotavlja kakovostno ponudbo hrane in pijače ter rokodelskih izdelkov. Namen mreže je lažje oblikovanje novih produktov, njihovo selekcioniranje (piramida izdelkov) in s tem zagotavljanje določene kakovosti ter večja prepoznavnost pod destinacijsko / kolektivno znamko. Za verigo pridelovalcev je vzpostavljena Veriga odjemalcev – turističnih podjetij, ki iz kakovostnih živil in pijač ustvarjajo odlične jedi po sofisticiranih tradicionalnih receptih.
Mreža za kakovost življenja DRP -	sestavljajo jo v posamezne horizontalne verige povezane naravoslovne in okoljevarstvene, kulturne, športne idr. organizacije in društva ter posamezniki, osnovne, srednje idr. šole idr., ki lahko kakorkoli vplivajo na kakovost življenja domačinov ter ohranjanje identitete DRP. Predstavniki te Mreže gradijo aktivno življenje domačinov, s sodelovanjem na različnih prireditvah in dogodkih pa tudi turistov. Prav tako kot predstavniki ostalih dveh verig se povezujejo v vertikalne verige pri zagotavljanju pričakovanj in potreb prepoznanih ciljnih skupin – kot del doživetij v turističnih programih.

Spodbujevalci mreženja spodbujajo sodelovanje, povezovanje in zagotavljanje celovite kakovosti in specializacije v horizontalne verige povezanih istovrstnih ponudnikov. Tako ***destinacijski manager*** lažje načrtuje, koordinira in organizira dobaviteljske storitvene verige za določene PTK (*vertikalno mreženje*), spremlja in evalvira zadovoljstvo ter ***reorganizira aktivnosti***, ki predstavljajo šibek člen v verigi zagotavljanja kakovostne izkušnje turista v DRP.

Povezovanja v DRP nastajajo v obliki horizontalnih, vertikalnih in lateralnih ter projektnih povezav (Tabela 102).

Tabela 34: Vrste partnerskih povezav v DRP

- ***Dolgoročno horizontalno povezovanje in sodelovanje istovrstnih ponudnikov na lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem nivoju*** (npr. prehrambnih obratov, prenočitvenih obratov, ponudnikov doživetij idr.) za krepitev njihove kakovosti in odličnosti (sheme in standardi kakovostnega poslovanja, sektorska usposabljanja, skupni nastopi ipd.), celovitosti – specializiranosti ponudbe (razlikovalnosti v ponudbi z lokalno dodano vrednostjo);
- ***Dolgoročno vertikalno povezovanje in sodelovanje raznovrstnih ponudnikov na lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem nivoju*** za oblikovanje doživljajskih PTK DRP, skupno promoviranje in trženje destinacije, zastopanje skupnih interesov na regionalnem, nacionalnem in internacionalnem nivoju;
- ***Dolgoročno lateralno povezovanje turističnih in s turizmom povezanih organizacij z izobraževalnimi in raziskovalnimi organizacijami, bankami, zavarovalnicami*** idr. ***na lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem nivoju*** za doseganje sinergičnih učinkov na celovitem področju delovanja in poslovanja DRP;
- Srednjeročno projektno povezovanje ***na lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem nivoju*** z namenom razvoja in trženja skupnih ciljev v mrežo z namenom povezanih projektnih partnerjev;
- Kratkoročno projektno povezovanje ***na lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem nivoju*** z namenom razvoja in trženja skupnih ciljev v mrežo z namenom povezanih projektnih partnerjev; idr.

Soorganizirano delovanje DMO RP ima ***pozitivne učinke na ponudbo in povpraševanje***. Na ponudbeni strani se kaže skozi prepoznavnost in maksimalno vrednost za domačine in turiste na destinaciji skozi doživljajske PTK, ki pritegnejo ob turističnih tudi spremljajoče dejavnosti in s tem nove podjetniške priložnosti.

Najpomembnejši partnerji DMO RP na lokalni ravni so ***Občine Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica, Delniška družba Unior s Programm Turizem, podjetje Zlati Grič ter javne institucije kot je npr. KSEVT in Žička kartuzija, turistična društva ter številni turistični in drugi ponudniki***, ki v partnerstvu – strateškem in projektnem mreženju z namenom, uresničujejo vizijo DRP.

7.3.3 Pravno-formalna oblika delovanja DMO RP in finančna konstrukcija

LTO Rogla-Pohorje, GIZ[17] je lokalna turistična organizacija za pospeševanja turizma na lokalni ravni občine Zreče in na ravni turistične destinacije Rogla-Pohorje. Je organizacija, ki razvija in uporablja vse sodobne metode, orodja in aktivnosti globalnega trženja turistične ponudbe turistične destinacije Rogla in skrbi za uspešno poslovanje in razvoj turizma in z njim povezanih dejavnosti v občini Zreče.

Vloga lokalne turistične organizacije je, da povezuje ponudnike turističnih storitev, javni sektor, turistična društva ter druge s turizmom povezane akterje ter vzpodbuja in usklajuje njihove aktivnosti na področju:

- razvojnih projektov,
- razvoja in organizacije informacijskega sistema,
- oblikovanja, promocije in trženja celovite turistične ponudbe,
- koordinacije in organizacije prireditev,
- vzdrževanja in izgradnje javne turistične infrastrukture.

[17] Vir: http://www.destinacija-rogla.si/o-nas (1. 9. 2016).

V okviru LTO-ja deluje ***Turistično informacijski center Zreče***, ki ponuja dnevnim obiskovalcem in gostom v Zrečah informacije o turistični ponudbi v občini Zreče ter posreduje informacije o prenočitvenih kapacitetah v destinaciji Rogla – Pohorje. Občino Zreče in destinacijo Rogla – Pohorje predstavlja na številnih sejmih in predstavitvah doma in v tujini. Sodeluje z društvi v občini in izdaja mesečni koledar prireditev v občini Zreče ter pomaga pri organizaciji in koordinaciji prireditev v občini.

S podobnimi aktivnostmi se v ***občini Slovenske Konjice ukvarja TIC Slovenske Konjice***, ki deluje v sklopu Splošne knjižnice Slovenske Konjice.

LTO Rogla-Zreče ***je financiran*** iz več virov, in sicer Občine Zreče, delniške družbe Unior in drugih virov. TIC Slovenske Konjice je financiran kot posredni proračunski uporabnik. Vsako leto oba ***načrtujeta aktivnosti in potrebna sredstva s programom dela***. Občini financirata dejavnost centrov ***iz turistične takse***. Del sredstev pridobita oba TIC-a z ***lastnim tržnim delovanjem***. Skupaj z različnimi partnerji prijavljata ***projektne ideje na razne razpise.***

DMO RP bi naj povezal obe obstoječi enoti TIC-ev s podružnicama ter s kadri obstoječih ponudnikov, ki že izvajajo potencialno skupne aktivnosti v lastnih organizacijah, ***pravno formalno deloval kot turistična kooperativa[18].***

Vsakoletni program dela z akcijskim načrtom izvajanja aktivnosti za udejanjanje vizije DMO RP vključuje tudi celovito ***finančno konstrukcijo***, ki bo pokrila aktivnosti Centrov DMO RP. Povezovanje sredstev vseh štirih občin, na področjih ***kadrov – znanj in usposobljenosti, financ in informacij***, lahko bistveno ***oplemeniti izvajanje destinacijskih aktivnosti*** in ***zniža stroške*** na področju turistične dejavnosti vseh štirih občin.

Med obstoječimi kadri se pričakuje ***prepoznavanje potencialnih gonil*** na posameznih področjih delovanja Centrov DMO RP, ki imajo potrebno usposobljenost, znanja in kompetence ter interes. Aktivnosti, ki jih izvajajo za posamezno občino, bodo odslej izvajali povezano za destinacijo, nekdo drug pa jim bo odvzel del aktivnosti, ki jih bo prav tako izvajal na nivoju destinacije.

Skupni proračun se naj oblikuje ***iz različnih virov***, in sicer:

- ***občinskih virov***, kot doslej v občinah Zreče in Slovenske Konjice, ki sta za namene informiranja turistov vzpostavili TIC-e. V Občinah Vitanje in Oplotnica je ***turistična taksa*** zanemarljiva oz. se sploh ne pobira, zato bo potrebno zagotoviti ***sredstva iz proračuna***

[18] Osnovni namen turističnih kooperativ (zadrug) je povezovanje lokalnih/regionalnih/nacionalnih turističnih ponudnikov z namenom skupnega nastopa na lokalnem, regijskem, nacionalnem in globalnem trgu. Člani kooperative skupaj demokratično odločajo o bistvenih odločitvah v podjetju, imenujejo vodstvo podjetja (upravni odbor in direktorje,..)
Zadruge v skladu z mednarodnimi zadružnimi pravili promovirajo in zagotavljajo trajno usposabljanje in informiranje članov, saj s tem omogočajo njihovo poslovno samostojnost, odgovornost in motiviranost v poslovnem svetu, ki je v času gospodarske krize postal izrazito negotov.
Turistična kooperativa je pravno organizacijska oblika povezanih pravnih in fizičnih oseb, ki z medsebojnim sodelovanjem in sprejemanjem skupnih pogojev delovanja oblikujejo turistične proizvode. Vir: Tadej Slapnik, Kabinet predsednika vlade RS, 2015.

občin. Delno se ta občinska sredstva pokrivajo iz turistične takse, ki je sploh v občini Zreče visoka, saj imajo veliko stacionarnih gostov.

- ***lastna profitna dejavnost,*** kot doslej v občinah Zreče in Slovenske Konjice, kjer TIC-a vodita register vodnikov in sprejemata naročila za vodenja po destinaciji, prodajata razne vstopnice, spominke in tiskovine, TIC Zreče ima partnersko verigo nastanitvenih obratov katerim za provizijo pošilja goste, idr.
- ***v poslovni dogovor povezani partnerji***, lahko pomembno prispevajo v skupni proračun in tako ***zagotavljajo učinkovitejše izvajanje promocijskih aktivnosti in usposabljanj v stroki.***
- ***Iz sredstev različnih skladov*** skozi projekte z namenom povezanega učinkovitejšega nagovarjanja, pridobivanja in razvajanja domačinov in turistov na področju turistične dejavnosti v DRP.

V prvih dveh letih delovanja DMO RP se pričakuje za pokrivanje destinacijskih aktivnosti vsaj ***60 % sredstev iz proračuna občin***, vključno s turistično takso, ***15 % iz tržne dejavnosti, 10 % iz poslovnega dogovora ter 15 % iz sredstev različnih skladov.*** V naslednjih dveh letih, bi proračun širili z znatno večjim prihodkom iz naslova poslovnega dogovora in tržne dejavnosti.

Ocenjujemo, da bi za učinkovito izvajanje aktivnosti določenih ukrepov v DMO RP na letni osnovi morali zagotoviti okoli ***130.000 EUR*** (z obstoječimi zaposlenimi), in sicer:
30 % za Center kakovost – nadgradnja KTZ Okusi Rogle in usposabljanje zaposlenih v turizmu in s turizmom povezanih dejavnostih.
30 % za Center za strateško in operativno trženje - marketinško komuniciranje (interno in eksterno marketinško komuniciranje).
20% za Center za doživetja - razvoj PTK (interni marketing), uspsobljenost vodnikov idr. ustvarjalcev doživetij ter nadgradnja destinacijskih prireditev.
30% za Center za raziskave in razvoj – raziskave, razvoj za inovativnost in kreativnost na področju turizma ter sofinanciranje projektov.
Deleži občin v skupni proračun bi naj sledili že uporabljenemu ključu, in sicer 35 % Občini Zreče in Slovenske Konjice ter po 15% Občini Vitanje in Oplotnica.
Poslovni dogovor s partnerji DMO RP naj temelji na dogovoru o aktivnostih DMO RP - aktivnostih, ki jih bodo Delovne skupine v Centrih izvajale za udejanjanje vizije Rogla-Pohorje 2021. Prihodek, število nastanitvenih enot oz. sedežev oz. drugih primerljivih enot, oz. število zaposlenih, so lahko osnova za določitev deležev – prispevkov v skupni proračun DRP.
Člani Delovne skupine za raziskave in razvoj morajo ***raziskati potrebe in pričakovanja v turistični in s turizmom povezanih dejavnostih*** ter ***oblikovati nabor projektnih predlogov***, ki jih bodo z nenehnim ***spremljanjem razpisov*** lahko izpeljali in sledili viziji destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021.
Dopadljivo oblikovani turistični programi z odlično verigo vodnikov, izvajalcev delavnic in degustacij, organizirano urejena turistična infrastruktura, vabljivi kulinarični in rokodelski izdelki v vitrinah in na policah pod oznako KTZ Okusi Rogle – spomini na DRP, tiskana gradiva, odlično oblikovana doživetja, destinacijske prireditve ter posredovanje nočitev lahko učinkovito polnijo blagajno DMO Rogla-Pohorje – ***tržna dejavnost.***

7.4 Vizija in cilji razvoja in trženja turističnih produktov v DRP

Vizija DRP oblikovana z deležniki DRP temelji na sloganu s tremi ključnimi besedami ***RAZIŠČI, OBČUTI, UŽIJ***. Drugi del dolge vizije opredeljuje turistične programe sledeče:

…

Kakovostni turistični programi
ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Turističnem centru Rogla omogočajo **ob vinskih zgodbah Škalc** in **kreativni kulinariki turističnih kmetij idr. ponudnikov, bogati kulturni dediščini srednjeveške Žičke kartuzije in Graščine v Oplotnici** ter **programih kulturizacije vesolja v KSEVT-u,**
poglobljena doživetja slikovitega podeželja s **pestro ponudbo dogodkov**, oplemenitenih z **izročilom rokodelcev in ljubiteljskih skupin**.

Aktivne in sproščujoče počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akratotermalna voda, pohorska voda, šota), **poslovna druženja, priprave športnih ekip** ter vabljivi **programi krajših doživetij,** gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi s **kolektivno tržno znamko Okusi Rogle.**

7.4.1 Ključni cilji in usmeritve ter prepoznani koncepti strategije produktov DRP

Ključni cilji in usmeritve strategije produktov DRP, ki narekujejo aktivnosti v sklopu 2. prioritete so predstavljeni v Tabeli 103 (Prioriteta 2).

Tabela 35: Ključni cilji in usmeritve strategije produktov DRP

Ključni cilji
Vzpostaviti doživljajske PTK s katerimi bo na srednji rok (do leta 2018) moč doseči prepoznavnost ter povečano prodajo konkretnih programov preko celega leta (s poudarkom na mesecih nizke sezone ter pred in posezone) in na dolgi rok (do leta 2021) doseči zastavljene razvojno-strateške kvalitativne in kvantitativne cilje.
Ključne usmeritve
Vzpostaviti tržno zanimive in konkurenčne tematske koncepte skladno s sloganom RAZIŠČI, OBČUTI, UŽIJ (Zdravje in dobro počutje, Aktivne počitnice, Sproščujoče počitnice, Poslovna druženja, Priprave športnih ekip, Odkrivanja narave in kulturne dediščine; Vino in kulinarika, Dogodki in prireditve v DRP ipd.) po katerih postane destinacija DRP prepoznavna in oblikovani ***v privlačne prodajne programe ohranjanja zdravja in dobrega počutja, sproščanj, poslovnih druženj in aktivnih doživetij***, vezanih na eno- in večdnevne programe v privlačnem naravnem okolju med Roglo in Dravinjsko dolino za posamezne ciljne skupine obiskovalcev, ***komunicirajo identiteto DRP.*** ***Trženje prioritetnih PTK / destinacijskih prodajnih programov*** tematskih konceptov. Z oblikovanjem tržno privlačnih in odlično vzpostavljenih PTK / destinacijskih prodajnih programov ***zadržati obstoječe obiskovalce dlje časa v destinaciji in povečati njihovo potrošnjo***, ter ***pritegniti nove obiskovalce – ciljano nagovorjene ciljne skupine.*** Spodbujati razvoj in trženje PTK, ki so ***drugačni od konkurenčnih, gradijo imidž DRP in pomembno širijo turistično sezono na celo leto.*** ***Razvoj PTK naj sledi prepoznanim potrebam in pričakovanjem ciljnih skupin obiskovalcev***, prepoznani ***ciljni distribuciji*** in upoštevanju ***prepoznanih vrednot obiskovalcev***: drugačnost v pripovedovanju zgodbe, vključenost in čustveno doživljanje, izvirnost in avtentičnost lokalnega prostora, standardizirana kakovost in presenečenja ter nosilni zmogljivosti posameznih mikro lokacij DRP.

Razvoj obravnava oblikovanje: ***novih destinacijskih doživljajskih PTK***, ki so prepoznane kot primarni destinacijski produkti in imajo vzpostavljena izhodišča; ter ***potencialnih novih doživljajskih PTK***, ki so v fazi prepoznavanja.

Trženjski vidik se nanaša na razvoj doživljajskih PTK po katerih bo DRP prepoznavna in oblikujejo osnovo za prepoznavno pozicioniranje DRP skozi diferenciran trženjski koncept.

Z razvojem in nastavki trženja produktov se ukvarja ***Delovna skupina za doživetja***. Njene raziskave in načrtovanje se nanašajo na oblikovanje novih in nadgradnjo obstoječih turističnih produktov DRP ter na razvoj nišnih doživljajskih PTK DRP. Prav tako se v začetni fazi ukvarjajo z vzpostavljanjem ponudbe Dnevi odprtih vrat ponudnikov DRP in organizacijo Destinacijskih prireditev v DRP.

Prepoznani tematski koncepti DRP omogočajo celovito ***povezati in oblikovati tržno zanimive doživljajske PTK,*** ki omogočajo, konkurenčna, izkustveno naravnana in izvirna doživetja, z nagovarjanjem jasno opredeljenih motivacijskih segmentov v vseh letnih časih.

7.4.2 Razvojni in trženjski koncept strategije produktov DRP

Prepoznane produkte DRP lahko razdelimo kot:

- ***nosilne produkte,*** ki ustvarjajo primarni motiv prihoda;
- ***produkte, ki dopolnjujejo nosilni produkt*** - obravnavani so kot dodatne aktivnosti, ki popestrijo doživetja ali samostojno ustvarjajo motiv za prihod v DRP;
- produkte, ki predstavljajo ***dopolnitev nosilnim produktom;***
- posebne ***produkte vezane na poseben interes.*** (Tabela 104)

Tabela 36: Vrste produktov DRP

Nosilni produkti, ki ustvarjajo primarni motiv prihoda	*Produkti, ki dopolnjujejo nosilni produkt*	*Produkti, ki so pomembna dopolnitev nosilnim produktom*	*Posebni produkti – specialni interesi*
Ohranjanje zdravja	Planinske in tematske poti	Vino	Poroke
Ohranjanje dobrega počutja	Programi v navezi z belimi aktivnostmi	Kulinarika	Klimatski tretmaji
Družinske počitnice pozimi	Programi spoznavanja podeželja in kmetij	Športne in zabavne prireditve	Incentive
Družinske počitnice poleti	Kulinarične delavnice	Naravoslovne prireditve	Ribolov
Bele aktivnosti – rekreacija na snegu	Delavnice osebnostne rasti	Kulinarične prireditve	Botanika
Zelene aktivnosti – pohodništvo in kolesarjenje	Rokodelske delavnice	Kulturne prireditve	Doživljajske poti
Priprave športnikov	Zabavne aktivnosti		Romanja
Poslovni turizem	Izobraževanje in usposabljanje	Dogodki z naravoslovno ali kulturno noto	Tradicionalni pohodi
Odkrivanje in doživljanje narave			
Sprostitev v naravnem okolju			
Odkrivanje in doživljanje kulturne dediščine			
Modre aktivnosti – plavanje, regate			
Prireditve in dogodki			

Razvojni koncept strategije produktov (Tabela 105) v DRP se nanaša na:

- ***pomembnejše produkte za razvoj*** - se samostojno tržijo, vendar potrebujejo kakovostno in vsebinsko nadgradnjo v destinacijske PTK z vzpostavljeno dobaviteljsko verigo in aktivnejšim trženjem (na novih, predvsem mednarodnih trgih se krepi obstoječe produkte ter izboljšuje njihovo privlačnost in konkurenčnost), potrebno jih je diferencirati (razviti dodano vrednost in ustvariti razlikovanje od drugih podobnih produktov konkurentov), segmentirati (oblikovati produkte po meri ciljnih skupin) in

integrirati (razviti zaokrožena doživetja in znotraj produktov nove storitve v verigo povezanih ponudnikov);

- ***nišne produkte v razvoju*** - izgraditi destinacijske produkte, ki imajo zametke, vendar se še ne tržijo (diferenciacija, segmentacija, integracija);
- ***nove sonaravne produkte*** - za katere obstaja potencial, vendar še niso razviti – selfness; gozdni wellness, klimatski tretmaji za različne ciljne skupine v času neugodne klime v dolini; edukativni programi – spoznavanja barij, planj, gozda, kamnin ipd.; uporabiti moramo inovativno razvijanje novih produktov (za nišne segmente) in integrirati - razviti zaokrožena odkrivanja / doživetja, ki so povezana tudi z bivanjem v naravnem okolju (glamurozni kampi).

Tabela 37: Razvojni koncept strategije produktov

Pomembnejši/izhodiščni produkti za razvoj	***Nišni produkti v razvoju***	***Novi potencialni produkti***
Osrednji motiv prihoda	*Osrednji motiv prihoda*	*Osrednji motiv prihoda*
Ohranjanje zdravja	Pohodništvo	Poroke (DRP, destinacija, kjer se želiš poročiti)
Ohranjanje dobrega počutja	Kolesarjenje	Klimatski tretmaji
Družinske počitnice – bele aktivnosti pozimi	Tek na smučeh, nordijsko smučanje, krpljanje	Meditativno v naravi
Družinske počitnice – zelene aktivnosti poleti, prvomajske in krompirjeve počitnice	Poroke	Tematsko vodeni pohodi
Sprostitev v naravnem okolju in velneških centrih	Tradicionalne prireditve	Specializirana doživetja narave
Priprave športnikov	Gorski selfness	Specializirana doživetja KD
Poslovna srečanja	Okoljski programi za mladino	Najdite pot k sebi
Odkrivanje in doživljanje narave	Dogodki	Osredotočite se na družino
Rekreacija v naravi		Srečajte preteklost v naravi
Prireditve in dogodki		Po botanični poti do pohorskega cvetja
Sestavni deli produktov	***Sestavni deli produktov***	Edukativno o kamninah, naravi, živalih in ljudeh na Pohorju
Pohodništvo / kolesarjenje	Zabava	Spoznajte vrednote Žičkih kartuzijanov
Kulinarika	Kulinarika	Po poteh Windisch-Grätzev
Zelene / modre / zabavne aktivnosti	Kulturna dediščina	Odkrijmo Partovec
Turizem v navezi s parki narave		Odkrijmo Rakovec
Odkrivanje in doživljanje kulturne dediščine		Vitanjska panoramska cesta
		Dnevi odprtih vrat malih ponudnikov DRP
Dopolnilni produkti	***Dopolnilni produkti***	Glasba v DRP
Tematske poti	Tematske poti	Delavnice fotografije v naravi
Ustvarjalne delavnice	Izobraževanje in usposabljanje	
Specialni dogodki		

Za vsako novo doživljajsko PTK se sestane delovna skupina, in sicer ***produktni in destinacijski manager, predstavnik ciljne skupine***, ki predstavi svoje potrebe in pričakovanja ter ***predstavnik verige dobaviteljev***, ki sooblikujejo turistični produkt – dobaviteljsko verigo z (vsebinsko, časovno, kakovostno in vrednostno) usklajeno doživljajsko zgodbo za specifično ciljno skupino DRP.

Trženjski koncept produktov DRP temelji na prepoznanih motivih prihoda in omogoča oblikovanje zaokrožene ponudbe ciljanih produktov s prepoznanimi ciljnimi skupinami ter učinkovito in poenoteno komuniciranje s pomočjo sistema trženjskih orodij (socialna omrežja, krovna in produktne brošure, kratki promocijski filmi, koncept sejemskih predstavitev, produktni oglasi idr.).

Temeljna področja turistične ponudbe DRP (Tabela 106) in s tem osrednji motivi za prihod v DRP: so ***RAZIŠČI, OBČUTI, UŽIJ*****,** torej raziskovanja, odkrivanja in doživljanja z vsemi čuti, ki se nanašajo na naravo, kulturno dediščino, aktivnosti vseh vrst ter vino in kulinariko bodisi kot družinske počitnice, sprostitev in dobro počutje, prireditve in dogodki ali poslovna srečanja.

Tabela 38: Opisi temeljnih področij turistične ponudbe DRP

Ohranjanje zdravja	Programi ohranjanja zdravja se nanašajo na rehabilitacijo v sklopu Medicinsko-rehabilitacijskega centra Term Zreče s samoplačniškimi ambulantami, fizioterapijo ter zdravljenjem s srednjegorsko klimo, akratotermalno vodo ter pohorsko šoto in fango oblogami; Dopolnjuje se s produkti kulture in kulinarike ter obiski prireditev.
Ohranjanje dobrega počutja	Sprostitev, sproščujoč oddih v lepem naravnem okolju, ki sam po sebi sprošča in umirja, še predvsem pa prehod iz relaksiranja v regeneriranje (polnjenje baterij); gre za velneške aktivnosti, ki omogočajo sprostitev, zmerno telesno aktivnost, odkrivanje kulturne dediščine, odkrivanje narave. Dopolnjuje se s produkti zabave, vina in kulinarike, velnesa, obiska prireditev, poslovnega turizma idr.
Družinske počitnice pozimi in poleti	Družinsko preživljanje oddiha se fokusira na aktivnosti in doživetja za otroke in vključuje vse vrste aktivnosti (pozimi in poleti), animacijo, odkrivanje srednjegorskega prostora, tematske produkte za družine; Dopolnjuje se z velnesom za starše, kulinariko, prireditvami, zabavo, izobraževanjem idr.
Priprave vrhunskih športnikov	Priprave vrhunskih športnikov so strokovno načrtovane in zahtevajo prilagajanje športni disciplini ter programom aktivnosti špornikov. Dopolnjujejo se s testiranjem in rehabilitacijo vrhunskih špornikov in prilagojeno kulinariko ter dopolnilnimi storitvami za športnike.
Aktivnosti zelene, modre, bele, zabavne	Rekreacija v naravi, aktivno preživljanje oddiha, vezano na eno vrsto aktivnosti (npr. zimskih - smučanje) ali njihovo kombinacijo (npr. zelenih - kolesarjenje in pohodništvo); Dopolnjuje se s produkti kulinarike, prireditev, zabave, izobraževanja in doživljanja narave in kulturne dediščine (npr. fotolov, ribolov, lov) idr.
Odkrivanje / doživljanje narave	Odkrivanje srednjegorskega in dolinskega naravnega okolja in njegovih ekosistemov vodi k spoznavanju naravnih zakonitosti ob raznoliki rekreaciji, kar ima veliko edukativno noto; Dopolnjuje se z odkrivanjem / doživljanjem kulturne dediščine, s kulinariko, prireditvami, izobraževanjem / usposabljanjem ipd.
Odkrivanje / doživljanje kulturne dediščine	Odkrivanje podeželja temelji na spoznavanju kulturnih atrakcij, okolja in ljudi v kontekstu preživljanja aktivnega ali sproščujočega oddiha srednjegorskega prostora Pohorja in Dravinjske doline; Dopolnjuje se s prireditvami in kulinariko ter izobraževanjem / usposabljanjem, preizkušanjem spretnosti ipd.
Prireditve in dogodki	Obisk prireditve / dogodka vključuje še številne druge aktivnosti, ki oskrbijo celotno doživetje DRP; Dopolnjuje se z odkrivanjem narave in kulturne dediščine DRP in kulinariko ter izobraževanjem.
Poslovna srečanja	Poslovni obisk je specifičen zaradi vrste poslovnega obiska npr. udeležba na seminarju, individualni poslovni obisk, team building, incentive; Dopolnjuje se z incentive programom, ki vključuje aktivnosti, odkrivanje narave in kulturne dediščine DRP, kulinariko z odličnimi vini, žganji in sokovi ter zabavo idr.

7.4.3 Ciljni trgi strategije produktov DRP

Opredelitev ciljnih trgov ponudbe DRP izhaja iz prepoznanih tematskih konceptov ter motivov prihoda in konkretnih interesov ciljnih skupin – obstoječih in potencialnih obiskovalcev DRP.

Spremljanje domačih in mednarodnih ciljnih trgov je v DRP vezano na marketinške aktivnosti delniške družbe Unior Program Turizem, ki ima večdesetletno tradicijo. Po podatkih SURS je bilo v letu 2015 v Zrečah 59.854 gostov, ki so ustvarili 213.506 nočitev. 68 odstorkov vseh nočitev na letnem nivoju generirajo domači gosti. V času zime sledijo gosti iz bližnjih trgov Avstrija, Nemčija, Italija, Madžarska ter Nizozemska in Belgija v času poletja.

Zastopanost gostov po mednarodnih trgih je sledeča: trgi bivše Jugoslavije (Hrvaška, Srbija, Bosna in Hercegovina) okoli 10 %, Germanski trgi (Avstrija, Nemčija, Švica) okoli 7 %, Madžarska okoli 5 %, Italija okoli 3 %, Beneluks okoli 2 %, Ruska federacija okoli 1 %.

Mednarodne ciljne trge delimo na:

- ***ključne trge***, ki jih predstavljajo turisti iz Hrvaške, Madžarske, Nemčije, Italije in Avstrije, ki ustvarijo okoli 71 % mednarodnih nočitev;
- ***perspektivne trge***, ki jih predstavljajo turisti iz Ruske federacije, Nizozemske, Bosne in Hercegovine in Srbije, Češke in Velike Britanije, ki ustvarijo okoli 16 % mednarodnih nočitev;
- ***ostale trge***, ki jih predstavljajo turisti iz Azijskih držav, Slovaške, Belgije, ZDA, Poljske, Turčije, Francije idr. in predstavljajo 13 % mednarodnih nočitev.

Prognoza rasti števila nočitev, ki udejanja kvantitativne cilje DRP, bi ob 3,1 % letni rasti nočitev prinesla leta 2021 20 % več nočitev kot je bilo opravljenih v letu 2015. Predvidevamo, lahko da bo obstoječih 11 trgov raslo proporcionalno z letom 2015 (Tabela 107).

Po podatkih TIC Zreče je bilo v občini Zreče v letu 2015 opravljenih 238.334 nočitev in pobrane 185.053,02 EUR turistične takse. Največ nočitev je v času zimske smučarske sezone. V TIC-u Zreče ocenjujejo, da je v občini Zreče opravljenih med 250.000 in 285.000 nočitev na letnem nivoju (ponudniki manjših zasebnik kapacitet ne sporočajo podatkov na SURS in TIC Zreče).

V letu 2015 je po podatkih Uniorjevega Programa Turizem v Termah Zreče in na Rogli opravljenih 185.535 nočitev (87 % vseh nočitev v Zrečah). V prvih šestih mesecih leta 2016 je bilo v Termah Zreče opravljenih 61.081 nočitev in na Rogli 54.682 nočitev, skupaj torej 115.763 nočitev (62% nočitev leta 2015). Najbolj zasedena meseca v obeh centrih sta bila februar (Rogla: 18.615, Terme Zreče: 12.603 – skupaj 31.218 nočitev) in januar (Rogla: 16.981 in Terme Zreče 11.458 – 28.439 nočitev).

Tabela 39: Struktura povpraševanja glede na pričakovane mednarodne nočitve v v letu 2016 v občini Zreče

Segment	Država	Nočitve in delež 2015 Zreče			Prognoza nočitev in deležev 2021, Zreče	
	Skupaj	213.506[19]	100%			
Domači gosti	Domači trg	145.986	68 %	68 %	175.332	68 %
Nočitve mednarodnih gostov po ključnih izvornih trgih	Mednarodni trgi	67.520	32 %	32 %	81.093	32 %
			v % od vseh nočitev	v % od med. nočitev		
	Hrvaška	16.800	7,8 %	24,9 %	20.177	24,9 %
	Madžarska	11.196	5,2 %	16,6 %	13.447	16,6 %
	Nemčija	8.125	3,8 %	12,1 %	9.758	12,1 %
	Italija	6.711	3,1 %	10 %	8.060	10 %
	Avstrija	5.142	2,4 %	7,6 %	6.176	7,7 %
	Ruska federacija	2.835	1,3 %	4,2 %	3.405	4,2 %
	Nizozemska	2.256	1 %	3,3 %	2.710	3,4 %
	Bosna in Hercegovina	1.703	0,8 %	2,5 %	2.045	2,6 %
	Srbija	1.454	0,7 %	2,2 %	1.746	2,2 %
	Češka	1.236	0,6 %	1,9 %	1.484	1,9 %
	Velika Britanija	1.033	0,5 %	1,5 %	1.241	1,5 %
	Ostali	9.029	4,2 %	13,5 %	10.844	13,5 %
Skupaj			213.506	100 %	256.426	100 %

Vir: SURS (1. 9. 2016).

Ocenjujemo, da je v Termah Zreče skoraj 30 % nočitev opravljenih iz naslova zdraviliškega zdravljena. Ti gosti se zadržijo povprečno 5 dni, kar ugodno povečuje povprečno dobo bivanja na skoraj 3,56 dni v občini Zreče.

Ocenjujemo, da so družine z več kot 50 % opravljenih nočitev (v obratih Programa Turizem) najpomembnejša ciljna skupina v DRP, sledijo priprave vrhunskih športnikov (okoli 10 % nočitev), MICE (okoli 6 % nočitev), mladinski turizem (okoli 6 %) in samoplačniški programi Term Zreče (manj kot 6 %).
Vsled temu lahko pričakujemo, da bodo v družbi Unior Program Turizem in s tem v DRP nasploh, tudi v prihodje veliko sredstev vlagali v komuniciranje produktov po meri družin, ki živijo aktiven življenjski slog (Tabela 108).

7.4.4 Ciljni segmenti strategije produktov DRP

Razen Programa Turizem delniške družbe Unior imajo redki ponudniki v občini Zreče in nastanitveni obrati v drugih občinah DRP, vpeljane ***oddelke trženja in načrtno prepoznavajo ciljne skupine svojih obiskovalcev in jim po meri oblikujejo doživljajske PTK***. Za partnerje LTO Rogla-Zreče, GIZ izvaja ciljno usmerjeno trženje TIC Zreče. TIC-a Zreče in Slovenske Konjice ponujata pakete v navezi s smučarskimi vozovnicami in vstopnicami v Terme Zreče oz. skupno vstopnico za obisk Žičke kartuzije, Zlatega Griča in KSEVT-a ter možnosti servisiranja turista na samem mestu.

Ocenjujemo, da je letno v DRP opravljenih več kot 240.000 nočitev in le 32 % od teh je mednarodnih nočitev, ki jih v glavnini opravijo turisti iz sosednjih držav in Nemčije.

Najpomembnejši ciljni segmenti DRP so:
družine z otroki, športniki na pripravah, posamezniki, pari različnih starosti, skupine različnih starosti in interesov, ki prihajajo zaradi ***sproščanja in občudovanja narave in kulturne dediščine ter rekreacije v naravi*** ter ***poslovneži in obiskovalci prireditev in dogodkov.***

Doživljajske programe v DRP načrtujemo glede na:
- izvor obiskovalcev (domači gosti, mednarodni gosti);
- čas zadrževanja obiskovalcev v DRP (počitnice (tri, pet, sedem dni), vikend, enodnevni ali poldnevni izlet);
- starostno strukturo obiskovalcev (otroški, mladinski, družinski, senijorski idr.);
- število članov v skupini (posameznik, par, družina, skupina do 5, 10, 15 in več članov);
- specifične motive obiska DRP, ki izhajajo iz načina življenja, hobijev in raznolikih navad ciljnih skupin obiskovalcev in omogočajo sistematično prepoznavanje nišnih oblik turizma v DRP

Segmentacija stacionarnih gostov *po letnih časih*:
- ***poleti***: družine z otroki; pari; manjše interesne skupine; individualci;
- ***spomladi in jeseni***: pari; družine s predšolskimi otroki; manjše interesne skupine; poslovni, seminarski in incentive gosti; skupine šolskih otrok in mladine na šolskih dnevih, taborih in delavnicah; individualci;
- ***pozimi:*** družine z otroki, pari, manjše skupine, skupine šolske mladine; individualci;
- ***priprave športnikov*** - prisotni so odvisno od primernega časa za športno dispiplino;

omogoča produktnim managerjem *sistematično načrtovanje, oblikovanje, izvajanje, spremljanje in evalviranje doživljajskih PTK*, ki jih skupaj z destinacijskimi managerji umeščajo v določene *cone DRP* in tako oblikujejo po *meri narejene doživljajske programe*, ki jih izvajajo v *kratke dobaviteljske verige povezani ponudniki DRP*. To so osrednje naloge ***Centra za strateško in operativno trženje.***

Ocena strukture obiskovalcev (enodnevni obiskovalci in stacionarni gosti) glede na ***način prihoda v DRP*** je predstavljena v Tabeli 108.

Tabela 40: Ocenjena struktura obiskovalcev po načinu prihoda v DRP leta 2015

Segment	Nočitve stacionarni gosti		Prihodi enodnevni obiskovalci	
	Število	Delež	Število	Delež
Individualni obiskovalci	128.104	60 %	225.000	50 %
Podjetja/organizacije/klubi/društva	42.701	20 %	90.000	20 %
Organizirane skupine - posredovanje organizatorjev potovanj	42.701	20 %	135.000	30 %
Skupaj	213.506	100 %	450.000	100 %

Med ***stacionarnimi gosti*** največji delež nočitev opravijo individualni gosti (60 %). Delež organiziranih skupin stacionarnih turistov, ki pridejo v destinacijo s posredovanjem organizatorjev potovanj prinese okrog 20 % vseh nočitev.

Med dnevnimi obiskovalci so najpogostejši individualni enodnevni obiskovalci (50 %), organizirane skupine predstavljajo 30 % vseh dnevnih obiskovalcev. Čas zadrževanja obiskovalcev v destinaciji ni enostavno oceniti. Predvidevamo, da se: 40 % vseh obiskovalcev zadrži v DRP od 3 do 5 ur; 50 % vseh obiskovalcev zadrži v DRP od 5 do 8 ur in 10 % vseh obiskovalcev zadrži od 8 do 12 ur.

Delovna skupina za doživetja bo vzpostavila ***sistem nadgrajevanja obstoječih turističnih produktov***, ki temeljijo na turističnih tematskih konceptih DRP.
Sistem temelji na vključevanju aktivnosti trženjskega spleta, ki obravnava vsak turistični produkt celovito in usklajeno s prepoznanimi ciljnimi skupinami DRP.
Vsak turistični produkt je nenehno evalviran in nadgrajevan s posameznimi elementi trženjskega spleta. V primeru, da turistični produkt ni več tržno zanimiv, se ga poskuša preoblikovati oz. izključiti iz ponudbe DRP.

Turistično ponudbo je smisleno oblikovati glede na prepoznane **življenjske sloge ljudi,** ki jih pričakujemo kot goste v DRP. Pri tem se velja nasloniti na raziskavo podjetja Valicon – ***Persone ciljnih skupin slovenskega turizma***, ki ga je naročila STO v letu 2016 in predstavlja Poročilo terenske raziskave segmentov tujih turistov v Sloveniji. Izpostavljeni so naslednji segmenti mednarodnih turistov: zeleni raziskovalci, užitkarji, družabni svetovljani, kritični raziskovalci mest, sproščeni eskapisti, aktivni pari; pari, ki se želijo umakniti od stresa, biti aktivni ter občutiti energijo in svobodo; medical wellness – zdravstvene terapije; beauty wellness – lepotni programi in posvečanje sebi; velika družina – preživeti čas z družino in prijatelji; aktivna družina, ki želi doživeti nekaj novega; mladi brezbrižneži, ki se želijo družiti s prijatelji. Vsak segment je natančno opisan, opredeljeni so tudi primarni in sekunadrni motivi prihoda, interesi, počutje in skrbi na potovanju, življenjski stil, viri informacij, pa tudi tipična nakupovalna pot. ***Poznavanje nakupnih navad lahko odločilno prispeva k uspešnosti komunicanja s segmenti***.

DSD DRP se bo posvetila poglobljenemu prepoznavanju potreb in pričakovanj ter oblikovanju ponudb za naslednje segmente: družina z otroki; aktivni pari in pari, ki bežijo iz stresnega okolja; zeleni raziskovalci; pari in posamezniki, ki jih zanima zdravljenje in lepota telesa in duha, pa tudi športniki na pripravah in poslovneži, ki želijo ob poslu tudi doživetja.

7.4.5 Turistično vodenje ter interpretacija narave in kulturne dediščine – doživetja v DRP

Izvajanje programov doživljajskih vodenj po DRP za prepoznane nišne skupine turistov zahteva mrežo usposobljenih destinacijskih vodnikov, ki skozi ***usklajena doživetja*** - zgodbe DRP, ***popeljejo turiste od ponudnika do ponudnika*** in v doživetja ***vključijo interpretacijo narave in kulturne dediščine, tudi etno-animacijo.***

Učinkovita interpretacija narave in kulturne dediščine zahteva sistematično proučevanje, načrtovanje, izvajanje in spremljanje aktivnosti na področju narave in kulturne dediščine DRP. V DRP aktivnosti interpretacije narave in kulturne dediščine pokrivajo predstavniki javnih zavodov za varstvo narave in kulturne dediščine ter Splošna knjižnica Slovenske Konjice, društva in posamezniki. Pomembno vlogo bi lahko imela skupina etno-animatorjev, ki bi predstavili zgodovinska dejstva ali pripovedi z interpretacijo zgodb v določenem zgodovinskem času, na določenih lokacijah.
Vzpostavitev Centra narave na Rogli lahko pomembno prispeva k interpretaciji narave in kulturne dediščine na Rogli. Sama vzpostavitev Centra je povezana s projektom »Vizija Pohorje 2030«, ki ga skupaj s projektnimi partnerji načrtuje Občina Zreče (neposredna prijava na Ministrstvo za okolje in prostor).

Z oblikovanjem doživljajskih programov se bo ukvarjala Delovna skupina za doživetja v DRP – aktivnosti, ki jih bodo izvajali so: spremljanje stanja naravnih vrednot in enot kulturne dediščine; spoznavanje načel interpretacije narave in kulturne dediščine; načrtovanje upravljanja vrednot narave in kulturne dediščine; načrtovanje usmeritev za informiranje, usmerjanje in ozaveščanje obiskovalcev skozi interpretacijo narave in kulturne dediščine DRP; iskanje virov za vzdrževanje naravnih vrednot in enot kulturne dediščine ter vzpostavitev interpretacijskih tehnik in orodij ter usposobljenosti kustosov, interpretatorjev narave in kulturne dediščine in vodnikov; izvajanje interpretacije.

7.5 Vizija koncepta promocije in prodaje v DRP

V DRP pristopamo k strateški nadgradnji - razvoju in upravljanju znamk, ki pozicionirajo destinacijo na domačem in mednarodnih trgih. ***Znamki*** - destinacijska znamka Rogla-Pohorje ter Kolektivna znamka Okusi Rogle ***potrebujeta nadgradnjo v komuniciranju*** - gradnji odnosa med znamko in potencialnimi odjemalci. Sistematično zastavljeni, usmerjeni in ciljani komunikacijska ter celostna grafična podoba bosta omogočili učinkovit proces pozicioniranja DRP.

7.5.1 Strategija upravljanja znamke DRP

Pri nadgradnji znamke je potrebno izhajati iz ***značilnih in prepoznavnih elementov DRP***, ki se kažejo v oblikovanju ***imena, logotipa in pozicijskega gesla***, s katerimi bo DRP na domačem in mednarodnih trgih ***komunicirala svojo identiteto.***

Deležniki DRP si prizadevamo nadgraditi ***destinacijsko znamko Rogla-Pohorje in kolektivno znamko Okusi Rogle***, ki bosta ob ***privlačni turistični ponudbi*** DRP pozicionirali tudi ***ponudbo kakovostnih in certificiranih pridelkov / izdelkov / storitev / doživljajskih produktov*** ter ***nagrajevali*** turistične in s turizmom povezane ***ponudnike v DRP***, ki z odlično kakovostjo zagotavljajo pozicioniranje DRP kot kakovostne in ciljno usmerjene destinacije med Pohorjem in Dravinjsko dolino.

Ključni cilji in usmeritve strategije upravljanja znamke destinacije so predstavljeni v Tabeli 109, proces oblikovanja znamke destinacije pa v Tabeli 110.

Tabela 41: Ključni cilj in usmeritve na področju strategije upravljanja znamke DRP

Ključni cilj
Sodobni in komunikacijsko močni, tako destinacijska znamka Rogla-Pohorje kot kolektivna tržna znamka Okusi Rogle, bosta vplivali na večjo ***prepoznavnost DRP na ciljnih trgih in pri nišnih skupinah*** ter ponudila osnovo za ***večje povpraševanje po posameznih že obstoječih in morebitnih novih znamkah (pridelkov / izdelkov/ storitev / doživljajskih PTK / ponudnikov) v DRP.***
Ključne usmeritve
Nadgradnja močne ***identitete destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi Rogle*** naj temelji na identitetah posameznih ponudnikov DRP. Razvoj močne destinacijske / kolektivne znamke naj bo osnova za ***jasno in učinkovito pozicioniranje*** na trgu in diferenciacijo DRP od drugih konkurenčnih destinacij oz. znamk. Nadgradnja znamk bo osnova za ***uveljavljanje in diferenciacijo*** posameznih *že uveljavljenih in novih* pridelkov / izdelkov / storitev / doživljajskih produktov in turističnih ter s turizmom povezanih ponudnikov v DRP Nadgradnja znamke in ponudbe DRP temelji na ***jasnem pozicioniranju in diferenciranju*** od primerljivih destinacij in produktov v širšem prostoru. ***Uravnoteženo razmerjem med krovnim*** (imidž / pull / destinacijskim) trženjem in ***trženjem konkretnih produktov*** pospešuje prodajo posameznih PTK preko ozkih (specializiranih) kanalov do jasno opredeljenih ciljnih skupin.

Tabela 42: Proces nadgradnje destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne tržne znamke Okusi Rogle

Koraki vsebinske nadgradnje znamk
• Evalvacija stanja destinacije Rogla-Pohorje pove: kaj imamo, kje in kdo smo, kdo so konkurenti, kako komunicirajo ter katere ciljne skupine zadovoljujejo; • Nadgradnja oblikovanje znamke se začne s potrjevanjem prepoznanih ciljev, vizije in poslanstva znamke, ki izhajajo iz prepoznanih interesov in pričakovanj deležnikov DRP; • Opredelitev ciljnih skupin in motivacijskih segmentov - Koga znamka nagovarja?; • Način pozicioniranja znamke - Kaj znamka ponuja?; • Poimenovanje destinacije Rogla-Pohorje s trženjskega vidika - Ime znamke in slogan!; • Vizualno oblikovanje znamke – opredeljeni identitetni elementi - Model znamke (vrednote, točke razlikovanja, osebnost, koristi, obljube); • Opredeljen arhitekturni sistem znamke do obstoječih ali prihodnjih znamk - Politika znamke.
Nadgradnja znamke in njeno komuniciranje
• Usmeritve in aktivnosti za nadgradnjo znamke v destinaciji, pri njenih ponudnikih in izven destinacije; • Komunikacijska in promocijska strategija sta zapisani v naslednjem poglavju.

Ukrepi upravljanja destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi Rogle so opredeljeni skozi določitev:

- načina upravljanja destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi-Rogle;
- upravljavca (skrbnika) destinacijske / kolektivne znamke in njunih nalog;
- pravil uporabljanja destinacijske / kolektivne znamke;
- načrtov spremljanja, nadzora, razvoja in nadgradnje destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi Rogle.

Delovna skupina za destinacijsko znamko, ki jo sestavljajo oblikovalci destinacije Rogla-Pohorje, pripravlja osvežitev znamke. Sliki 39 predstavljata obstoječi znamki, in sicer: destinacije Rogla-Pohorje in kolektivne tržne znamke Okusi Rogle.

Sliki 26: Obstoječi destinacijska in kolektivna tržna znamka DRP

Vir: LTO Rogla-Zreče, GIZ in Unior d. d. Program Turizem.

7.5.2 Komunikacijska strategija destinacije Rogla-Pohorje

S strategijo komuniciranja DRP želimo nagovoriti in ***prenesti komunikacijsko sporočilo prepoznanim ciljnim naslovnikom, ki se bodo na sporočilo tudi odzvali.***

Ključni cilji in usmeritve na področju komunikacijske strategije znamke destinacije DRP so predstavljeni v Tabeli 111 vsebina procesa komuniciranja DRP je predstavljena v Tabeli 112.

Tabela 43: Ključni cilji in usmeritve strategije komuniciranja DRP

Ključni cilj
DRP bo s komunikacijsko strategijo oblikovala ***ciljno usmerjeno sporočilo***, ki bo povečalo njeno celovito prepoznavnost, pa tudi prepoznavnost posameznih lokacij in ponudnikov in s tem vplivalo na večje ***povpraševanje prepoznanih ciljnih skupin po doživljajskih PTK DRP.*** Sporočilo bo posredovano ***z izbranim naborom orodij promocijskega spleta*** in z drugimi sredstvi, ***komuniciralo bistvo, obljubo in korist znamke***, ki bodo prispevala h ***gradnji znamke*** in se ***čustveno dotaknila ciljne skupine***, kar bo posledično pripeljalo do ***prodaje doživljajskih PTK za ciljne skupine.***
Ključne usmeritve
Nadgradnja celovitega in medsebojno usklajenega ***sistema komuniciranja*** destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi Rogle. Za prepoznane nišne ciljne skupine se nadgradi komuniciranje s sodobnimi ***inovativnimi prijemi pripovedovanja zgodb uporabo komunikacijskih niš. S partnerstvi se vzpostavi komunikacijske sinergične učinke*** (usklajeno na področjih finančnih, profesionalnih in destinacijskih partnerstev) z akterji in partnerji naposameznih lokacijah na področju turizma in s turizmom povezanih dejavnosti destinacije Rogla-Pohorje.

Tabela 44: Vsebina komunikacijskega procesa destinacije Rogla-Pohorje

Osrednjo ***nit komuniciranja destinacije Rogla-Pohorje*** predstavljajo konkretni *motivi prihoda* obiskovalcev, torej ***turistični produkti -*** doživljajske zgodbe (PTK) za prepoznane ciljne skupine obiskovalcev - ***ciljno in direktno produktno trženje.*** Destinacijska znamka Rogla-Pohorje z obljubo, ki jo komunicira, zagotavlja koristi in vrednote v vsaki posamezni PTK oz. izdelku – ***komunicira se vsebine, produkte.*** Komuniciranje se izvaja s pripovedovanjem zgodb, ki so pretvorjene v programe ***RAZIŠČI, OBČUTI, UŽIJ*** – ***udejanjene zgodbe na nivoju destinacije Rogla-Pohorje.*** Komunicira se ***ozke komunikacijske niše*** (strokovne javnosti – predstavništva v tujini, specialiste, ki nagovarjajo določene tržne niše) ter splošne javnosti, ki iščejo privlačne sproščujoče aktivnosti in odkrivanja podeželja v območju med Roglo in Dravinjsko dolino idr. Z organiziranjem ***dobro načrtovanih dogodkov*** se spodbuja komuniciranje posameznih produktov in doživljajskih PTK ter promovira celovito destinacijo Rogla-Pohorje. Osrednjo nit komuniciranja predstavljajo ***gonilni prepoznavni elementi, entitete in atrakcije***, ki diferencirajo destinacijo Rogla-Pohorje od podobnih in konkurenčnih destinacij na turističnem trgu. Temeljito prepoznana pričakovanja in interesi ozkih ciljnih skupin, ki se jih nagovarja, omogočajo jasno opredelitev ***komunikacijskih in prodajnih ciljev*** (vsebino sporočila) – potek komuniciranja se ***prilagodi pričakovanjem in iskanim koristim ciljne skupine***.

7.5.3 Osvežena celostna grafična podoba destinacije Rogla-Pohorje

Vizualno identiteto znamke destinacije Rogla-Pohorje – logotip 1 in 2 (Sliki 40) sta oblikovala deležnika, ki se strokovno ukvarjata z oblikovanjem, in sicer Mitja Kranjčan in Jerneja Habjan. Logotipa temeljita na identiteti štirih občin destinacije Rogla-Pohorje, ki ležijo med Pohorjem in Dravinjsko dolino in izhajata iz obstoječega logotipa destinacije, ki ga uporablja LTO Rogla-Zreče, GIZ.

Sliki 27: Predlog dveh logotipov destinacije Rogla-Pohorje

Vir: Mitja Kranjčan, julij 2016 in Jerneja Habjan, oktober 2016

Logotipa ponazarjata destinacijo Rogla-Pohorje, ki leži med zelenim Pohorjem in rodovitno dolino, po kateri tečejo pohorski vodotoki in izpostavlja aktivnosti skozi vse leto. Štiri modre kapljice oz. krožnice, barvno usklajene z grbi občin, nagovarjajo k igrivosti in aktivnostih v destinaciji Rogla-Pohorje. ***Zapis imena ROGLA-POHORJE*** je že samo po sebi močna in prepoznavna znamka, ki jasno pozicionira destinacijo v slovenskem prostoru. Logotipa v črno beli različici sta predstaljena na Slikah 41.

Sliki 28: Logotip destinacije Rogla-Pohorje v črno beli različici

Vir: Mitja Kranjčan, julij 2016 in Jerneja Habjan, oktober 2016.

Navzven se destinacija Rogla-Pohorje predstavlja v osnovnem zapisu. Logotipa sta igriva in dinamična, sestavljata ga zapis Rogla-Pohorje ter silhueto območja, ki poudarja raznolikost štirih občin povezanih v destinacijo Rogla-Pohorje.

Podoba z imeni vseh štirih občin je primerna za lokalno uporabo – interni marketing na območju destinacije Rogla-Pohorje (Sliki 42).

Slika 29: Predloga Logotipa destinacije Rogla-Pohorje na beli in črni podlagi

Vir: Mitja Kranjčan, julij 2016 in Jerneja Habjan, oktober 2016.

Izbrani logotip bo opremljen z ***opisom zgodbe***, ki jo znamka pripoveduje. Oblikovana bosta ***Pravilnik o komuniciranju celostne grafične podobe destinacije Rogla-Pohorje*** ter ***Pravilnik o skrbništvu in upravljanju destinacijske znamke Rogla-Pohorje.***

Znak sledi prepoznanim ***smernicam za oblikovanje destinacijskih znamk, in sicer***:

- ***Zgodba***, ki jo znak pripoveduje je ***povezana s tradicijo območja med Roglo oz. Pohorjem in Dravinjsko dolino*** in ***izhaja iz obstoječe podobe logotipa.***
- Pri barvanju znaka se je omejilo pri številu barv, da je znak lažje kombinirati s promocijskimi orodji.
- Znak je ***razločno prepoznaven*** in ga je moč uporabiti ***v različnih velikostih.***
- ***Enostavnost znaka*** omogoča izvedbo v **različnih tehnikah.**
- Poudarjeno je ***ime destinacije Rogla-Pohorje*** in v primeru internega marketinga ***imena vseh štirih občin***, z ***razločno berljivo tipografijo fonta.***

Oblikovan je predlog enostavne in vizualno prepoznavne aplikacijo na že obstoječo – analizirano celostno podobo posameznih deležnikov v destinaciji Rogla-Pohorje (Slika 43).

Slika 30: Predlog aplikacije logotipa na že obstoječo celostno podobo destinacije Rogla-Pohorje

Vir: Jerneja Habjan, oktober 2016.

7.5.4 Strategija trženja - promocije in distribucije destinacije Rogla-Pohorje

Analiza promocije in distribucije destinacije Rogla-Pohorje (Tabela 113) je ***prikazala prednosti in slabosti*** obstoječega trženja destinacije Rogla-Pohorje. Prepoznali smo, kje na destinacijskem nivoju, smo lahko bolj učinkoviti in kako lahko s skupno destinacijsko / kolektivno znamko *izkoristimo trženjske priložnosti* ob doseganju sinergičnih učinkov povezovanja turističnih in s turizmom povezanih ponudnikov, partnerjev Poslovnega dogovora o sodelovanju. Z jasnejšim in bolj učinkovitim pozicioniranjem se lahko *izognemo nevarnostim*, ki prežijo na močno konkurenčnem trgu podeželskih destinacij.

Tabela 45: Analiza trženja destinacije Rogla-Pohorje

- ***S promocijo in trženjem prepoznanih lokacij v destinaciji Rogla-Pohorje*** (Rogla, Terme Zreče, Žička kartuzija, KSEVT idr.) se ukvarjajo Unior d. d. Program Turizem, TIC Zreče in Slovenske Konjice in posamezni ponudniki, ki promovirajo turistične atrakcije, nastanitve in prireditve ter posamezne turistične programe, ne promovirajo in tržijo pa destinacijskih doživljajskih PTK za prepoznane ciljne skupine, ki tudi niso oblikovane.
- ***Na mednarodnih trgih je destinacija Rogla-Pohorje sistematično in permanentno zastopana*** s pojavljanjem na sejmih in borzah na ključnih (Italija, Hrvaška, Madžarska, Avstrija, Nemčija, Velika Britanija, Češka, Nizozemska) in sedmih perspektivnih (Španija, Avstrija, Francija, Finska, Turčija, Izrael, Srbija) mednarodnih trgih. Nastope ob Uniorjevem Programu Turizem za destinacijo koordinirata tudi LTO Rogla-Zreče in TIC Slovenske Konjice v partnerstvu na nacionalnem (STO, GIZ pohodništvo in kolesarjenje, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč idr.), regionalnem (RDO Dežela Celjska oz. RDO Maribor-Pohorje) ali destinacijskem nivoju (predlogano poslovno partnerstvo - v Poslovni dogovor o sodelovanju povezani ponudniki destinacije Rogla-Pohorje).
- V destinaciji Rogla-Pohorje je letno izvedenih nekaj ***študijskih tur*** novinarjev in *agentov*.
- Uniorjev Program Turizem ter LTO Rogla-Zreče organizirata ***dogodke za specializirane ciljne skupine*** (profesionalne športnike, smučarje, tekače, kolesarje, pohodnike idr.).
- Na destinacijski in lokalnih ***spletnih straneh*** promovira destinacija Rogla-Pohorje ponudbo za slovenski in mednarodne trge (najpogosteje: v slovenskem, angleškem in nemškem, pa tudi v italijanskem, hrvaškem in ruskem jeziku - UNITUR). Na portalu STO sta Žička kartuzija in Gastuž prikazana pod razdelkom 'Vredno obiska'; Občina Zreče pod razdelkom 'Mesta in kraji', turistične kmetije v razdelku 'Podeželje', itd.
- Na destinacijski spletni strani obstaja ***CRS Feratel***, ki omogoča rezervacijo nastanitvenih kapacitet turističnih ponudnikov v destinaciji Rogla-Pohorje.
- TIC-a, Program Turizem ter posamezni ponudniki so prisotni ***na socialnih omrežjih*** (Facebook, Youtube, Twitter, Tripadvisor idr.).
- Zakupljene so ključne besede za visoko pozicioniranje Term Zreče in Rogle ter posameznih ponudnikov na Googlovi spletni strani in drugih ***spletnih brskalnikih.***
- ***Razen UNITUR-jevih so redko oblikovane mobilne aplikacije***, ki ponujajo poglobljeno brskanje po informacijah, nišnim ciljnim skupinam.
- Unitur in destinacija Rogla-Pohorje premoreta ***celovito vertikalo tiskanih promocijskih materialov*** (korporativni katalog, produktne kataloge, panoramske karte in zemljevide itd.) ter DVD filme in Diateko v petih (slovensko, angleško, nemško, italijansko, hrvaško) jezikih.
- ***Sodelovanje z emitivnimi organizatorji potovanj*** se izvaja prek**o** ***Uniorjevega Programa Turizem, sicer pa ni pogosta praksa.***
- V destinaciji Rogla-Pohorje ni posrednikov potovanj, ***ni doživljajskih incoming agencij***, ki bi oblikovale, promovirale in tržile destinacijske doživljajske PTK za nišne skupine obiskovalcev.
- V destinaciji Rogla-Pohorje TIC Zreče promovira in trži zasebne sobe in apartmaje za svoje

partnerje in izvaja tudi informacijske aktivnosti v destinaciji, skupaj so aktivni trije TIC-i in informacijske točke na mestih najbolj obiskanih naravnih vrednot in kulturne dediščine.

Za boljše pozicioniranje med srednjegorskimi podeželskimi destinacijami bo morala destinacija Rogla-Pohorje ***oblikovati in ciljano tržiti destinacijske doživljajske PTK z vzpostavljenimi dobaviteljskimi verigami.*** Za skupno oblikovanje, promocijo in trženje destinacijskih PTK za ciljne niše obiskovalcev, se bodo morali partnerji v destinaciji Rogla-Pohorje povezati na ***destinacijskem in produktnem nivoju.*** S trženjsko strategijo promocije in distribucije je določen koncept elementov trženjskega spleta prepoznanih produktov destinacije Rogla-Pohorje.

V sklopu ***Centra za trženje v DRP*** (CSOT DRP) oblikovana ***Delovna skupina za strateško in operativno trženje*** (DST) bo na osnovi strateških trženjskih usmeritev izvajala aktivnosti operativnega letnega načrta trženja.

Strategija distribucije na nivoju destinacije Rogla-Pohorje

Strategija distribucije temelji na določitvi domačih in mednarodnih ciljnih trgov in oblikovanju strategije distribucije za vsakega od njih. Usmeritve za strateški nastop na domačem in mednarodnih trgih so predstavljene v Tabelah 114 in 115.

Tabela 46: Usmeritve strategije distribucije na domačem trgu

Turisti iz domačega trga so ustvarili leta 2015 v destinaciji Rogla-Pohorje (podatki za Zreče) okoli ***68 % vseh prihodov in 68 % nočitev.***
Izjemno pomembno je ohraniti obstoječe število prihodov in nočitev slovenskih turistov.
Domači turisti so: pomembni *za manjše ponudnike DRP,* ki ne dosegajo visoke kakovosti nastanitvenih kapacitet oz. ne ponujajo doživljajskih paketov; *koristniki zdravstvenih in velneških paketov* in *prireditev* – prihajajo na krajši oddih (izlet) kakor tudi na počitnice v DRP.
Domači trg *nagovarjajo preko zdraviliških paketov in paketov za dobro počutje, aktivnosti za družine in posameznike v DRP*, ki omogočajo odkriti in doživeti najpomembnejše atrakcije in doživetja narave in kulturne dediščine med Roglo in Dravinjsko dolin, rekreacije na Pohorju in pod njim (kopanje v Termah Zreče, smučanje, pohodništvo, kolesarstvo, golf ipd.) in so namenjeni tako *izletnikom kot stacionarnim gostom DRP.* Objavljeni so pod znamko UNITUR in na destinacijskem spletnem portalu, kjer se predstavlja tudi ponudnike, aktivnosti in prireditve v štirih letnih časih. *Destinacijski portal bo konec leta 2016 zamenjan z novim*, ki ga bo potrebno odlično pozicionirati v spletnih iskalnikih, da bo postal priljubljena spletna stran za domače obiskovalce, ki iščejo ideje za izlet ali počitnice v DRP.
Aktivnosti na domačem trgu so v domeni DMO RP in posameznih ponudnikov.
DMO RP se *v partnerstvu z Deželo Celjsko* pojavlja na *sejmih v Sloveniji* (npr. Turizem in prosti čas).

Tabela 47: Usmeritve strategije distribucije na mednarodnih trgih

Turisti iz mednarodnih trgov so leta 2015 ustvarili v DRP okrog *32 % vseh prihodov in 32 % nočitev.*
Sejemska (in borzna) *prisotnost na sedmih ključnih* (71 % mednarodnih nočitev) in *sedmih perspektivnih* (16 % mednarodnih nočitev) mednarodnih trgih je resnično sistematična in permanentna, v letu 2016 se skupaj s STO izvajajo sejemske aktivnosti tudi *na oddaljenih trgih Kitajske, Japonske idr.*, ki skupaj z ZDA, Kanado in Kitajsko, predstavljajo najpomembnejše oddaljene trge DRP (skupaj z ostalimi ustvarijo 13 % mednarodnih nočitev).
Z oblikovanjem destinacijskih doživljajskih PTK bi bila možna bolj ciljana nišna usmeritev na mednarodne trge, ki trenutno še nima osnove v PTK z vzpostavljenimi dobaviteljskimi verigami.

Okrepiti bi veljalo aktivnosti *na obstoječih ključnih mednarodnih trgih* – hrvaški, madžarski, nemški, italijanski in avstrijski ter hkrati ciljno pospešiti rast drugih *perspektivnih* (Srbija, Francija, Španija, Izrael, Rusija) in *novih oddaljenih trgov* (Kitajska, Japonska, Indija). *Promocijske aktivnosti je smiselno izvajati v partnerstvu s STO in regionalnimi partnerji* na trgih, kjer obstajajo oz. se odpirajo dobre povezave preko raznovrstnih posredništev. UNIOR d. d. sistematično in celovito izvaja trženjske aktivnosti Programa Turizem – povezovanje destinacijskega komuniciranja s ciljnimi trgi je smiselno vezati na obstoječe promocijske aktivnosti le-tega. Obstoječe trge je potrebno obdelovati *bolj ciljno in produktno intenzivno ter inovativno*, s kreativnimi in ciljnimi trženjskimi pristopi do nišnih segmentov. Partnerska sodelovanja so smiselna na razvitih, emitivnih trgih, ko se išče nove priložnosti ciljnega / produktnega trženja preko specializiranih kanalov. Največjo dodano vrednost povezovanja omogoča vstop na nove trge, saj zagotavlja sinergične učinke v času, denarju in učinkovitem sistemu. Povezovanje z drugimi destinacijami v in izven Slovenije (npr. kolesarski turizem, zdraviliški turizem ipd.) omogoča *oblikovanje kombiniranih itinerarijev več držav* za goste oddaljenih trgov.
Ciljni trgi glede na pomen *ključni trgi*, ki jih predstavljajo turisti iz Hrvaške, Madžarske, Nemčije, Italije in Avstrije, ki ustvarijo okoli 71 % mednarodnih nočitev; *perspektivni trgi*, ki jih predstavljajo turisti iz Ruske federacije, Nizozemske, Bosne in Hercegovine in Srbije, Češke in Velike Britanije, ki ustvarijo okoli 16 % mednarodnih nočitev; *ostali trgi*, ki jih predstavljajo turisti iz Azijskih držav, Slovaške, Belgije, ZDA, Poljske, Turčije, Francije idr. in predstavljajo 13 % mednarodnih nočitev.
Ciljni trgi glede na oddaljenost Bližnji trgi – Italija, Hrvaška, Avstrija, Madžarska (dostopni z avtomobilom) *Srednje oddaljeni trgi* – Velika Britanija, Beneluks, Nemčija, Francija, Rusija, Češka, Skandinavija, Slovaška, Poljska) (delno dostopni z avtomobilom oz. z avio povezavami) *Oddaljeni (avio) trgi* – ZDA in Kanada, Kitajska, Japonska, Indija idr.
Cilji strategije na mednarodnih trgih: Povprečna letna rast nočitev 3,1 %, - primarni trgi 3 %, ostali mednarodni trgi 7 %.

Tabela 116 prikazuje oblikovanje strategije za vstop na ciljne trge skozi distribucijske kanale.

Tabela 48: Oblikovanje strategije za vstop na ciljne trge – distribucijski kanali

Trženjske aktivnosti v DRP so bile v letu 2015 in so v letu 2016 na mednarodnih trgih usmerjene na strokovno javnost (B2B) – *trženje preko posredniških poti STO v navezi z RDO Dežela Celjska* (organizatorji potovanj, agentje, prevozniki); splošne javnosti – potencialne obiskovalce se obdeluje preko *sejemskih nastopov in z orodji odnosov z javnostmi* (študijska potovanja novinarjev, prizadevanja za PR članke); Unior d. d. je aktiven na B2C aktivnostih.
Struktura individualnih gostov je ugodna. *Individualni stacionarni gosti opravijo okrog 60 % vseh nočitev v DRP.* Organizirane skupine preko organizatorjev potovanj in drugih organiziranih potovanj opravijo okrog 30 % nočitev v DRP. Okrog 30 % *izletnikov* pripeljejo v DRP organizatorji potovanj. Ciljno trženje bi lahko okrepilo *organizirane zahtevnejše skupine* na področju *stacionarnega turizma*.

Tabela 117 prikazuje ključne prioritete in usmeritve za okrepljen in organiziran skupen nastop na mednarodnih trgih. Ta je možen ob: vzpostavljanju nove neposredne distribucijske povezave – *inovativnega destinacijskega portala* usmerjenega na končnega, individualnega obiskovalca ter z vzpostavljanjem *povezav s specializiranimi partnerji*, ki imajo razvit dostop do tržnih niš.

Tabela 49: Organiziran in okrepljen skupen nastop na mednarodnih trgih

Ključne usmeritve vstopa na mednarodne trge

- V DRP se razvija sodoben in funkcionalen *destinacijski portal Rogla-Pohorje*, ki bo omogočal konkretno trženje in prodajo PTK s ciljem krepitve individualnih gostov v primernih jezikovnih različicah – portal je učinkovito orodje za večanje prepoznavnosti in konkurenčnosti destinacije ter vstopna točka do ponudnikov.

- Vzpostavljanje *novih povezav s specializiranimi partnerji* po posameznih produktih na mednarodnih trgih (na prioritetnih trgih se v 5 letih za vsak produkt vzpostavi po 3 kakovostne in kredibilne partnerje).
- *Spodbuja in podpira se obstoječe in potencialne agente*, ki organizirajo in izvajajo posamezne produkte / programe v destinaciji Rogla-Pohorje.

Druge usmeritve

- Na ključnih trgih (Hrvaška, Madžarska, Nemčija, Italija, Avstrija) ter na nekaterih perspektivnih trgih (Češka, Poljska, Srbija) se *usmerja na končnega potrošnika preko B2C aktivnosti.*
- Na že uveljavljenih organiziranih trgih se ohranja delež organiziranih gostov s pomočjo *kakovostnejših partnerjev* – aktivnejše partnerstvo (hišni sejmi, študijska potovanja za organizatorje potovanj, delavnice za referente, skupna promocija, oprema prodajnih mest, promocijski projekti) ter jasnejše profiliranje in boljše cenovne pozicije.
- *Na bolj oddaljenih trgih se okrepi* partnerski pristop pri združevanju naporov s STO - *B2B in B2C aktivnosti*.

Strategija trženjskega komuniciranja – promocije

Promocijske aktivnosti se sistematično oblikuje, izvaja in evalvira za vsak ključni in perspektivni ciljni trg in vsak tematski koncept. Za zagotavljeno direktno in povratno komunikacijo z določenim ciljnim segmentom se poišče in uporabi najbolj učinkovita promocijska orodja. Izjemno učinkovita je ***vzpostavitev inovativnega destinacijskega spletnega portala,*** ki z vizijo in doživljajskimi PTK destinacije Rogla-Pohorje ***komunicira nišne ciljne segmente*** in jih pritegne v DRP. DMO RP s ***komuniciranjem v socialnih omrežjih*** naslavlja prepoznane ožje tržne niše. Prepoznavnost destinacije Rogla-Pohorje je na srednji in dolgi rok odvisna tudi od sistematičnega ***spremljanja učinkovitosti promocijskih aktivnosti in pojavljanj v socialnih omrežjih.***

V Tabeli 118 so predstavljene ***ključne usmeritve promocijske strategije destinacije Rogla-Pohorje.***

Tabela 50: Ključne usmeritve promocijske strategije destinacije Rogla-Pohorje

Uvajanje destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi Rogle Promocijske aktivnosti DRP na mednarodnih trgih se izvajajo pod skupno destinacijsko in kolektivno tržno znamko, kar omogočata jasno, učinkovito in uspešno komuniciranje obstoječih znamk in doživljajskih PTK in s tem privlačno in konkurenčno pozicioniranje. S komunikacijsko strategijo DRP so določene promocijske aktivnosti za komuniciranje destinacije na prepoznaven, konsistensten in komunikacijsko močen način (poenotena CGP, komunikacijski ton, vsebina).
Nadgrajevanje promocijskih aktivnosti S ciljnim trženjem se nadgradi uveljavljena orodja produktnega trženja. Okrepi se sodelovanje s specialisti na mednarodnih trgih. S co-brandingom se iščejo in razvijajo inovativni promocijski projekti – s čimer se dosega sinergične učinke pri povezovanju turizma s partnerji izven te dejavnosti in povečuje inovativnost in prepoznavnost. Organizacija posebnih dogodkov s PR, promocijskimi in pospeševalnimi orodji učinkovito dosega določene ciljne javnosti. Na obstoječih nacionalnih dogodkih in prvenstvih se promovira DRP. Promocijska orodja na bližnjih trgih se usmeri do končnih potrošnikov (B2C) - destinacijski portal, sejmi / borze, oglaševanje, direktni marketing in PR aktivnosti – objave v medijih; na srednje oddaljenih in oddaljenih trgih so promocijska orodja usmerjena v B2B (orodja pospeševanja prodaje, osebne prodaje). Za izvajanje aktivnosti tržnega komuniciranja se nadgrajuje združevanje sredstev za skupne

nastope v sklopu Poslovenga dogovora o sodelovanju.
Osredotočenost Destinacijski spletni portal in kombinirano spletno oglaševanje – osredotočenost na segmente in orodja za komuniciranje z njimi.

Destinacija Rogla-Pohorje je prepoznavna po imenu Rogla-Pohorje, ki obljublja naravno okolje na območju Pohorja in Dravinjske doline, zdraviliške in velneške storitve za dobro počutje v Termah Zreče ter rekreacijo in sproščanje na Rogli, odlična vina na območju vinorodnih goric ter bogato kulturno dediščino Žičke kartuzije in KSEVTa. Z novimi dodanimi programi odkrivanj in doživetij ter iskanjem novih trženjskih priložnosti (z odpiranjem novih trgov, partnerstev, z razvojem in upravljanjem destinacijskega portala, ki je najpomembnejše orodje za individualnega, neposrednega obiskovalca, razvoj produktov in programov zanje ter prehod na produktno usmerjeno trženje destinacije) lahko doseže še večjo prepoznavnost na mednarodnih trgih.

Promocijska orodja in usmeritve za njihovo uporabo

Internetni portal je glavno promocijsko orodje v destinaciji Rogla-Pohorje. V Tabeli so 119 predstavljene usmeritve za njegovo uporabo.

Tabela 51: Internetni portal destinacije Rogla-Pohorje

Je glavno orodje: • komuniciranja do končnega potrošnika – ciljnega obiskovalca, na vseh ciljnih trgih, • komuniciranja s poslovnimi javnostmi – posredniki, mediji odločevalci in drugimi strokovnimi javnostmi, • internega komuniciranja do partnerjev v okviru destinacije Rogla-Pohorje.
Internetni portal je: • komuniciran skozi vsa promocijska orodja in aktivnosti, • orodje za implementacijo zastavljene produktne in trženjske strategije, opredeljene identitete destinacijske / kolektivne znamke in tako podpira doseganje zastavljenega pozicioniranja, • orodje celostne in sistematično strukturirane slike o ponudbi DRP kot celote in po posameznih tematskih sklopih (odkrivanja / doživetja, aktivnosti, sprostitev / dobro počutje, posel / dogodki, vodnik po destinaciji idr.) – podaja vse informacije in omogoča dostop do podrobnejših vsebin.
Za učinkovitost internetnega portala kot trženjsko prodajnega orodja mora biti zagotovljeno/a: • dnevno ažuriranje vsebin (aktualni dogodki, novosti, posebne ponudbe, spremembe podatkov, vnašanje novih ponudnikov, aktualizacija vsebin, skrb za forume, bloge idr.) – vnaprej odmerjen delovni čas skrbnika za sistematično delo, • optimizacija prikaza spletnega naslova v spletnih brskalnikih ter nenehno ustrezno pozicioniranje strani, • oblikovane aplikacije in optimizacija spletnega portala za pametne telefone, • razvoj in uporaba CRM baze, pridobljene skozi različne aktivnosti in spletne servise na portalu (razvoj podatkovnih baz po interesih / produktih in trgih), • razvijanje in upravljanje sodobnih spletnih servisov (npr. personalizirano sestavljene spletne brošure, programi, paketi, informativni izračuni, inteligentni vprašalniki, anketni vprašalniki ipd.), • oblikovanje in e-distribucija personaliziranih, relevantnih in hitrih informacij – newslettrov z vsebino po meri obiskovalcev, • močno in kompetentno e-komuniciranje s potencialnimi obiskovalci, da se zmanjša pošiljanje tiskanih materialov, • kontinuirano spremljanje izkušenj uporabnikov s portalom ter implementacija njihovih ugotovitev in priporočil, • on-line prodaja turističnih storitev, programov, paketov, • trženje oglasnega prostora na portalu s čimer se financira vzdrževanje in upravljanje portala, • povezava vseh drugih orodij s portalom,

- stalna tehnična podpora,
- nadzor uredništva (urejanje vsebin na portalu, vzpostavitev članstva, urejanje newslettra, komunikacija s TIC-i, člani, novinarji, uporabniki) in delovanja portala.

Oglaševanje v tiskanih in elektronskih medijih destinacije Rogla-Pohorje bo ciljno usmerjeno, preudarno načrtovano, kreativno izvedeno er stroškovno učinkovito. Usmeritve za oglaševanje so predstavljene v Tabeli 120.

Tabela 52: Usmeritve za oglaševanje DRP v tiskanih in elektronskih medijih

- Oglaševanje do splošnih javnosti v mednarodnem okolju – ključnih trgov (Hrvaška, Madžarska, Italija, Nemčija, Avstrija) se vstopa in financira v partnerstvu skupaj s STO z izdelanim predlogom zaokrožene promocijske kampanje ter v sodelovanju z Uniorjevim Programom Turizem.
- Največji poudarek se namenja spletnemu oglaševanju na področju medijskega on-line zakupa ciljano na določen trg oziroma segment, ki ga nagovarjamo.
- Sredstva se združujejo s Poslovnim dogovorom o sodelovanju pri čemer se na splošno ali produktno oglaševanje naveže en ali več ponudnikov, ki vidi/jo interes.
- Oglaševanje se sistematično usmeri na priznane specializirane revije, časopise, medije za določene ciljne skupine DRP.
- Oglaševanje se osredotoča na sodobna spletna orodja in komunikacijske kanale, ki jih ponujajo socialna omrežja (Facebook, Myspace, Twitter, Youtube idr.).
- Oglaševanje se v DRP izvaja na jumbo plakatih na najbolj frekventnih točkah – ob vstopu v destinacijo in drugje.

Aktivnost neposrednega oz. direktnega marketinga direktno naslavlja ciljni segment. Usmeritve za izvajanje aktivnosti direktnega marketinga so predstavljene v Tabeli 121.

Tabela 53: Neposredno trženje (direktni marketing) destinacije Rogla-Pohorje

- Z aktivnostmi direktnega marketinga se omogoča personalizirano in ciljno usmerjeno komunicirati - sporočati, kar je osnova za opredeljeno strategijo tržnih niš in krepitev ciljnega trženja v destinaciji Rogla-Pohorje.
- Učinkovito izvajanje direktnega marketing je mogoče le ob vzpostavitvi kakovostne baze podatkov o obstoječih in potencialnih obiskovalcih (CRM aplikacija) in oblikovati ter distribuirati sporočila po meri ciljnih skupin.
- Sporočanje oblikovane ponudbe – PTK na nivoju destinacije Rogla-Pohorje ter na nivoju posameznih občin/podjetij, je moč zagotoviti le, če posamezni ponudniki te podatke dejansko priskrbijo. DMO RP jih pri tem motivira, usmerja, priganja in spremlja. Je skrbnik in administrator posredovanih vsebin, saj skrbi, da se zastavljen trženjski koncept in pozicioniranje destinacije RP komunicira skozi vse aktivnosti direktnega marketinga od spodaj navzgor.

Predlaga se naslednje aktivnosti:

- Oblikovanje, razvoj in ažuriranje podatkovnih baz z opredelitvijo kakšne vrste baz razvijati (po prioritetnih trgih, znotraj teh po produktih oz. interesih ter po različnih ciljnih javnostih – specialistih za posamezne produkte, medijih, organizatorjih potovanj idr.)
- Vzpostaviti sistem razvijanja baze (uporaba spletnih servisov preko portala, nakup baze, telefonsko preverjanje ipd.).
- Določiti skrbnika baze podatkov, ki zagotavlja njeno anonimnost.
- Določiti, spremenljivke in kontinuirano ažurirati baze.
- Določiti periodičnost oblikovanja in distribuiranja: informacij – newslettrov za posamezne ciljne segmente (mesečno, trimesečno ipd.); konkretnih ponudb prilagojenih posameznim ciljnim skupinam (spodbujanje k nakupom – promocijske ponudbe, ponudbe zadnji hip idr.), ki nastajajo kot skupne akcije s partnerji iz turističnega gospodarstva; in prilagojenih informacij za strokovne javnosti.

V Tabeli 122 so predstavljene usmeritve za udeležbo na sejmih in poslovnih borzah.

Tabela 54: Sejmi za splošne javnosti in poslovne borze

- Udeležba na sejmih in borzah (ter workshopih) je ena pomembnejših aktivnosti za promocijo destinacije Rogla-Pohorje. Načrtuje se skozi Poslovni dogovor o sodelovanju in se zaradi racionalizacije stroškov izvaja v sodelovanju s STO, RDO Dežela Celjska oz. Maribor -Pohorje na osnovi delitve stroškov v navezi z Uniorjevim Programom Turizem.
- Letno se na osnovi zastavljenih ciljev po posameznih trgih in glede na izražen interes za sodelovanje s strani turističnega gospodarstva oblikuje izvedbeni načrt sejmov za splošno javnost in strokovnih borz, kjer se izpostavlja ponudbo DRP pod skupno destinacijsko znamko.
- Letno se oblikuje seznam specializiranih dogodkov (sejmov) po prioritetnih produktih, ki se uskladi z relevantnimi in zainteresiranimi partnerji na destinaciji. Tako se na teh trgih naveže kakovostna partnerstva ter zagotovi sofinanciranje in podporo STO in agentov specialistov za posamezne produkte.
- Vzpostavi se fleksibilen model predstavitvene stojnice s podobo destinacijske znamke Rogla-pohorje (hitra, preprosta in cenovno ugodna postavitev), ki nagovarja ciljne skupine in pozicionira DRP.
- Vzpostavi se aktivne predsejemske in predborzne aktivnosti – iskanje potencialnih partnerjev in vzpostavitev kontaktov ter po sejemske in poborzne aktivnosti (zahvale partnerjem in aktivno servisiranje dogovorjenega).
- Skozi sejme in podobne dogodke se gradi in razvija podatkovne baze po določenih ciljnih segmentih. Zanje je potrebno načrtovati in izvajati aktivnosti (nagradne igre in animacije za splošne javnosti ter sejemske dogodke za strokovne javnosti) ter določiti skrbnika za vnos novih stikov.

Druge aktivnosti pospeševanja prodaje destinacije Rogla-Pohorje so predstavljene v Tabeli 123.

Tabela 55: Druge aktivnosti pospeševanja prodaje v destinaciji Rogla-Pohorje

- Študijska potovanja za organizatorje potovanj in druge posrednike (prevoznike, agente),
- Organizacija ali udeležba na hišnih sejmih, predstavitvah namenjenih določenemu partnerju,
- Oglaševanje v strokovnih medijih,
- Oglaševanje v katalogih organizatorjev potovanj,
- Poslovne borze,
- Aktivnosti in kampanje na mestu nakupa (v prostorih TA in TIC-ev s promocijskimi orodji),
- Skupne akcije s partnerjem (posebne ponudbe idr.),
- Udeležba na delavnicah v tujini v navezi s STO-jem,
- Delavnice v Sloveniji,
- Potrebno je zagotoviti infrastrukturna, podporna orodja (plakate, priročnike za agente, promocijske artikle).

- Partnerji v Sloveniji so STO, RDO Dežela Celjska, RDO Maribor-Pohorje, Unior d. d. Program Turizem in drugi predstavniki turističnega gospodarstva na destinaciji v okviru Poslovnega dogovora o sodelovanju, agentje specialisti.
- Partnerji v tujini so organizatorji potovanj in potovalni agenti, specialisti, letalski in avtobusni prevozniki, profesionalni kongresni organizatorji, razna društva in združenja, ki predstavljajo posebne interesne skupine.

Usmeritve za aktivnosti pospeševanja prodaje:

- Ciljno se načrtuje aktivnosti pospeševanja prodaje glede na specifiko posameznih trgov, cilje, ki jih zastavljamo na njih ter glede na PTK.
- Zaradi velikega deleža individualnih gostov je potrebno aktivno delo s posredniki – ciljno izbranimi agenti specialisti s katerimi vzpostavljamo aktivna partnerstva z orodji pospeševanja prodaje (hišni sejmi, skupne kampanje, študijska potovanja za referente, ki so v neposrednem stiku s potencialnim turistom).
- Potrebno je aktivno delo v okviru produktnega trženja s klubi in združenji – ozki interesi.
- Na ciljnih trgih v tujini nastopamo na delavnicah v organizaciji STO.
- Sistematično oblikovati študijske ture za organizatorje potovanj, agente, specialiste in jih predstaviti STO, da se izbori pozicije tur glede na specialne interese in produkte.
- Skupno se lahko načrtuje in izvaja prodajne obiske (akvizicije) na ciljnih trgih.

V Tabeli 124 so predstavljene usmeritve za aktivnosti odnosov z javnostmi in organizacijo posebnih dogodkov, ki pomembno doprinesejo k promociji DRP.

Tabela 56: Odnosi z javnostmi in organizacija dogodkov

- Organizacija študijskih obiskov za novinarje v sodelovanju s STO/drugimi partnerji ali samostojno.
- Vzpostaviti sistem priprave sporočil za tuje javnosti (novosti, izpostavljeni določeni produkti, zgodbe) prilagojenih ciljnim trgom in distribuiranih preko specializiranih lastnih ali STO kanalov.
- Profesionalna podpora tujim in domačim novinarjem pri iskanju informacij in slikovnega gradiva.
- Nagovor specializiranih tujih medijev s partnerjem (PR agencijo) na opredeljenem trgu za bolj aktivno pokrivanje trga.
- Načrtovati organizacijo dogodkov (za 3 do 5 let) po posebnih interesnih skupinah in publiciteti destinacije – organizirati vsaj en mednarodni dogodek za nagovor določenega tržnega segmenta in v podporo promociji določenega produkta.

Destinacija Rogla-Pohorje bo razvila prepoznaven slog komuniciranja z osveženo destinacijsko znamko Rogla-Pohorje, ki bo na najbolj učinkovit način oživil sporočilo oziroma identiteto znamke. Ob osveženi znamki in pripravi priročnika za uporabo CGP se oblikuje tudi imidž katalog ter destinacijski spletni portal. (Tabela 125)

Tabela 57: Trženjska infrastrukturna orodja

Imidž raven destinacije - Imidž katalog

Predstavitev ponudbe doživljajskih PTK pod destinacijsko znamko Rogla-Pohorje, ki predstavlja odkrivanja in doživetja skozi zgodbe tržno privlačnih prodajnih programov z inovativnim komuniciranjem ter ponudbe aktivnosti v destinaciji Rogla-Pohorje.

Imidž katalog se distribuira na poslovnih borzah (B2B), novinarjem (na novinarskih konferencah, študijskih potovanjih, sejmih in borzah), za potrebe pospeševanja prodaje (workshopi) v tiskani in elektronski obliki za B2B aktivnosti, s katerimi nagovarja tudi domače turiste in turistično javnost.

Produktna raven – produktne brošure po motivih prihoda

Vsaka brošura konkretizira ponudbo določenega motiva prihoda in znotraj njih skomunicira vse posamezne, a zaokrožene produkte.

Brošure se distribuirajo na sejmih, poslovnih borzah, novinarjem, za pospeševanje prodaje (workshopi) ipd.

Produktna raven – produktne karte/ zemljevidi po posameznih produktih

Npr. pohodništvo, kolesarstvo - so ožje produktne brošure, ki konkretizirajo ponudbo določenega produkta (vris poti, točk, atrakcij). Distribuirajo se na mestu prihoda, zainteresiranim na sejmih.

Programska raven – programi

Programi po posameznih motivih prihoda se pripravijo skozi identiteto in zgodbe destinacije Rogla-Pohorje in se tiskajo na modularne samostojen liste in vložijo v imidž katalog.

Podporna raven

Splošna turistična karta

Ceniki in brošure po nastanitvenih zmogljivostih – v okviru portala, ni potrebno v tiskani obliki.

Vse brošure so na voljo na portalu, kjer se lahko snamejo, prelistajo ali naročijo.

Skupni destinacijski portal

Opisan v Tabeli 119.

Promocijski material (darilca)

Razpisati natečaj za majhna promocijska darilca destinacije Rogla-Pohorje (les, železo, šota, kamen prodnik), ki se poklanjajo ob posebnih priložnostih novinarjem in agentom na študijskih turah ipd.

Diateka

Na nivoju destinacije Rogla-Pohorje se nadgrajuje vodenje, upravljanje in razvijanje baze kakovostnih visokoresolucijskih fotografij po posameznih motivih prihoda in produktih. Za nakup fotografij in njihovo urejanje se nameni sredstva in čas skrbnika.

Promocijski DVD filmi

Destinacija Rogla-Pohorje mora imeti na nivoju destinacijske znamke Rogla-Pohorje / kolektivne znamke Okusi Rogle reprezentativen film – promocijski spot različnih dolžin, ki prikaže ponudbo destinacije skladno z opredeljenim trženjskim konceptom (daljša, 10 minut, 3 minute).

7.5.5 Strategija na področju cene

Vsak posamezni turistični ponudnik oz. podjetje oblikuje cenovno strategijo lastne ponudbe, ki se v celoti izraža kot strategija celovite destinacije Rogla-Pohorje. Pri strateškem načrtovanju in upravljanju destinacije Rogla-Pohorje cenovnega vidika ponudbe ne gre ignorirati. Izjemno pomembno bo, da bi se partnerji Poslovnega dogovora o sodelovanju v destinaciji Rogla-Pohorje strateško odločili za krepitev kakovosti na vseh nivojih turistične in s turizmom povezane ponudbe v destinaciji (Tabela 126).

Tabela 58: Cenovna strategija je povezana s številnimi elementi kakovosti DRP

- Nujno je izgraditi več nastanitvenh kapacitet izven občine Zreče ter izboljšati kakovost infrastrukture, ponudbe in storitev v obstoječih nastanitvenih zmogljivostih tako večjega in manjših ponudnikov ter prilagodit ponudbo potrebam ciljnih skupin – to lahko zagotavlja boljšo zasedenost, konkurenčno pozicijo in višje cene.
- Z oblikovanjem programov celovitih odkrivanj / doživetij (npr. Dnevi odprtih vrat, in posledično Paket doživetij DRP) valoriziramo danosti, ki jih pogosto ne uspemo finančno ovrednotiti in povečujemo potrošnjo ciljne skupine.
- Način trženja skozi zgodbe - doživljajske PTK ustvarja skozi čas višjo dodano vrednost.
- Z nagovarjanjem skozi koncept trajnostnega razvoja se nagovarja bolj zahtevne, ozaveščene, dohodkovno sposobnejše segmente (slow in eko turiste), ki so za kakovostno ponudbo v primernem okolju pripravljeni plačati več.
- Oblikovanje in trženje produktov po meri jasno opredeljenih ciljnih skupin in tržnih niš se odvija v višjem cenovnem razredu (majhna in časovno intenzivna produkcija zahteva več dela na zaposlenega, višje so marže, da se ohrani kakovost storitev in profitabilnost za vlaganja v nadaljnji razvoj produkta).

Destinacija Rogla-Pohorje se z glavnino ponudbe razvija in pozicionira v srednjem cenovnem segmentu v primerjavi z drugimi podobnimi destinacijami.

DMO RP oblikuje za turistično gospodarstvo tržne analize o konkurenčni poziciji destinacije na cenovnem področju na posameznih trgih oz. v produktnih kategorijah in podaja priporočila.
DMO RP spremlja, nadzoruje in usmerja cenovno politiko pri oblikovanju destinacijskih PTK.

7.6 Strategija na področju raziskav in razvoja - podporno okolje za kakovost in konkurenčnost v destinaciji Rogla-Pohorje

Prioriteta 4 opredeljuje strategijo podpornega okolja za kakovost in konkurenčnost v destinaciji Rogla-Pohorje.

Ključni cilji in usmeritve za udejanjanje Modela razvoja in trženja destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021 na področju podpornega okolja za kakovost in konkurenčnost destinacije Rogla-Pohorje, so predstavljeni v Tabeli 127.

Tabela 59: Ključni cilji in usmeritve na področju strategije podpornega okolja v DRP

Ključni cilji

Projektno povezovanje sredstev (ljudi, znanj in financ) z namenom ustvarjanja destinacijskih sinergičnih učinkov in *prenos določenih funkcij in aktivnosti na nivo destinacije Rogla-Pohorje*, bo omogočilo oblikovanje podpornega okolja v DRP, ki bo:

- *pospešilo trajnostni razvoj ter boljšo dostopnost domačinom in ciljnim skupinam*,
- *omogočilo želen tržni preboj* v mednarodnem okolju,
- *vplivalo na izboljšanje kakovosti in konkurenčnosti* vseh področij delovanja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti,

- *prinašalo večje zadovoljstvo* - edinstveno izkušnjo obiskovalcev,
- *prinašalo nižje stroške* v partnerstvo povezanim deležnikom,

skozi vlaganja v: . zeleno, trajnostno in dostopno DRP, . zaposlene, . certificirano kakovost procesov izvajanja, . inovacije in razvoj, . turistično in splošno infrastrukturo ter zmogljivosti in . odličen prometni dostop v destinacijo ter po njej.

Ključne usmeritve

Vzpostaviti RR – raziskovalno-razvojno mrežo, ki bo vključila vse deležnike DRP in zagotovila kakovostno, kontinuirano in uporabno naravnano analiziranje trga, kar bo prineslo inovacije ter predstavljalo osnovo za razvoj novih in nadgradnjo obstoječih doživljajskih produktov DRP.

- *Vzpostaviti IK podporo* za učinkovitejše trženje ter informiranje obiskovalcev pred prihodom, v času bivanja in po odhodu iz DRP.
- *Medsebojno uskladiti trajnostni razvoj turizma – zelena in dostopna DRP* usklajena z drugim gospodarskim razvojem, prostorskim načrtovanjem, kulturo, športom, šolstvom, zavarovanjem ter ohranjanjem narave in okolja ter razvojem podeželja na nivoju destinacije ter doseči integralni razvoj turizma v obomočju med Roglo in Dravinjsko dolino.
- Spremljati in evalvirati *uspešnost upravljanja DMO Rogla-Pohorje na letni ravni.*

Strategija na področju raziskav in razvoja v DRP prinaša učinkovite odločitve za večjo rast in konkurenčnost DRP skozi vzpostavitev strateško in profesionalno vodenega sistema IKT kot podpore: razvoju in trženju turizma v DRP, usposabljanju človeških virov kot podpori odličnosti in konkurenčnosti, spodbujanju kakovosti ter vlaganjem v turistično infrastrukturo kot podpori kakovostnega doživljanja DRP ter spremljanju in evalviranju poslovanja le-te.

Ključne usmeritve na področju strategije raziskav so predstavljene v Tabeli 128, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 129.

Tabela 60: Ključne usmeritve na področju strategije raziskav v DRP

- Vzpostaviti strateško in profesionalno voden raziskovalno-analitičen sistem za nenehno raziskovanje ter oblikovanje aktualnih informacij, ki predstavljajo turističnemu gospodarstvu in drugim deležnikom DRP osrednji informacijski vir pri sprejemanju poslovnih in trženjskih odločitev.
- Nenehno in sistematično spremljanje konkurenčnih destinacij in analizirati destinacije od katerih se lahko na področju inovacij in kreativnosti veliko naučimo.
- Spremljati globalne turistične in razvojne trende v s turizmom povezanih dejavnostih na področju povpraševanja in ponudbe in prehitevanje konkurenčnih destinacij pri posnemanju in ustvarjanju novih trendov.
- Sinergično povezovanje z drugimi akterji na nacionalnem in širšem regionalnem nivoju za razvijanje in krepitev razvojno-raziskovalne mreže.
- Vpeljati sistem poenotene metodologije spremljanja profilov obiskovalcev / gostov v DRP, kar omogoča nenehno spremljanje in primerjavo uspešnosti in konkurenčnosti krovne destinacije do drugih destinacij v Sloveniji in na mednarodnem trgu ter mikro destinacij znotraj krovne destinacije.

Tabela 61: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju strategije raziskav v DRP

- Ustrezno oblikovanje informacij (pridobljenih s strani STO[20] in drugih partnerjev) v podatke za potrebe ponudnikov in drugih deležnikov DRP, da se z njimi spoznajo, jih uporabljajo pri odločitvah ter merijo svojo učinkovitost in uspešnost s podobnimi subjekti.
- Z rednimi periodičnimi informacijami (newsletters) posredovati partnerjem v DRP informacije o opravljenih raziskavah, njihovi dosegljivosti in doprinosu za uporabnika, saj jih tako spodbujamo, da sprejemajo poslovne odločitve na osnovi relevantnih informacij.
- Z načrtovanjem potrebnih raziskav in tržnih analiz v DRP na srednjeročni ravni se je potrebno uskladiti s STO ter panožnimi združenji katerih člani so deležniki DRP, da v svoj program uvrstijo raziskave, ki jih sami nismo zmožni izpeljati.

[20] Strateške usmeritve trženja slovenskega turizma, redne letne raziskave, redne tekoče tržne raziskave idr.

- S povezovanjem s predstavništvi STO ter gospodarstvenimi, diplomatskimi in konzularnimi predstavništvi v tujini, doseči aktualne informacije, znanja in kontakte na ciljnih trgih.

Oblikovanje načrta potrebnih raziskav, analiz, študij, anket z vsemi deležniki DRP (izdelava aktualnih profilov trgov za DRP, analiza trendov na nišnih trgih in produktnih nišah, spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, analiza tekočega prometa v DRP po trgih in segmentih za primerjavo na različnih nivojih, spremljanje in analiza konkurence, benchmarking, študijski obiski in ogledi dobrih praks, stanje trajnostnega razvoja in vplivov turizma na: okolje, ekonomsko blaginjo deležnikov DRP in socialno ter kulturno kakovost življenja, dela in bivanja idr.) za operativno delovanje DRP.

- Vzpostavitev Delovne skupine za RR, ki jo sestavljajo deležniki DRP (raziskovalno-razvojnih in izobraževalnih institucij, TIC-ev, turističnega gospodarstva idr.) in so reprezentativen organ na področju razvoja in raziskav v DRP.
- DSRR oblikuje koncept potrebnih raziskav, študij in analiz.
- DMO RP na osnovi koncepta potrebnih raziskav, študij in analiz prioritetno uvrsti najbolj potrebne v letni Program dela DMO RP
- DSRR nadgradi in potem se izvaja poenotena metodologija spremljanja profilov obiskovalcev in ključnih nišnih segmentov na nivoju posameznih nastanitvenih zmogljivosti, atrakcij in lokacij.

Vzpostavi se sistem učinkovite distribucije izsledkov raziskav, trendov, novosti idr.

- Izsledki so na razpolago vsem deležnikom na portalu DRP.
- Na e-mail adremo predstavnikov se pošiljajo redna poročila (newslatters).
- Spodbuja se k uporabi izsledkov pri sprejemanju odločitev ponudnikov DRP.

Ključne usmeritve na področju strategije razvoja so predstavljene v Tabeli 130, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 131.

Tabela 62: Ključne usmeritve na področju strategije razvoja v DRP

DMO Rogla-Pohorje:

- v partnerstvu z razvojnimi agencijami idr. partnerji *uspešno pridobiva in uporablja evropska in druga sredstva za vlaganja v razvoj.*
- nenehno *skrbi za razvoj, rast, nadgradnjo in izboljševanje privlačnosti in konkurenčnosti* celovite ponudbe in doživljajskih produktov skladno s načrtovanim razvojem DRP.
- *skrbno spremlja in povezuje raziskave in razvoj*, da lahko vsak trenutek prepozna neizkoriščene potenciale za razvoj, se izogne nevarnostim in izboljša konkurenčnost in uspešnost DRP.

Razvoj produktov je ena poglavitnih dodanih vrednosti v povezovanju, ki se nanaša na nivo posameznega ponudnika, mikrolokacije in DRP kot celote.

Delovna skupina za razvoj produktov (DSRP) v sklopu Centra strateškega in operativnega trženja DRP (CSOT DRP):

- prilagaja obstoječe storitve / produkte za nove trge in tržne segmente glede na prepoznane trende.
- nadgrajuje obstoječe produkte v doživljajske PTK, in s tem izboljšuje njihovo konkurenčnost in privlačnost za obstoječe in nove trge (vlaganja v infrastrukturo, trženje, organiziranje, dodatne in podporne storitve idr.).
- razvija nove, trendovsko naravnane inovativne PTK za obstoječe ali nove trge.

- Razvoj produktov zahteva povezovanje posamezne delne ponudbe v integralni turistični produkt / program – doživljajsko PTK, ki omogoča celovito doživetje ciljnemu segmentu obiskovalcev.
- Oblikovani programi doživljajskih PTK glede na motive prihoda in unikatne prodajne posebnosti lokacij s ciljnim pozicioniranjem ponudijo *tržno privlačno doživetje,* ki pritegne ciljnega obiskovalca.
- Program je razvit, ko je primeren za prodajo na določenem ciljnem trgu in ima *vzpostavljeno dobaviteljsko verigo* - nosilca oz. izvajalca.
- Program je razvit, ko je *dolgoročno zagotovljen njegov razvoj* glede na spremembe na trgu in se izvajajo aktivnosti za njegovo izboljševanje, uvajajo prepoznani novi trendi in inovacije in ga je moč prilagoditi specifičnim potrebam in pričakovanjem posameznih ciljnih skupin.
- Program je namenjen različnim ciljnim skupinam obiskovalcev, ko je *podprt s specializirano ponudbo* (specializirani nastanitveni obrati, zagotovljeni procesni in drugi standardi in pridobljeni znaki specializacije).

- Center za doživetja destinacije Rogla-Pohorje (CD DRP), s pomočjo izsledkov raziskav *koordinira in vodi razvoj destinacijskih PTK* (prezentira, pozicionira in trži destinacijo na področju določenega

produkta) in skupaj s ponudniki *izvaja razvojne produktne strategije, nudi strokovno pomoč in usmerja posamezne ponudnike pri razvoju produktov na njihovi ravni* ter v sodelovanju z razvojnimi agencijami pridobiva evropska sredstva za razvoj produktov in vzpostavlja povezave s potencialnimi partnerji v Sloveniji in tujini.
- *Ponudniki oblikujejo doživljajske PTK z vzpostavljenimi dobaviteljskimi verigami* (prezentirajo, pozicionirajo in tržijo lokacije na področju določenega produkta) ter prevzamejo skrb in odgovornost za njihov razvoj in trženje (podporno okolje, podporna trženjska infrastrukturna orodja, prodaja na licu mesta – TIC-i).

Tabela 63: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju strategije razvoja v DRP

Center za doživetja DRP v sklopu DMO RP oblikuje *razvojno politiko na področju produktov* ter spodbuja in usmerja razvoj produktov v DRP. • Oblikuje se razvojni načrt za *5 glavnih turističnih produktov* – CSOT DRP koordinira izvajanje teh načrtov skupaj s partnerji na posameznih lokacijah in tematskih konceptih. • V letni program dela DMO RP se vključuje aktivnosti glede na razpoložljive resurse in prioritete. • DMO RP usklajuje razvojno politiko produktov skupaj s partnerji na lokacijah in z razvojnimi agencijami.
DMO RP aktivno *išče vire in pridobiva evropska sredstva za razvoj produktov* in išče priložnosti za razvoj novih • DMO RP in razvojne agencije vzpostavljajo projektno ekipo za razvoj produktov, da se nenehno prepoznava načine in vire za razvoj produktov. • DMO RP in razvojne agencije opredelijo jasno politiko sodelovanja pri pripravi in prijavi razvojnih projektov.
DMO RP vodi in koordinira razvoj produktov na krovni destinacijski ravni in spodbuja razvoj produktov na ravni posameznih lokacij oz. tematskih konceptov.

7.7 Strategija na področju človeških virov

Strategija na področju človeških virov v DRP se nanaša na izvajanje kakovostne ponudbe in pozitivne izkušnje obiskovalca, ki sta odvisni od odlično izvedenih storitev zaposlenih v turizmu in v z njim povezanih dejavnostih ter gostoljubnih prebivalcev.

Ključne usmeritve na področju strategije človeških virov so predstavljene v Tabeli 132, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 133.

Tabela 64: Ključne usmeritve na področju človeških virov v DRP

Delo z in za ljudi je zahtevna in kompleksna naloga, ki zahteva: • zavedanje o pomenu človeka v turistični dejavnosti in ukvarjanje z ljudmi (*psihologija gosta, zaposlenih in lokalnega prebivalstva*); • *vlaganje potrebnega časa in denarja za razvoj človeških virov*, ki ustvarja večjo dodano vrednost ponudbe in zagotavlja osnovna, funkcionalna izobraževanja in usposabljanja za večjo profesionalnost na delovnem mestu; • skupno delo - *vzpostavitev delovnih skupin*, ki sooblikujejo izkušnjo obiskovalca na destinaciji v obliki doživljajskih PTK; • *združevanje sredstev* na področju raziskovanja in razvoja ter izobraževanja in usposabljanja.
Usposabljanje obstoječih in potencialnih ponudnikov: • program *vseživljenjskega usposabljanja* za turistične in s turizmom povezane poklice obsega zaposlene v prenočitvenih in prehrambenih obratih; TIC-ih; turističnih, športnih, doživljajskih, kulturnih, planinskih idr. vodnikov ter etno in drugih animatorjev in kustosov.
Osveščanje domačinov o pomenu turizma v DRP: • program spoznavanja s turistično dejavnostjo že v najzgodnejšem obdobju odraščanja otrok in mladine. • program društvenega dela ter usposabljanja podmladka turističnih društev. • program prostovoljnega naravovarstvenega nadzora v sodelovanju s TNP.

Tabela 65: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju človeških virov v DRP

Razvoj človeških virov je odraz turistične politike in odgovornost javnih in zasebnih partnerjev ter civilne družbe s področja turizma. Aktivna politika formalnega izobraževanja ter funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja se izvaja na nivoju posameznega ponudnika in lokacij, vloga na nivoju *DMO RP* pa je:

- vzpostaviti *partnerstvo na področju načrtovanja, oblikovanja in izvajanja izobraževanja in usposabljanja* neposredno in posredno delujočih ljudi na področju turizma z ustanovitvijo DSK, ki jo sestavljajo predstavniki izobraževalnih institucij, DMO RP, razvojne agencije in večji ponudniki, ki načrtuje politike izobraževanja in usposabljanja.

DSK oblikuje 5-letni načrt izobraževanja in usposabljanja, ki se implementira v letni Program dela DMO RP. V ta namen se:

- opravi analiza obstoječih izobraževanj in usposabljanj na nivoju DRP po posameznih akterjih.
- pripravi načrt izobraževanja in usposabljanja v DRP.

DMO RP v sodelovanju z razvojnimi agencijami identificira in *pridobiva sredstva* za vlaganje v izobraževanje in usposabljanje in pri tem pomaga posameznim ponudnikom. Tako se:

- prouči možne vire in na razpise prijavlja določena izobraževanja / usposabljanja.
- v programe vključi izobraževalne institucije, različne profile strokovnjakov in primere dobre prakse.

DMO RP skrbi, za *celovito kakovost izvajanja storitev v DRP* in s tem zagotovi, da se vsi, ki prihajajo v stik z obiskovalci na destinaciji strokovno usposobijo in poučijo o strategiji oz. trženjskem konceptu na nivoju DRP, o njenih produktih in načinu povezovanja.

- Izvede se *izobraževanje za zaposlene na TIC-ih* s predstavitvijo: vloge posameznega TIC-a, kot vstopne točke za odkrivanje lokacij; načina odkrivanja DRP; zgodbe posameznih lokacij in celovite destinacije Rogla-Pohorje; programov doživetij in aktivnosti; ter načinov trženja; izvede se delavnica internega trženja in prodaje.
- Izvede se *izobraževanje za zaposlene na hotelskih in drugih recepcijah*, ter pri manjših ponudnikih, da poznajo celovito poslovanje destinacije RP.
- Vzpostavi se *sistem internega informiranja TIC-ev ter hotelskih in drugih recepcij*.

DMO DRP spodbuja in skrbi za tesno in kontinuirano *sodelovanje civilne sfere* v procesu izobraževanja in promocije kulture destinacijskega managementa.

- Civilni sektor je prisoten v najvišjem organu DMO Rogla-Pohorje in kot predstavnik v DSK.
- S turisitčnimi in drugimi društvi se poišče načine ter poti kontinuiranega informiranja in vključevanja v projekt vzpostavljanja destinacijskega managementa.
- Sodelovanje v projektih pri katerih civilni sektor prispeva k izvajanju nalog destinacijskega managementa na nivoju destinacije.

7.8 Strategija na področju kakovosti

Strategija na področju kakovosti v DRP se nanaša na zagotavljanje pozitivnih izkušenj obiskovalcev. Kakovost je gibalo konkurenčnosti v turizmu, ki zahteva nenehno vlaganje sredstev in naporov v kakovost atrakcij (atrakcij za sprostitev, atrakcij športno-rekreativnih aktivnosti, atrakcij narave, atrakcij kulturne dediščine, atrakcij umetnosti in obrti, atrakcij zabave idr.); kakovost infrastrukture (dostop do in javni prevoz v DRP, javna infrastruktura, podoba vasi in zaselkov, signalizacija, čistoča, ekosistemske storitve idr.); kakovost turistične ponudbe (kakovost nastanitvenih zmogljivosti, TIC-ev, gostinske prehrambene ponudbe, vodnikov, programov / paketov idr.).

Ključne usmeritve na področju strategije kakovosti v DRP so predstavljene v Tabeli 134, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 135.

Tabela 66: Ključne usmeritve na področju kakovosti v DRP

Razvoj kakovosti v DRP je odvisen od *zasebne podjetniške iniciative* in se gradi od spodaj navzgor - od posameznih turističnih in s turizmom povezanih podjetij in organizacij do kakovosti posameznih lokacij in DRP kot celote. DMO RP vodi krovno *politiko izboljševanja kakovosti tudi skozi povezovanje deležnikov - tri mreže deležnikov destinacije RP* (povezovanje istovrstnih ponudnikov v panožne skupnosti za večjo kakovost skozi standardizacijo in specializacijo ponudbe; usmerjanje, promocija in poudarjanje pomena kakovosti ter podprtost z raziskavami, projekti, iskanjem strukturnih virov, na vseh ravneh poslovanja DRP).

- DMO RP navzdol promovira sisteme kakovosti, ki jih razvija pristojno ministrstvo, STO in mednarodne stanovske združbe (sheme standardov, kriterijev, znakov specializacije in kakovosti idr.) ter jih nadgrajuje z lokalno - destinacijsko dodano vrednostjo - *upravlja kakovost na nivoju destinacije z vzpostavitvijo sistema certificiranja in podeljevanja nagrad za kakovost*;
- Posamezna turistična podjetja na lokalni ravni izvajajo prizadevanja in konkretne aktivnosti za izboljšanje kakovosti in s tem konkurenčnosti – *pridobivanje znakov kakovosti*;
- Podeljuje se *nagrade za najlepše urejene hiše z okolico v DRP.*

Naloga DMO RP in DSK je zagotoviti kakovost brez šibkih členov storitvene verige za celovito pozitivno, edinstveno izkušnjo[21] gosta v DRP, ki zahteva upravljanje kakovosti osnovne in dopolnilne turistične infrastrukture, storitev in podporne infrastrukture, torej usmerjenost k *odličnosti, prijaznosti in profesionalnosti vseh*, ki prihajajo v stik z gostom in poskrbijo, da so njegova pričakovanja dosežena in celo presežena.

Kakovost ponudbe pred prihodom:

- *Destinacijsko internetno stran* (profesionalna, funkcionalna, ažurirana) upravlja DMO RP, TIC-i in posamezni ponudniki pa zagotavljajo ažurne in aktualne informacije.
- Telefonski kontakti kot klici na recepcije hotelov, TIC-a (hiter odziv, prijazno in gostoljubno, ažurna in kakovostna informacija).
- Obdelava povpraševanj lahko pride na DMO RP, TIC-e ali h končnemu ponudniku; v vsakem primeru zahteva hiter odgovor, prilagojen pričakovanjem in željam gosta in zahteva kreativnost in odlično komunikacijsko identiteto, da se bo gost odločil za našo destinacijo oziroma določenega ponudnika.
- *Prvi vtis o destinaciji* – dostopnost, urejenost, čistost, usmerjevalni sistem, prijaznost na recepciji ipd. povezan z DMO RP, TIC-i, posameznimi ponudniki in drugimi akterji v destinaciji.

Kakovost ponudbe v času bivanja:

- *Odnos in komuniciranje z ljudmi* - pri ponudnikih; domačinih v destinaciji, na TIC-ih; DMO RP preko usposabljanja in delo s civilno sfero.
- DMO RP usmerja *urejenost objektov, njihove okolice, nastanitvenih enot in destinacije kot celote* skozi splošni razvoj, razvoj produktov, izobraževanj idr.
- Uresničevanje politike kakovosti poteka od *kakovosti posameznih storitev pri ponudnikih do ravni celovite kakovosti DRP* glede na usposobljenost ljudi v turizmu.
- *Kakovost informiranja in komuniciranja* (pisno in ustno) poteka od ravni kakovostnega usmerjanja, priporočanja in seznanjenosti s celotno destinacijsko ponudbo pri posameznih *ponudnikih*; do kakovostnih informacijskih materialov in orodij ter učinkovitega informiranja na *TIC-ih*; do kakovosti informiranja in komuniciranja na destinacijskem nivoju, kjer *DMO RP* skrbi za destinacijske materiale in udejanjanje mrežnega informiranja.
- Prilagajanje ponudbe doživljajskih PTK prepoznanim željam obiskovalca – *ponudniki oblikujejo ponudbo na ravni lastne ponudbe*; podporo poteka na TIC-ih; *DMO RP koordinira oblikovanje destinacijskih doživljajskih PTK* in programov po meri posameznih ciljnih skupin.
- *Kakovosten odziv na zaznane pomanjkljivosti* - ponudniki spremljajo zadovoljstvo z anketami na ravni ponudnika; TIC-i spremljajo zadovoljstvo na ravni lokacij; DMO RP izvaja raziskave (in ankete) na nivoju celovite destinacije.
- Odnos ljudi ob odhodu – ponudniki prijazno in profesionalno pospremijo obiskovalce s privlačnim *spodbujanjem naslednjega obiska.*

Kakovost ponudbe po odhodu

- *Direktni marketing* z obveščanjem o novostih v ponudbi – posamezni ponudniki in na nivoju

[21] Izkušnja na destinaciji je odvisna od turistovega predhodnega znanja; zavedanja o destinaciji; podobe, ki jo ima o destinaciji - jo je videl, slišal, prebral na internetu; komuniciranja znamke na trgu idr., kar vpliva na pričakovanja, ki jih primerja s tem kar dejansko dobi ob prihodu – vidi, doživi, kako je destinacija organizirana, kako se izvaja programe, kakšna je kakovost infrastrukture in informacijskega servisa, čistosti okolja, pa tudi prijaznosti ljudi.

skupnega destinacijskega portala DMO Rogla-Pohorje, v primeru stalnih gostov tudi ob osebnih praznikih.

Tabela 67: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju kakovosti v DRP

DMO Rogla-Pohorje vzpostavi *destinacijski program spremljanja zadovoljstva turistov* s ponudbo DRP na različnih nivojih:

- Na nivoju DMO Rogla-pohorje se ustanovi *DSK* (predstavniki izobraževalnih institucij, DMC Turizem Bohinj, razvojnih agencij, večjih ponudnikov idr.).
- DSK opredeli *način dela, usklajevanja in načrtovanja za potrebe promocije in pospeševanja kakovosti.*
- DSK oblikuje *metodologijo in inštrumente merjenja kakovosti*.
- DSK skrbi za *izvajanje raziskav spremljanja zadovoljstva turistov* in na tej osnovi oblikuje priporočila in razvojne aktivnosti, ki se jih vključi v letni Program dela DMO Rogla-Pohorje in posameznih TIC-ev.

7.9 Strategija na področju informacijsko / rezervacijske podpore obiskovalcem

Strategija na področju informiranja in izvajanja rezervacij v DRP se nanaša na zagotavljanje informacij in s tem povezano vzpostavitev informacijsko-komunikacijske (IK) podpore (tehnologij za zagotavljanje informacij – spletni portal, GPS sistemi, CRM sistemi idr. ter komuniciranja oz. trženja – mobilna telefonija, spletna orodja, e-trženje) za bolj učinkovito trženje, komuniciranje ter informiranje obiskovalcev v času pred prihodom, v času bivanja v destinaciji RP in po odhodu. Je ključnega pomena za konkurenčnost DRP.

Ključne usmeritve na področju strategije informacijsko/rezervacijske podpore obiskovalcem v destinaciji RP so predstavljene v Tabeli 136, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 137.

Tabela 68: Ključne usmeritve na področju informacijsko / rezervacijske podpore v DRP

- TIC-i razvijajo učinkovit *mrežni informacijski pristop* na lokacijah, ki zagotavlja informacije o ponudbi, doživetjih in prireditvah in na ta način izvajajo vlogo usmerjanja obiskovalcev v DRP.
- *Informacijska podpora DRP* omogoča povezanost med TIC-i in s tem možnost izvajanja mrežnega informiranja.
- V sistem informiranja se vključi obstoječe *točke informiranja* (npr. muzeje, razstavišča, nastanitvene obrate idr.).
- *CRS Feratel* omogoča izvajanje rezervacij ponudbe večine ponudnikov v DRP direktno ali preko posrednikov (incoming agencija).
- *Uvajanje sodobnih digitalnih informacijskih tehnologij* nudi podporo tudi učinkovitemu trženju (mobilne aplikacije).

Tabela 69: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju informacijsko / rezervacijske podpore v DRP

• Na nivoju DMO Rogla-Pohorje je najpomembnejše orodje *spletni destinacijski portal RP*, ki omogoča velik del aktivnosti informacijsko-komunikacijske narave pa tudi izvajanja rezervacij preko *Feratelovega rezervacijskega sistema*.
• Obstoječi TIC-i in druge IT-ke omogočajo vzpostavitev močne informacijske mreže v DRP.
• *Nakup ključnih besed v brskalnikih* omogoča visoko kotiranje v najpomembnejših spletnih omrežjih.
• *Priprava aplikacij za digitalno komuniciranje* omogoča hiter pretok ciljano usmerjenih informacij.

7.10 Strategija na področju turistične in druge podporne infrastrukture

Strategija na področju turistične in druge infrastrukture v DRP se nanaša na načrtovanje, skupno izvajanje in spremljanje vlaganj v turistično in z njo povezano infrastrukturo v DRP. Problem predstavlja ***nastanitvena infrastruktura***, tako na področju hotelirstva kot zasebnih nastanitvenih kapacitet, ki še ne dosega želene kakovosti. Analiza stanja je pokazala, da se morajo ponudniki ***usmeriti v izboljšanje zasedenosti, višanje kakovosti izvajanja celovitih storitev ter povezovanje v dobaviteljsko verigo***, ki izpostavlja lokalno dodano vrednost. V zadnjem času so vlaganja v dopolnilno infrastrukturo omogočila kakovostna občudovanja nekaterih naravnih znamenitosti, še vedno pa je veliko za postoriti na področju kulturne dediščine in podporne infrastrukture doživljajskih PTK. Slabo prisotna je mehka mobilnost v DRP, še vedno ni kolesarske povezave med občinami. Problem predstavljajo parkirišča v času viškov poletne in zimske sezone na Rogli ter sezone nabiranja gozdnih sadežev po Pohorju.

Ključne usmeritve na področju strategije turistične in druge podporne infrastrukture v DRP so predstavljene v Tabeli 138, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 139.

Tabela 70: Ključne usmeritve na področju turistične in druge podporne infrastrukture

• Vlaganje v *razvoj obstoječih hotelov in zasebnih nastanitvenih kapacitet* družinske narave ter izboljšanje kakovosti in zasedenosti.
• *Dvig kakovosti* na področju celovite kakovosti ponudbe skozi vlaganja v raziskave in razvoj, izobraževanje in usposabljanje, spodbujanje podjetniške iniciative ter usmerjanje k večji specializaciji. • *Izboljšanje zasedenosti* z okrepljenim trženjem na nivoju destinacije in usmeritev v produktno trženje – kjer je nujno potrebna podpora s strani ponudnikov, ki oblikujejo ciljnim skupinam prilagojene programe.
• *Spodbuja se obnova obstoječih hotelov in zasebnih nastanitvenih kapacitet* ter *gradnja turističnih nastanitvenih objektov*, ki sledijo smernicam za *pridobitev znaka EU za okolje* (Ecolabel - EU marjetica), da bi dosegli nižje onesnaževanje zraka, bolj varčno rabo energije in ostalih naravnih virov, manjše onesnaževanje okolja in okolice ter v ponudbi prehrane uporabo ekološko (organsko) pridelane hrane ter nagrade Green Accommodation.
• Ozaveščanje pri gradnji in prenovi obstoječih objektov, da se *sledi smernicam arhitekturno dovršenih objektov skladnih s kulturno in naravno krajino DRP*. • Izkoriščanje obstoječih tradicionalnih objektov za preureditev v turistične objekte.
• *Spodbujanje specializacije ponudnikov nastanitvenih kapacitet*, da bi čim bolj zadovoljili pričakovanja določenih ciljnih skupin, pridobili *znake specializacije in oblikovali specializirane programe.*

Tabela 71: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju turistične in druge podporne infrastrukture v DRP

• DMO RP v sklopu *Raziskovalno-razvojnega centra DRP* (RRC DRP) načrtuje in usklajuje razvoj in celovito kakovost turistične in druge podporne infrastrukture. • V sklopu Raziskovalno-razvojnega centra DRP (RRC DRP) deluje *Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture* (DSUTI), ki upravlja javno turistično infrastrukturo s katero razpolaga DMO Rogla-Pohorje.
• DMO Rogla-Pohorje, občine DRP in Unior d.d. Program Turizem načrtujejo, *pridobivajo sredstva razpisov*, izvajajo vlaganja in upravljajo turistično infrastrukturo v DRP.

7.11 Strategija na področju integralnega razvoja turizma

Strategija na področju integralnega razvoja turizma v DRP spodbuja usklajen razvoj turizma z drugimi sektorji – gospodarstvom, prostorskim načrtovanjem, kulturo, športom, izobraževanjem, zavarovanjem in ohranjanjem narave in kulturne dediščine ter razvojem podeželja v DRP. Usklajevanje na destinacijski ravni se izvaja na nivoju DMO Rogla-Pohorje v okviru Strategije razvoja in trženja DRP, na občinski ravni na nivoju strateškega dokumenta razvoja občin - ter aktivnosti občinskih oddelkov za gospodarstvo in turizem, na regijski ravni se načrtuje in izvaja v sklopu Regionalnega razvojnega programa Dežela Celjska oz. Maribor-Pohorje, na nacionalnem nivoju v okviru Strategije razvoja slovenskega turizma.

Ključne usmeritve na področju strategije integralnega razvoja turizma v DRP so predstavljene v Tabeli 140, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 141.

Tabela 72: Ključne usmeritve na področju integralnega razvoja turizma v DRP

• Razvoj turizma se aktivno izvaja na nivoju posameznih ponudnikov. • DMO Rogla-Pohorje na destinacijskem nivoju usmerja razvoj po štirih ključnih prioritetah ter povezuje in nadgrajuje funkcije managementa s sonačrtovanjem, sovodenje, soupravljanjem, izvajanjem in evalviranjem *skladno s Poslovnim dogovorom o sodelovanju v DRP.*
• Usklajevanje in doseganje integralnega razvoja turizma na nivoju destinacije se dosega z *aktivnim sodelovanjem deležnikov v najvišjem organu DMO Rogla-Pohorje* ter z operativnimi aktivnostmi iz *Poslovnega dogovora o sodelovanju.*
• Prioritetne razvojne aktivnosti na lokalni ravni, ki lahko vlivajo na bolj konkurenčen nastop DRP na mednarodnih trgih se implementira v posamezne občinske in destinacijske programe dela.
• Letno izvedbeno načrtovanje na področju razvoja in trženja turizma na nivoju destinacije se aktivno usklajuje z vsemi deležniki v najvišjem organu DMO RP.
• DMO RP pri svojem delu izhaja iz aktualnih regionalnih razvojnih programov in izkorišča razvojno podporno mrežo razvojnih agencij v regiji s katerimi usklajuje integralni razvoj turizma.

Tabela 73: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju integralnega razvoja turizma v DRP

• DMO Rogla-Pohorje *vzpostavi partnerstvo v Poslovnem dogovoru o sodelovanju* najprej s subjekti turistične dejavnosti nato tudi na subjekte izven turistične dejavnosti in tako načrtuje za obdobje 5 let integralni trajnostni razvoj turizma v DRP.
• DMO Rogla-Pohorje se *povezuje z gospodarskimi subjekti, gozdarstvom in predstavniki kmetijske panoge* pri skupnem promoviranju destinacije RP na strokovnih sejmih.
• DMC Rogla-Pohorje nadaljuje s partnerstvom na regionalnem nivoju pri vzpostavljanju skupnih trženjskih aktivnosti na območju RDO Dežela Celjska ter z GIZ Pohodništvo in kolesarjenje, STO.

7.12 Strategija na področju trajnostnega razvoja turizma

Strategija na področju trajnostnega razvoja turizma v DRP opredeljuje osnovni pristop delovanja oz. razvoja turizma na nivoju posameznih ponudnikov, lokacij in DRP kot celote. Načela trajnostnega razvoja se implementira v vse načrtovalske procese na ravni posameznih subjektov (ponudnikov, organizacij, institucij), lokacij in DRP kot celote – Delovna skupina za trajnostni integralni razvoj DRP – DSTIR DRP.

Ključne usmeritve na področju strategije trajnostnega razvoja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje so predstavljene v Tabeli 142, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 143.

Tabela 74: Ključne usmeritve na področju trajnostnega razvoja turizma v DRP

V destinaciji Rogla-Pohorje se v sodelovanju z družbo Unior d.d. Program Turizem in občinami DRP v *sklopu sheme Green destination*: • razvije indikatorje okolja za spremljanje vpliva turizma na okolje destinacije, • vzpostavi orodja za spremljanje vpliva turizma na okolje destinacije, • vzpostavi sistem izvajanja spremljanja vpliva turizma na okolje destinacije, • vzpostavi sistem upravljavskih akcij za primer, ko so meje sprejemljivih sprememb presežene in je potrebno vzpostaviti prejšnje ali novo stanje.
V destinaciji Rogla-Pohorje se v sodelovanju z družbo Unior d.d. Program Turizem in občinami DRP v sklopu sheme Green destination: • razvije indikatorje za spremljanje vpliva turizma na ekonomsko uspešnost deležnikov, • vzpostavi orodja za spremljanje vpliva turizma na ekonomsko uspešnost deležnikov, • vzpostavi sistem izvajanja spremljanja vpliva turizma na ekonomsko uspešnost deležnikov, • vzpostavi sistem upravljavskih akcij za primer, ko so meje sprejemljivih sprememb presežene in je potrebno vzpostaviti prejšnje ali novo stanje.
V destinaciji Rogla-Pohorje se v sodelovanju z družbo Unior d.d. Program Turizem in občinami DRP v sklopu sheme Green destination: • razvije indikatorje za spremljanje vpliva turizma na socialno in kulturno blaginjo ljudi, • vzpostavi orodja za spremljanje vpliva turizma na socialno in kulturno blaginjo ljudi, • vzpostavi sistem izvajanja spremljanja vpliva turizma na socialno in kulturno blaginjo ljudi, • vzpostavi sistem upravljavskih akcij za primer, ko so meje sprejemljivih sprememb presežene in je potrebno vzpostaviti prejšnje ali novo stanje.
DSRR poskrbi,

Tabela 75: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju trajnostnega razvoja turizma v DRP

• DMO Rogla-Pohorje ustanovi znotraj RRC DRP *Delovno skupino za trajnostni in integralni razvoj turizma v DRP*, ki izvaja aktivnosti v skladu s ključnimi usmeritvami na področju trajnostnega razvoja turizma in pelje projekt Green destination in Green Accommodation v DRP ter pridobi v prihodnjem obdobju znak *Green destination za celovito destinacijo Rogla-Pohorje – vse štiri občine.*

7.13 Strategija na področju spremljanja in evalviranja aktivnosti upravljanja DRP

Strategija na področju spremljanja in evalviranja aktivnosti upravljanja DRP s strani DMO Rogla-Pohorje zahteva pripravo elementov merjenja učinkovitosti z letnim Programom dela določenih aktivnosti DMO Rogla-Pohorje. Ovrednotenje razvojnih in trženjskih aktivnosti

MDO RP ni preprosto in poceni in ga je težko enostavno povezati z doseženimi turističnimi rezultati in turističnim prometom.

Ključne usmeritve na področju strategije spremljanja in evalviranja aktivnosti upravljanja DRP so predstavljene v Tabeli 144, metodologija njihovega udejanjanja pa v Tabeli 145.

Tabela 76: Ključne usmeritve na področju merjenja učinkovitosti upravljanja DRP

DMO Rogla-Pohorje bo izvajala aktivnosti sonačrtovanja, soupravljanja, sovodenja, soizvajanja in soevalviranja aktivnosti razvoja in trženja DRP skupaj s partnerji, ki bodo sklenili Poslovni dogovor o sodelovanju. • Za poznavanje uspešnosti in učinkovitosti izvajanja sonačrtovanih aktivnosti je potrebno *vzpostaviti sistem spremljanja, merjenja in evalviranja*, ki sistematično in permanentno omogoča pridobivanje informacij, ki so izhodišče za nadaljnja načrtovanja in vlaganja.
DMO Rogla-Pohorje se lahko odloči za *eno od treh ravni merjenja učinkovitosti upravljanja* razvoja in trženja DRP, in sicer: • Enostavno spremljanje uspešnosti turizma – ključnih informacij o številu turistov, turistični potrošnji in zasedenosti prenočitvenih zmogljivosti, ki jih lahko primerjamo s sredstvi vloženimi v trženje. • Kompleksno nadgradnjo podatkov o turističnem prometu z vedenjskimi in komunikacijskimi merili, ki dopuščajo oceno posebne vzorčnosti trženjskih dejavnosti in skupaj pojasniti dejanski vpliv določene trženjske dejavnosti na turistični rezultat – kompleksne in drage metode vrednotenja neposrednih učinkov posamezne trženjske kampanje ali skupnega trženja na turistični promet. • Zapleteno oceno učinkovitosti posameznih trženjskih orodij glede na stroške.

Tabela 77: Metodologija udejanjanja usmeritev na področju merjenja učinkovitosti upravljanja DRP

• *Vodstvo DMO Rogla-Pohorje* mora pri pripravljanju letnega poslovnega načrta *določiti kratkoročne cilje* na podlagi gibal uspešnosti in kazalnikov iz opredeljenih – določenih 3 do 4 (finance, stranke, notranji procesi, učenje) vidikov poslovanja. Strateško načrtovanje mora postati nenehen proces. • DMO Rogla-Pohorje ustanovi znotraj Centra kakovosti DRP *Delovno skupino za spremljanje, merjenje in evalviranje učinkovitosti* upravljanja razvoja in trženja DRP, ki izvaja aktivnosti v skladu s ključnimi usmeritvami omenjenega področja. • Zaradi kompleksnosti aktivnosti je potrebno določiti *jasne, enostavne in merljive cilje*, ki jih je moč meriti z enostavnimi merili in berljivimi kazalniki. Razvije se sistematičen sistem zbiranja podatkov in informacij o vseh kazalnikih. • Izvaja se določene *raziskave in analize* in razvije uravnotežen sistem kazalnikov. • *Spremljanje se izvaja permanentno*, merjenje se ob koncu poslovnega leta predstavi kot poročilo - evalvacija izvedenih aktivnosti letnega Poročila o delu in po potrebi tudi med letom. • Evalvacijsko poročilo je osnova za naslednje upravljavske odločitve.

Aktivnosti se je potrebno lotiti postopoma. Za uspešnost je potreben izjemno motiviran, usposobljen, aktiven in zaupanja vreden vodilni kader in pravilno izbrana vodilna oseba DMO Rogla-Pohorje.

8 Zaključek

Destinacija Rogla-Pohorje ponuja *privlačno okolje* za bivanje in delo domačinom ter *aktivne počitnice, rehabilitacijo* ali enostavno *uživanje v naravi ob kakovostni turistični infrastrukturi, obiskovalcem,* ki se vanjo radi *vračajo*.
Po oceni TIC-a Zreče je destinacija Rogla-Pohorje v letu 2015 beležila okoli *67.500 prihodov in 240.602 nočitev* gostov (213.506 nočitev po SURS) v okoli *2.450* (1.937 posteljah SURS) *nastanitvenih kapacitetah*, kar pomeni, da so se gosti v DRP zadržali povprečno *3,56 dni.*
V občini Zreče je bilo leta 2015 opravljenih *97,5% vseh prihodov in 98,8 % vseh nočitev* v DRP. Po podatkih SURS-a za obdobje 2010-2015 v občini Oplotnica ni zabeleženih nočitev , enako velja za občino Vitanje v letih 2014 in 2015. Zasedenost večjih ponudnikov, sploh v občini Zreče je dobra, manjši pa težje napolnijo kapacitete izven zimskih in poletnih počitnic.
Podatki TIC-a Zreče za leto 2015 pričajo, da je bilo v občini Zreče izvedenih *238.334 nočitev* (71 % domačih gostov) in obračunane *185.053,02 EUR turistične takse.* Okoli *53 odstotkov* (127.086) nočitev je bilo izvedenih v štirih mesecih *zimske smučarske sezone*.
V občini Slovenske Konjice so leta 2015 zabeležili *1.371 prihodov* gostov (78% domačih), ki so realizirali *2.129 nočitev* in se zadržali povprečno 1,5 dni ter skupaj ustvarili *2.481,84 EUR* turistične takse. Največ prihodov je bilo v juliju, maju in januarju, največ *nočitev pa v februarju in maju.*
Za leto 2015 lahko po podatkih Občine Vitanje razberemo, da je bilo v Vitanju opravljenih *139 nočitev* in pobrane *148 EUR turistične takse*.
Skupaj je v destinaciji iz naslova turistične takse pridobljenih *187.682,86 EUR prihodka, kar omogoča nadgradnjo turistične infrastrukture* in *pristopov k nagovarjanju ciljnih skupin, še predvsem nišne narave*. Večina teh sredstev pripada občini Zreče, ki generira največ nočitev.

Rogla postaja z novimi investicijami za aktivnosti različnih ciljnih skupin skozi vse leto ter ciljnim nagovarjanjem turistov, vedno bolj privlačna v vseh letnih časih kot *destinacija za oddih družin*, ki živijo *aktiven življenjski slog.* Njen ugled in prepoznavnost gradijo tudi *uveljavljene športne ekipe*, ki prihajajo na priprave na Roglo ter *odmevne športne prireditve. Organizacija kulturnih, športno-rekreacijskih idr. prireditev* pa skozi vse leto pripelje na ovršje Pohorja raznolike organizirane skupine obiskovalcev ter mnoge posameznike.
Terme Zreče se z nagovarjanjem turistov, ki skrbijo za *zdrav življenjski slog ob odlični gastronomiji in lokalno dodani vrednosti* uvrščajo v sam *vrh slovenske zdraviliške in velneške ponudbe.*
Manjši ponudniki v občini in destinaciji Rogla-Pohorje pomembno nadgrajujejo privlačnost destinacije in omogočajo zadovoljevanje pričakovanj in potreb raznolikih ciljnih skupin.

Izletniški turizem v DRP je v vseh letnih časih povezan s kopanjem idr. storitvami v *Termah Zreče.* Poleti, v času zimske smučarske sezone in ob praznikih, je najbolj *obiskana Rogla. V Slovenskih Konjicah pritegnejo k obisku:* Žička kartuzija z Gastužem, Pletarstvo Kalšek, Zeliščni vrt Majnika, Čebelarstvo Žvikart, Zlati Grič in drugi vinogradniki, Knjigobežnica z Ivanom Minattijem in razstavo; *v Oplotnici:* Graščina s periščem, Oplotniški vintgar, kamnolom v Cezlaku, Partovec, Grajska tržnica s sirarstvo Lamperček idr. ponudniki, idr.; *v Vitanju:* KSEVT, Goslarstvo Skaza; Beškovnikova domačija s kaščo in preužitkarsko hišo, Ekološka kmetija Meglič, Etnološka kmetija in muzej Brodej; in *v Zrečah:* Skomarska hiša z Vodovnikovo zbirko, Ošlakova kovačija, Vinogradništvo Andrejc, Žganjekuha Kejžar, Muzej

ozkotirne železnice, Muzej 100 frankolovskih žrtev in številne kmetije idr. *Številne prireditve v DRP* privabijo k obisku domačine in obiskovalce.
Izletniški turizem v DRP ponuja še veliko možnosti - razvoj poglobljenih programov doživetij za prepoznane ciljne segmente.

Destinacija Rogla-Zreče je ena od 17 destinacij, ki je v *zeleni shemi slovenskega turizma* pridobila srebrni znak *Slovenia Green destination*, *Turistična kmetija Urška* pa je ob okoljskem znaku *Ecolabel* (EU Marjetica) pridobila tudi znak *Slovenia Green Accommodation*. Trenutno sta *dva Uniorjeva nastanitvena obrata* v postopku *pridobivanja zelene sheme Green Accommodation*. *Slovenske Konjice* so pravkar pridobile že *deseto nagrado* v projektu Moja dežela lepa in gostoljubna (Turistična zveza Slovenije) v kategoriji *najlepše manjše mesto*, *Terme Zreče* pa *tretjo v kategoriji zdraviliških krajev v Sloveniji*.

Odločitev za *nadgradnjo strateškega razvoja in trženja turizma v DRP do leta 2021* zagotavlja *povezano ustvarjanje zgodb in nagovarjanje ciljnih skupin*, ki si jih želimo. *Vizija razvoja in trženja turizma* (Tabela 146), *razvojni* (Tabela 147), *trženjski kvalitativni* (Tabela 148) in *kvantitativni* (Tabela 149) *cilji,* ki so bili postavljeni skupaj z deležniki, zagotavljajo odprto in enovito igro, ki *na koncu obdobja prinaša zadovoljstvo tudi investitorjem.*

Tabela 78: Vizija razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje

SLOGAN: Razišči, občuti, užij
KRATKA VIZIJA: Rogla-Pohorje je leta 2021 prepoznana kot podeželska destinacija s kakovostnimi programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja, aktivnimi počitnicami in pripravami športnikov, kreativnimi vinskimi in kulinaričnimi zgodbami, poglobljenimi doživetji kulturizacije vesolja ter spoznavanja z naravo, bogato kulturno dediščino in rokodelstvom, svetovno prepoznanimi športnimi in tradicionalnimi prireditvami ter poslovnimi druženji, na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo gostoljubni in aktivni domačini
DOLGA VIZIJA: Destinacija Rogla-Pohorje je leta 2021 pozicionirana kot konkurenčna, zelena, ekološka, dostopna, domačna, varna, gostoljubna, medgeneracijsko in s celovito ponudbo povezana destinacija, kjer se na območju med Roglo, vinorodnimi griči in Dravinjsko dolino prepleta tradicija s sodobnostjo, ob visoki kakovosti bivanja ter kreativnem okolju za delo in oddih. Kakovostni turistični programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Turističnem centru Rogla omogočajo ob vinskih zgodbah Škalc in kreativni kulinariki turističnih kmetij idr. ponudnikov, bogati kulturni dediščini srednjeveške Žičke kartuzije in Graščine v Oplotnici ter programih kulturizacije vesolja v KSEVT-u, poglobljena doživetja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, oplemenitenih z izročilom rokodelcev in ljubiteljskih skupin. Aktivne in sproščujoče počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akratotermalna voda, pohorska voda, šota), poslovna druženja, priprave športnih ekip ter vabljivi programi krajših doživetij, gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi s kolektivno tržno znamko Okusi Rogle.

Tabela 79: Strateški razvojni cilji na področju turizma DRP v obdobju 2017-2021

C1	**Organizirano vzpostavljen model sodelovanja, povezovanja in trženja** turistične dejavnosti ter celovite ponudbe **– destinacijska management organizacija.**
C2	**Zelena, dostopna destinacija s poglobljenimi doživetji** sonaravnega turizma na Pohorju in območju Dravinjske doline, s spodbujeno lokalno oskrbno mrežo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo, odprtimi učnimi idr. kmetijami ter rokodelskimi delavnicami, lokalnimi tržnicami in delikatesami ter naborom rokodelskih izdelkov, programom ekoloških dogodkov ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo – **»Green destination«.**
C3	**Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod kolektivno tržno znamko Okusi Rogle (k**ritična masa pridelkov in izdelkov, logistika, prodajna mesta - s skupnim trženjem in prodajo.
C4	**Obujena tradicija rokodelstva – rokodelski center.**
C5	**Vlaganja v vinogradništvo in vinarstvo - vinski turizem.**
C6	**Zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev.**
C7	**Vzpostavljena infrastruktura za izvajanje kreativnih turističnih doživetij za izletnike in stacionarne goste na podeželju**.
C8	**Učinkovito delovanje TIC-ev – Mreža TIC-ev z inovativno delovno skupino**.
C9	**Vzpostavljene raznolike doživljajske namestitvene kapacitete ter bivanje v naravnem**.
C10	**Kakovostno usposobljeni kadri**, ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in kolektivno tržno znamko, celovito promovirajo in tržijo DRP.

Tabela 80: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP obdobju 2017-2021

C1	**Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko**.
C2	**Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja**.
C3	**Razvit destinacijski načrt povezanega komuniciranja znotraj destinacije in navzven ter izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru.**
C4	**Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo**.
C5	**Celovite promocijske aktivnosti destinacijske znamke Rogla-Pohorje ciljano nagovarjajo prepoznane skupine stacionarnih turistov (**zdravje in dobro počutje - ljudje z zdravim življenjskim slogom; pari in družine z aktivnim življenjskim slogom; rekreativci in vrhunski športniki, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih ter kreativni gastronomiji in privlačnih dogodkih popestrenih z rokodelskimi lokalnimi produkti na območju širše DRP za večdnevna bivanja.
C6	**Celovite promocijske aktivnosti na področju izletniškega turizma s** kreativnimi programi doživetij nagovarjajo: šolske skupine; skupine tretjega življenjskega obdobja; skupine, ki bivajo v bližnjih zdraviliščih; družine; pare; rekreativce in športnike; poslovne goste; golfiste idr. za krajša doživetja v destinaciji.
C7	**Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti**.
C8	**Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste in vzpostavljenim sistemom.**
C9	**Razvit nabor konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov**, ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne dediščine za izbrane ciljne skupine – navdih deležnikov v poslovnem inkubatorju.
C10	**Nadgrajena ponudba doživetij skladna s trendi v turistični panogi:** - **Vinske kreativne zgodbe** – nadgrajena vinska doživljajska ponudba; trženje večjih vinskih dogodkov in njihova vključitev v turistične pakete - **Kreativna kulinarika** – doživetja od vrhunske kulinarike do ponudbe na kmečki tržnici - **Kreativni rokodelci** – delavnice obdelave lesa, kamna, kovine, živil idr. - **Kulturizacija vesolja in vesoljske tehnologije in umetnosti**

	- **Programi doživetij v obnovljenih objektih kulturne dediščine** - **Zgodbe bogate kulturne dediščine** - storytelling o znanih osebnostih, dogodkih ipd. - **Selfness** – narava, voda, svež zrak in zelišča kot darovi Pohorja – v gozdu, na pašniku - **Zelena rekreacija in šport** idr. – izpostavljena razgledišča in energetske točke - **Mehke oblike zimsko-športnih aktivnosti** - **Glamurozno kampiranje** – npr. v navezi s Partovcem, Cezlakom, Rakovcem ipd. - **Poroka** - v Žički kartuziji, v Graščini Oplotnica, na Rogli, v Ksevt-u, na Gorenju itd. - **Tržnice s KTZ Okusi Rogle** – grajska v Oplotnici, na trgu v Konjicah, na Rogli, Zreška - **Ljubiteljska društvena dejavnost** na področjih kulture, športa in rekreacije - **Center šolskih in obšolskih dejavnosti na Gorenju** – aktivnosti za družine in skupine ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje**.**
C11	**Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po destinaciji** pritegnejo različne ciljne skupine.
C12	**Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe s kolektivno tržno znamko Okusi Rogle.**
C13	**Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalno-sodobne prireditve**.
C14	**Oplotnica** prepoznana po doživetjih v Grajskem kompleksu (grajska poroka, grajska tržnica), Oplotniškem vintgarju in Partovcu ter Rokodelskem in Čebelarskem centru ter aktivnostih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom ter organizirane skupine (šolske, seniorske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi rokodelske spretnosti in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja o permakulturnem življenju skupaj s prijaznimi domačini, ob ponudbi lokalnih izdelkov in storitev na območju širše destinacije.
C15	**Vitanje** prepoznano po programih KSEVT-a in doživetjih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom; skupine (šolske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi znanja o vesoljskih tehnologijah, kulturizaciji vesolja in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja skupaj s prijaznimi domačini o naravi, kulturni dediščini, lokalnih obrteh in spretnostih, kulinariki in lokalnih produktih na območju širše destinacije.
C16	**Slovenske Konjice** pritegnejo obiskovalce s poglobljenimi doživetji srednjeveške Žičke kartuzije, mestnega jedra pod Konjiško goro in (grad) ter slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, ki jih nadgrajujejo tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika ter vinske zgodbe na območju od Škalc do Tepanjskega vrha, od Žičke Gorce do Zbelovske Gore.
C17	**Zreče** nagovarjajo družine in posameznike s kakovostnimi turističnimi programi zdravja in dobrega počutja, ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (klima, voda in šota), aktivnih počitnicah, poslovnih druženjih ter priprav vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju, ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno dediščino in obrtjo.

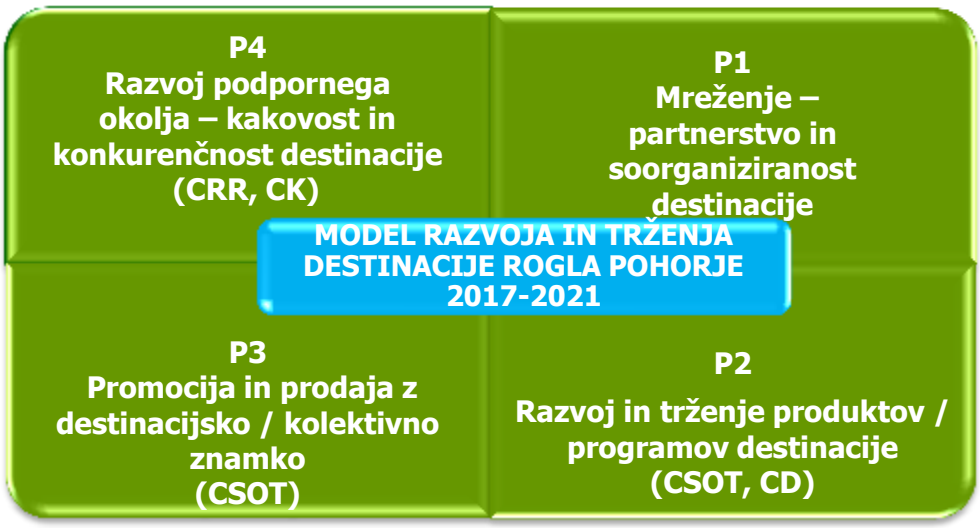
Tabela 81: ***Trženjski kvantitativni cilji DMO Rogla-Pohorje – združena različna izhodišča občin DRP v obdobju 2017-2021***

-2,3 odstotna letna rast **števila** ***prihodov*** **stacionarnih** ***turistov*** glede na leto 2015 (67.447 - 2015 → **76.955 - 2021).**
3,1 odstotna letna rast **števila** ***nočitev turistov*** glede na leto 2015 (240.602 2016 → **288.646 - 2021)** še predvsem v izvensezonskih mesecih (marec, november).
Podaljšati ***dobo bivanja*** iz 3,56 dni leta 2015 ***na 3,75 dni leta 2021*** z zadovoljevanjem nišnih potreb izbranih skupin;
Povečanje ***zasedenosti stalnih ležišč*** iz 32 % leta 2015 ***na 35 % leta 2021.***
Z dopadljivo ponudbo fokusirano na ciljne trge in skupine doseči povečanje *obsega turistične potrošnje* oz. povpraševanja po posameznih produktih – *odvisno od občine:*
Zreče: dnevni gost iz 20 EUR poleti oz. 32 EUR pozimi → **27 EUR oz. 43 EUR** - 2021) in ***stacionarni gost*** za 4% na leto glede na 2015 (iz 70 EUR poleti in 80 EUR pozimi → ***88 oz. 100 EUR*** - 2021); ***Slovenske Konjice: dnevni gost*** iz 20 EUR → ***32 EUR*** (8%), ***stacionarni gost*** iz 50 EUR → ***67 EUR*** (5%); ***Vitanje: dnevni gost*** iz 7 EUR → ***10 EUR*** (6%), ***stacionarni gost*** iz 30 EUR → ***40 EUR*** (5%)

	Oplotnica: dnevni gost iz 9 EUR → ***27 EUR*** (20%), ***stacionarni gost*** iz 30 EUR → ***40 EUR*** (5%)
Nadgraditi prireditve na nivoju destinacije, ki imajo potencial - 1.000 in več obiskovalcev, in sicer: ***Maraton (2.700), Velikonočni pohod (2.500), Praznik pohorskega lonca (1.800), Martinovanje (1.500), Holcerija (1.350-2.000), Jurjevanje (1.300)…***	

V sklopu aktivnosti Projektne in delovnih skupin destinacije Rogla-Pohorje so se izkristalizirale štiri prioritete (Slika 44), ki se bodo udejanjale skozi štiri centre modela razvoja in trženja DRP. Delovne skupine posameznih centrov bodo v prehodnem času, preden se vzpostavi pravno-formalna oblika destinacijske management organizacije (DMO) Rogla-Pohorje, skozi lastne aktivnosti usmerjale razvoj in trženje turizma vsake od štirih občin in destinacije Rogla-Pohorje kot celote.

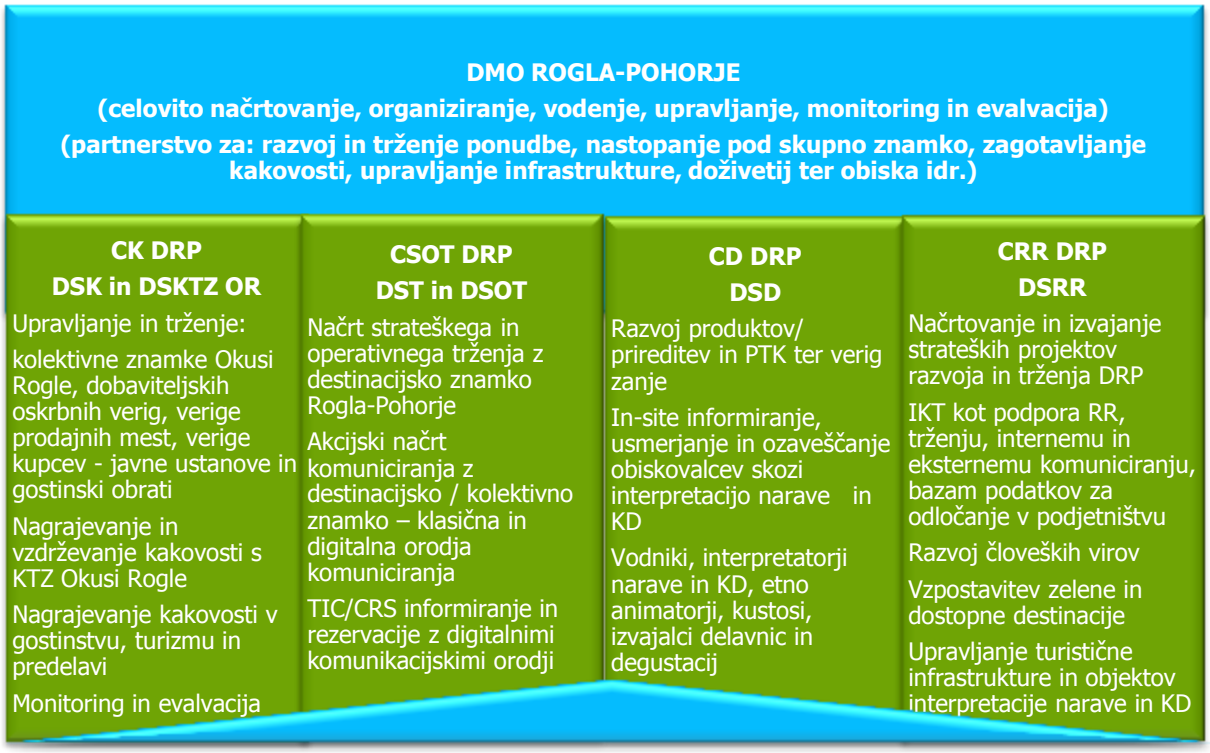
Slika 31: Prioritete razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje



P1 – Mreženje – partnerstvo in soorganiziranost destinacije Rogla-Pohorje je temeljna prioriteta na kateri slonijo ostale tri. Povezana je z nalogami DMO, ki bo skrbela za 'partnerstva z namenom' celovitega razvoja in trženja ponudbe (ponudnikov) destinacije Rogla-Pohorje.
P2 – Razvoj in trženje produktov / programov destinacije Rogla-Pohorje se nanaša na povezano ponudbo doživetij DRP skozi po meri oblikovane turistične produkte / programe celovite destinacije s ciljanim nagovarjanjem skupin turistov.
P3 – Promocija in prodaja z destinacijsko / kolektivno znamko se povezuje z aktivnostmi strateškega razvoja in trženje DRP na domačem in mednarodnih trgih z *osveženo destinacijsko znamko Rogla-Pohorje* in *kolektivno tržno znamko Okusi Rogle* ter po meri oblikovana doživetja prepoznanim ciljnim segmentom turistov.
P4 - Razvoj podpornega okolja – kakovost in konkurenčnost destinacije na dolgi rok bo omogočena skozi Center za raziskave in razvoj (CRR) ter Center za kakovost.

Model razvoja in trženja turizma v DRP vključuje vse štiri občine, in sicer Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica in je predstavljen na Sliki 45.

Slika 32: Model razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje



Upravljanje destinacije Rogla-Pohorje temelji na vzpostavitvi ***Destinacijske management organizacije (DMO) Rogla-Pohorje, ki*** bo s pravno-formalno vzpostavitvijo skrbela za celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma na območju DRP (občin - Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica). Njena osrednja naloga je ***vzpostaviti aktivno partnerstvo***, ki bo skrbelo za:

- celovit razvoj in strateško trženje ponudbe DRP,
- nastopanje pod skupno osveženo znamko DRP in KTZ Okusi Rogle,
- operativno trženje - promocijo in trženje kakovostne ponudbe na celovito organiziranih informativnih in prodajnih mestih,
- zagotavljanje kakovostnih informacij v destinaciji in v digitalnih orodjih o ponudbi DRP,
- zagotavljanje kakovostnih doživetij za prepoznane ciljne skupine turistov,
- nadgradnjo TI, njeno poenotenje skozi skupne investicije ter prijave na razpisana sredstva,
- enovito signalizacijo in upravljanje turistične infrastrukture v DRP, idr.

V začetni fazi bodo te aktivnosti peljali štirje centri DRP, in sicer: ***Center kakovosti DRP, Center strateškega in operativnega trženja DRP, Center doživetij DRP*** ter ***Center za raziskave in razvoj DRP.*** Vsak center deluje pod okriljem vodje centra, ki koordinira aktivnosti delovnih skupin, katere udejanjajo želeno vizijo in strateške cilje destinacije Rogla-Pohorje in posamezne občine znotraj destinacije.
Predstavniki delovnih skupin vseh štirih centrov DRP bodo enakovredno načrtovali in izvajali aktivnosti za vse štiri občine. Dela in naloge bodo opravljane v dobrobit deležnikov vseh občin in DRP kot celote.

Tako smo dosegli ***usklajenost pristopov »Od spodaj navzgor« in »Od zgoraj navzdol«*** za učinkovit razvoj in trženje turizma v DRP v obdobju 2017-2021.
Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP v obdobju 2017-2021 temelji na razvojnih in trženjskih ciljih (Slika 46), ki smo jih uvrstili v dva sklopa ukrepov, in sicer: ukrepi na področju razvoja - turizem kot gospodarska dejavnost in ukrepi na področju trženja – trženje in kakovost življenja.

Slika 33: Model udejanjanja razvoja in trženja turizma v DRP v obdobju 2017-2021

V prvi fazi (2016-2017) sodelovanja načrtujemo, da bodo delovne skupine DRP skozi štiri Centre peljale aktivnosti za vzpostavitev destinacijske ponudbe z vzpostavitvijo Mreže TIC-ev, v obstoječi zasedbi - brez pravno-formalne vzpostavitve DMO.
Skladno z dogovorom med župani vseh štirih občin se potrebna sredstva za izvajanje aktivnosti ukrepov v DRP v letu 2016 in 2017 delijo po **ključu 35 % Občini Zreče in Slovenske Konjice ter 15 % Občini Vitanje in Oplotnica.**
V letu 2016 so občine namenile sredstva za pričujoči projekt, ki prinaša strateške dokumente razvoja in trženja turizma v občinah Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica ter v destinaciji Rogla-Pohorje. V sklopu projekta je bilo izvedenih več delavnic, ne le tehnične narave za pripravo dokumentov, temveč tudi strokovnih delavnic in ekskurzij ter izpeljan program usposabljanja turističnih vodnikov za DRP.

Člani DS niso aktivni le na občinskem, temveč vedno bolj na destinacijskem nivoju. O tem pričajo številne ***destinacijske ponudbe***, ki so bile izpeljane v času izvajanja projekta (Priloga 10). ***V Delovnih skupinah*** bodo povezani ponudniki razvijali ***privlačno ponudbo za prepoznane ciljne in nišne skupine segmentov turistov.*** Ta naj temelji na ***naravnih, kulturnih in izgrajenih lokalnih posebnostih*** in se prepoznano razlikuje od podobnih doživetij konkurenčnih destinacij.

Za uspeh je potrebna jasna vizija – ***podoba želene zelene prihodnosti, merljivi cilji, izvedljivi ukrepi, veliko politične volje*** ter ***motivirani in visoko usposobljeni sodelavci***, ki skozi ***sinergijo partnerskih odnosov*** nadgrajujejo naravo in kulturno dediščino z neponovljivo interpretacijo – ***pripovedovanjem zgodb po meri obiskovalcev***, ki zagotavljajo ***doživetja prvič in ob vsakem naslednjem izkustvu.*** Vsi napori naj gredo v zagotavljanje ***kakovostnejšega okolja, s katerim bodo zadovoljni prebivalci vseh štirih občin, pa tudi turisti in zaposleni.***

V sodelovanju, partnerstvih z namenom, prenosu tihega znanja med ponudniki, gradnji zaupanja, vzpostavljanju in vzdrževanju odličnih komunikacijskih kanalov, prizadevanjih za skupno pot v zeleno prihodnost DRP, pozitivni naravnanosti gonila in vseh sodelavcev, je zagotovilo, da bomo ***leta 2021*** prepoznana zelena, ekološka, dostopna, doživljajska, družbeno odgovorna – skratka, ***k trajnostnemu konceptu usmerjena destinacija, ki zapisano ne le obljublja, temveč tudi izpolnjuje.*** Strateški dokumenti ***podajajo želeno vizijo – podobo DRP v letu 2021*** ter ***nakazujejo skupno smer*** do te podobe. Prav tako predstavljajo ***osnovo za prijavo na različne razpise***, ki jih pričakujemo konec leta 2016.

Kako bodo leta 2021 razmišljali deležniki destinacije Rogla-Pohorje?

Domačini so prepričani, da je turizem gospodarska dejavnost, ki z zelenimi delovnimi mesti in pozitivno naravnanostjo DRP pomembno prispeva k blaginji prebivalcev. ***Mladi*** se priseljujejo v destinacijo, v njej živijo, se družijo, razvajajo, rekreirajo in delajo. Prepričani so, da je DRP primerno okolje za odraščanje njihovih otrok in razvajanje družine v prostem času.
Starejši z veliko pozitivne energije koristijo preventivne in kurativne možnosti, ki jih ponuja naravno in izgrajeno okolje, predvsem pa odlične zdravstvene in velneške storitve.
Investitorji zadovoljno vlagajo v inovativne zgodbe, ki zagotavljajo zeleno prihodnost tudi naslednjim generacijam.
V socialnih omrežjih zadovoljni ***segmenti turistov*** komunicirajo o petih obveznih aktivnostih, ki jih moraš storiti v zeleni destinaciji Rogla-Pohorje, ko v obdobju od maja do novembra, raziskuješ, se rekreiraš in preizkušaš svoje sposobnosti; se sproščaš v naravi in ob zdravilnih vrelcih, pohorski šoti in srednjegorski klimi; uživaš ob odlični kulinariki, vinih, žganjih, sokovih in pohorski vodi; obiskuješ rokodelce in kulinarične mojstre ter se s polnimi košarami dobrot opremljenih s KTZ Okusi Rogle vračaš domov, kjer o izkušnji, ob video posnetkih, klepetaš v socialnih omrežjih in razpravljaš o kartici Okusi Rogle, ki jo je nujno izkoristiti.