



PRIJAVNICA

NASTANITVENE KAPACITETE RAZPRŠENEGA HOTELA JERUZALEM SLOVENIJA IN DRUGE TURISTIČNE PONUDBE

za vključitev v Razpršeni hotel Jeruzalem Slovenija in za pridobitev pravice do uporabe KBZ JERUZALEM SLOVENIJA

Naziv in naslov pravne / fizične osebe - Prijavitelja:				
Evidenčna številka Ponudnika KBZ JERUZALEM SLOVENIJA:				
Vrsta nastanitvene kapacitete:	Hotel		Apartma	Zasebne sobe
	Motel		Glamurozni kamp	Turistična kmetija z nastanitvijo
	Penzion		Kamp	Hostel
	Gostišče		Planinski idr. dom	Drugo:
Ime in priimek kontaktne osebe:				
Naslov kontaktne osebe:				
Kontaktne podatki:	Telefon			
	GSM			
	E-mail			
Specializacija nastanitvenega kapacitete:				
Leto otvoritve nastanitvene kapacitete:				
Število nastanitvenih kapacitet po vrsti in kategoriji:				
Trajnostno poslovanje – pridobljen/i okoljski znak/i in vstop v ZSST	Okoljski znak: _____ pridobljen dne _____.			
	ZSST za NK dne: _____.			
	ZSST za drugo kategorijo: _____ pridobljen dne _____.			
Trajnostno poslovanje - zapišite kako pri poslovanju	Okoljska komponenta:			

1



izpolnjujete elemente posamezne komponente:	Socialno-kulturna komponenta:
	Ekonomska komponenta:
	Podnebna komponenta:
Pozicionirana zgodba nastanitvene kapacitete na domačem / mednarodnem trgu:	
Kako se nastanitvena kapaciteta vključuje v zgodbo Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija in Destinacije Jeruzalem Slovenija:	
Čas obratovanja nastanitvene kapacitete (sezona/e ali celoletno):	
Število zaposlenih in oddaljenost njihovega stalnega bivališča do lokacije nastanitvenega obrata:	
Najpogostejša/e ciljna/e skupina/e nastanitvene kapacitete:	
Sezona poslovanja nastanitvene kapacitete:	
Vzpostavljene prodajne poti nastanitvene kapacitete za doseganje ciljnih trgov:	Neposredne:
	Posredne:
Prodajna cena nočitve na osebo za eno noč in za tri noči:	Za eno noč:
	Za tri noči:
	Za paketno ponudbo (cena za x dni):
Oblikovani turistični paketi vključujejo mehko mobilnost:	Primer:





<p>Vzpostavljeni načini marketinškega komuniciranja s ciljnimi skupinami pred prihodom v destinacijo:</p>	<p>Oglaševanje¹ - lastna orodja:</p> <p>Oglaševanje – nakup oglaševalskega prostora:</p> <p>Pospeševanje prodaje²:</p> <p>Osebna prodaja³:</p> <p>Direktni marketing⁴:</p>
<p>Vzpostavljeni načini marketinškega komuniciranja s ciljnimi skupinami v času bivanja v destinaciji:</p>	<p>Receptor in drugi zaposleni osebno:</p> <p>Preko digitalnih orodij:</p>
<p>Sodelovanje in povezovanje ponudnika nastanitvenih kapacitet z dobavitelji in partnerji pri oblikovanju turistične ponudbe:</p>	<p>Dobaviteljska veriga:</p> <p>Partnerska veriga:</p>
<p>Članstvo v Mreži poslovnih partnerjev KBZ JERUZALEM SLOVENIJA in drugih mrežah:</p>	
<p>Promocija in prodaja izdelkov in storitev s KBZ JERUZALEM SLOVENIJA (vitrina, spletna prodaja):</p>	<p>Pridelki:</p> <p>Izdelki:</p> <p>Storitve:</p>
<p>Celostna podoba nastanitvene/ih kapacitet (kakšen je in kje je viden vaš logotip ter kako ga uporabljate v povezavi s celostno komunikacijsko podobo Destinacije Jeruzalem Slovenija):</p>	

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

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

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

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





Priloge: Pridobljeni certifikati / znaki kakovosti, nagrade na nacionalni ravni.	
Priloge: Primeri promocijskih materialov z vašo ponudbo	
Priloge: Dokazila o izvoru živil idr. materialov (dobavnice, računi, pogodbe ipd.)	
Priloge: Licenca za izvajanje aktivnosti, če je potrebno	

Izjava

Spodaj podpisani prijavitelj izjavljam, da ambient nastanitvene/ih kapacitet/e in storitve ter produkti, ki jih ponujamo gostom, temeljijo na lokalnih posebnostih območja Destinacije Jeruzalem Slovenija in omogočajo unikatno doživetje bivanja v lokalnem okolju z ljudmi, ki v njem živimo.

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

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

Izjavljam, da v ponudbo turističnih produktov, ki je lokalno obarvana, vključujemo tudi mehko mobilnost.

S podpisom tudi soglašam, da me Upravljavec KBZ Jeruzalem Slovenija po elektronski pošti obvešča o rezultatih ocenjevanja ter o aktivnostih v zvezi z znakom kakovosti. Upravljavec KBZ Jeruzalem Slovenija se zavezuje, da bo skladno z novo evropsko Uredbo o varstvu podatkov (GDPR) osebne podatke (ime, priimek ter elektronski naslov) hranil in uporabljal samo za namene obveščanja za katere jih je pridobil in jih ne bo posredoval tretjim osebam.

Datum prijave:	Podpis prijavitelja:
Kraj, datum:	
Datum prejema prijave:	Podpis prejemnika prijave:
Kraj, datum: Ormož,	

