

TURISTIČNI VODNIK in poslovni odnosi

Mateja Kregar Gliha

Kdaj turistični vodnik?

Licenca

Registracija

Opravljen vodenja

Podaljševanje vodenj

Strokovnost - kodeks

- To provide a **professional service** to visitors, professional in **care and commitment**, and professional in providing an **objective understanding** of the place visited, **free from prejudice or propaganda**.
- To ensure that as far as possible what is presented as **fact is true, and that a clear distinction** is made between this truth and stories, legends, traditions, or opinions.
- To **act fairly and reasonable** in all dealings with all those who engage the services of guides and with **colleagues working in all aspects of tourism**.

Strokovnost - kodeks

- To **protect the reputation of tourism** in our country by making every endeavour to ensure that **guided groups treat with respect** the environment, wildlife, sights and monuments, and also local customs and sensitivities.
- **As representatives** of the host country to welcome visitors and act in such a way as to bring **credit to the country** visited and promote it as a tourist destination.

Biti TURISTIČNI VODNIK je
POSLANSTVO

NEPRESTANO DOKAZOVANJE

sem tako dober-odličen vodnik, kolikor je
bilo dobro-odlično moje

ZADNJE VODENJE!

Kako opravljati dejavnost?

1. Fizična oseba (dovolj licenca):

- Za pravne osebe: Podjemna pogodba, ŠS
- Brez plačila – pro bono: Nabiranje izkušenj- Pridobitev zadostnega števila vodenj, da se licenca podaljša -obstane na trgu?
- Avtorska pogodba?

Ne, TV =gospodarska dejavnost!

POSLOVNI SVET

2. Poslovni subjekt:

- registracija enostavna
- imamo plačnika?

1. B2B- poslovne stranke
2. B2C- fizične stranke

B2B

- **Poslovne stranke:**
 - Organizatorji potovanj
 - Turistične agencije
 - Posredovalnice
 - Izobraževalne ustanove
 - Podjetja...

B2C

- **INDIVIDUALNI NAROČNIKI:**
 - Skupina prijateljev
 - Pari
 - Družine,...

Vseeno B2B ali B2C: vedno izdati račun!

?

**KAKO SEM PRIŠEL DO STRANKE/
plačnika?**

SAM ALI PREKO POSREDNIKA?

SAM

Kaj sem delal, da sem sam našel stranko?

- Spletne strani,
- Družabna omrežja,
- Osebni obiski,
- Pisanje predstavitvenih pisem,
- Poslovna srečanja,...

POSREDNIK

- Opravi promocijske aktivnosti za nas!
- Če je zadovoljen- poslovni odnos

Spoštujmo prizadevanje naročnika, da je uspel najti stranko!

POSREDNIK

NIKOLI

ne predstavljamo sebe kot glavne osebe-
vedno samo kot partner

NIKOLI

ne delimo svojih podatkov, telefonov, e mail
naslovov, poslovnih kartic...
niti poslovnih skrivnosti

VEDNO

stranki (ob dodatnih željah) pomagamo, da
kontaktira našega naročnika

CIKLUS POSLOVANJA

VIZIJA

SKUPINSKO DELO

SPOSOBNOSTI

MARKETING

PLANIRANJE

STRATEGIJA

ANALIZA

INOVATIVNOST

CENA

100%	B2B	B2C
Znesek vodenja	Končni naročnik ne sme vedeti	100% Končna-tržna
Popusti	Da	? (akcije)
Stroški posredovanja	Da	ne
Količinski popusti	Da	da

POSEBNI FAKTORJI, KI DOLOČAJO CENE:

- **SEZONA DELA (visoka, nizka)**
- **OPERATIVNI STROŠKI (višji kot so, višja je cena storitve)- smo konkurenčni?**
- **POVPRAŠEVANJE**
- **KONKURENCA**

Variacije cen

- Netto za posrednika
- Brutto za končnega naročnika
- Razlika: 5-30%
- AGENCIJSKI POPUST
- KOLIČINSKI POPUST...

B2B 120 EUR, vodnik lahko končno dobi npr. 70 EUR,
RIZIKO NOSI AGENT

B2C skupinska ali cena po obiskovalcu: npr. 10 EUR,
lahko tudi 200 EUR (20 obiskovalcev), lahko pa samo
30 (če je npr. min 3 prijavitelne osebe)

RIZIKO NOSIŠ SAM

RAZPIS

TURISTIČNI VODNIK PRAVNI SUBJEKT- 2.500 EUR	TURISTIČNI VODNIK
IZDAJA RAČUNE STO- partner plačnik	IZDAJA RAČUNE AGENTU- partner plačnik
B2B, B2C	B2B

USPEŠNOST POSLOVANJA

USPEŠNOST ≠ UČINKOVITOST

- UČINKOVITOST (efficiency) - delati stvari PRAVILNO
- USPEŠNOST (effectiveness) - delati PRAVE stvari: kar „pije vodo na trgu“

Preživi tisti, ki se najhitreje in najuspešneje prilagodi novim razmeram!

TURISTIČNI VODNIK in poslovni odnosi

Hvala za pozornost!

?

Mateja Kregar Gliha