

Apartman

Plus

Specijalizirani časopis za
pružatelje ugostiteljskih usluga
smještaja u domaćinstvu

proljeće 2017 · Broj 1 · Godina I

TEMA BROJA

IZDAVANJE RAČUNA U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU

Kako, kome i kada
izdati račun

Iznajmljivači iz susjedstva

U Vrlici je ključ poslovnog uspjeha poslovanje s apartmanima

Intervju Luka Kolovrat
direktor TZ Grada Imotskog

UZLET OBITELJSKOG SMJEŠTAJA U IMOTSKOJ KRAJINI

Poseban
prilog

**ODGOVOR
NA UPIT
GOSTA**

Sve što ste željeli znati o poslovanju s apartmanima, sobama i kućama za odmor



Pružamo usluge unapređenja
poslovanja za vlasnike apartmana,
soba, kuća za odmor i male
poduzetnike u turizmu

- OGLAŠAVANJE
- UREĐENJE
- PREZENTACIJA
- BESPOVRATNA SREDSTVA
- EDUKACIJE

Interligo
Velebitska 148 c
21000 Split
www.interligo.hr
interligo@interligo.hr

00385 99 319 89 62
Skype: meri.kraljevic
Viber: 099/3198962

00385 99 385 00 22
Skype: anamarija.cicarelli
Viber: 099/3850022

Impresum:

Apartman Plus

Specijalizirani časopis za pružatelje
ugostiteljskih usluga smještaja
u domaćinstvu

ISSN 2459-8852

Izdavač:

Interligo d.o.o.

Sjedište:

Jobova 2
21000 Split, Hrvatska

Redakcija:

Velebitska 148 C
21000 Split, Hrvatska
099/319 89 62
099/385 00 22
www.interligo.hr
interligo@interligo.hr
MB: 060295995
OIB: 59543941730

Zagrebačka banka d.d.

IBAN: HR66 2360 0001 1023 4928 0

Glavna urednica:

Meri Čizmić Kraljević
meri.kraljevic@gmail.com

Direktorica:

Anamarija Cicarelli

Grafička priprema:

Ana Luketin Fahrewald
analf@artur.hr
Artur j.d.o.o.

Lektorica:

Marijeta Matijaš

Suradnici na ovom izdanju:

Marijeta Matijaš, Rujana Lukač,
Marko Risek, Kruno Pekas,
Nela Kovačević, Barbara Marković,
Vedran Pražen, Marko Mišulić

Izvori fotografija:

arhive turističkih zajednica
shutterstock.com

Prenošenje tekstova djelomično ili u cijelosti dozvoljeno je samo uz pismeno odobrenje izdavača i autora. Zabranjena je svaka vrsta optičkog, mehaničkog ili elektroničkog umnožavanja. Sva prava zadržana. Tekstovi i fotografije šalju se u elektronskom obliku. Stav autora teksta ne mora biti uvijek i stav izdavača. Izdavač ne može garantirati za trajnost objavljenih informacija i ne odgovara za sadržaj oglasnih stranica.

Planovi, putovanja, daleka
odredišta

čekaju... još malo.

I onda ubrzo sve je u jedan
kofer stalo.

Jer što ti na odmoru treba;
sunce, more, ljeto, sve to...
čekaju i naši.

Kuće su sada puste, tihe, malo
odmora ne škodi...

Ali evo i prve laste, sve se budi
i k nama vodi.

Budimo spremni, gost je na
pragu.

Nek' je dobrodošao, neka mu se
svidi.

Neka vidi,
Hrvatsku!

Poštovani čitatelji,
ušli smo u avanturu novog
projekta i napokon ste
dočekali izlazak prvog broja
specijaliziranog časopisa
Apartman plus namijenjenog
vlasnicima obiteljskog smještaja.
Kako je ovaj oblik smještaja
postao sve popularniji u svijetu
pa tako i u Hrvatskoj, mi smo na
mnogobrojne upite i vaše želje
odgovorili izlaskom prvog broja
časopisa.

Mali iznajmljivači sa svojim
kapacitetima čine značajan
dio ukupnog smještaja u
Hrvatskoj. Tim više zaslužuju
i vlastiti časopis. Opravdanost
ovog časopisa vidimo u više
od 2 000 upita tijekom 2016.
godine vlasnika svih kategorija
smještajnih jedinica. Bilo
je pitanja za pravnu struku,
građevinsku, pitanja za
inspekcije, agencije pa sve do
onih kako pokrenuti vlastiti
posao u turizmu. Na sva pitanja
nastojali smo dati odgovor ili ga
dobiti od nadležne institucije.
Pokušali smo pronaći kvalitetne i
stručne suradnike koji će svojim
savjetima, uputama i idejama



osigurati zanimljive i nadasve
korisne teme.
Cilj koji želimo postići je da ovaj
časopis dođe u ruke svakom
iznajmljivaču ili onome tko to
planira postati.
Svjesni smo da na našem tržištu
vlada inflacija pravih i točnih
informacija stoga misija časopisa
nije tek puko tiskanje tekstova
ili pisanje sponzorskih članaka,
već konsolidacija svih pitanja
iz sektora turizma na jednom
mjestu.
Za uspjeh je ključno pratiti
trendove, kreativno razmišljati o
novitetima na području turističke
ponude u svim segmentima
kojima suvremeni turist teži.
Nastojat ćemo vas informirati i
dati vam ključ kojim ćete otvoriti
vrata uspjeha svog poslovanja.
U četiri planirana broja
godišnje nećemo štedjeti na
informacijama, savjetima ili
rješenjima za vaše upite ili
eventualne probleme. Uključite
se aktivno u čitanje i provođenje
ponuđenih savjeta. Javite nam se
ako imate pitanja ili komentare.

Meri Čizmić Kraljević




6. KAKO PRAVILNO IZDATI RAČUN

12. Intervju Luka Kolovrat, direktor Turističke zajednice Grada Imotskog



- 36. Kako ostvariti veću dobit od prodaje smještaja?
- 40. Posjetnica – osobna karta vas i vašeg smještaja
- 42. HomeExchange.com
- 44. Namještaj po mjeri – dugotrajno rješenje za turistički smještaj
- 46. Povećajte broj posjeta uređenjem okućnice!
- 48. Agram - Euroherc osiguranje d.d.

- 3. Riječ urednika
- 10. Rane rezervacije
- 16. Pretvorite upit u rezervaciju
- 18. U Vrlici je ključ poslovnog uspjeha poslovanje s apartmanima
- 23. Lopov ide uvijek tamo gdje mu je lakše
- 28. Što je Rentlio?
- 30. Nove mobilne aplikacije
- 31. Sprječavanje širenja ilegalnog poslovanja



21. Što ako gost izgubi ključeve od smještaja?



24. Internetska stranica - DA ali kakva

- 52. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije
Joško Stella, direktor
- 55. Utjecaj turističkih zajednica na povećanje kvalitete obiteljskog smještaja
- 64. Trenutak za odmor, kutak za humor
- 65. Test - Koliki je vaš potencijal da budete uspješan iznajmljivač
- 68. Horoskop za domaćine
- 70. Zanimljivosti



32. Vaš apartman u fazama planiranja putovanja gosta



38. RAD S TURISTIČKIM AGENCIJAMA



50. VAŠA PITANJA

KAKO PRAVILNO IZDATI RAČUN

Kako pružatelji ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu trebaju pravilno ispisati račun, kada ga trebaju izdati i kome. Odgovor na ovo pitanje ovisi o tome posluje li iznajmljivač s turističkom agencijom, stranim portalima ili direktno s gostima.



Iz Zakona o ugostiteljstvu

Izdati gostu čitljiv i točan račun s naznačenom vrstom, količinom i cijenom, odnosno odobrenim popustom pruženih usluga za svaku pruženu uslugu, osim ako račun za usluge pružene gostu izdaje turistička agencija.

Iznos računa uvijek mora biti izražen u službenoj valuti – kunama.

Ako uz iznos u kunama napišete i iznos u eurima, niste u prekršaju.

Ako ste gostu odobrili popust, to mora biti iskazano na računu. Popust mora biti iskazan u kunama.

Iznajmljivač je gostu dužan izdati točan račun s naznačenom vrstom, količinom i cijenom, odnosno odobrenim popustom pruženih usluga za svaku pruženu uslugu, osim ako račun za usluge pružene gostu izdaje turistička agencija.

Svi računi upisuju se u knjigu Evidencija prometa koju je potrebno čuvati dvije godine. Iz Zakona o ugostiteljstvu: (1) Novčanom kaznom od 2.000,00 do 15.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj iznajmljivač ako: - ne izda gostu račun s naznačenom vrstom, količinom i cijenom, odnosno odobrenim popustom, pruženih usluga za svaku pruženu uslugu (članak 31. stavak 1. točka 4.)

Ako iznajmljivač izdaje račun gostu, račun mora sadržavati:

1. mjesto izdavanja, broj računa, datum izdavanja računa
2. ime (naziv), adresu i OIB iznajmljivača
3. podaci o primatelju usluge (ime i prezime ili naziv)
4. vrstu i količinu proizvoda i usluga koje ste pružili/prodali
5. cijenu usluga i proizvoda koje ste pružili/prodali
6. iznos PDV-a ako ste u sustavu PDV-a
7. iznos popusta ako ste gostu dali popust na usluge
8. ukupan iznos koji je potrebno platiti
9. naznaku da je boravišna pristojba uključena u cijenu ako ste „paušalac“

Izgled računa nije propisan, važno je samo da sadrži sve navedene elemente. Račun se može pisati ručno u bloku Račun koji možete kupiti u Narodnim novinama ili knjižarama. Nemojte trgati račune iz bloka ako ste pogriješili, radije ih stornirajte. Račun se ispisuje u dva primjerka. Možete sami kreirati račun na računalu te ga isprintati ako ste ga pisali u Wordu, Excelu ili nekom sličnom programu. Danas postoje mnogi programi za male iznajmljivače koji sadrže gotove predloške računa.

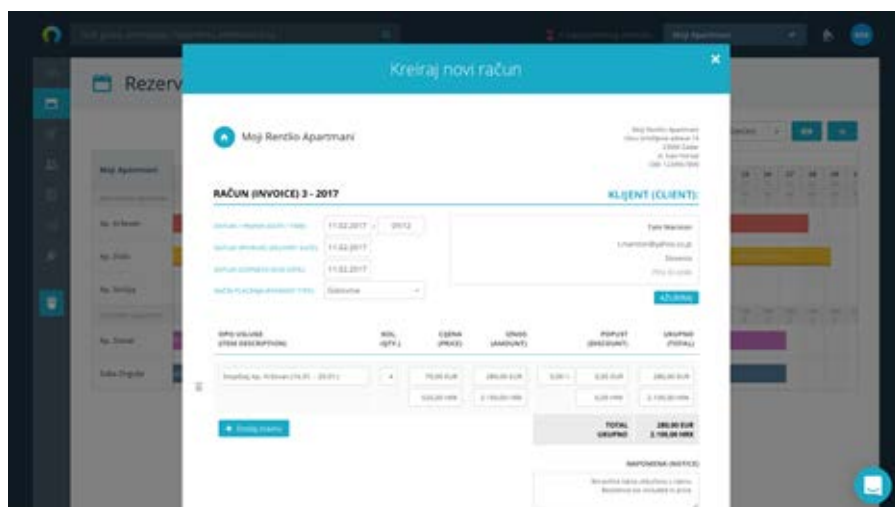
Cijena na računu i na cjeniku mora biti jednaka

Iznos koji napišete na računu ne smije biti veći od cijena koje su istaknute na cjeniku.

Naplaćeni iznos može biti manji od onog koji je na cjeniku. U tom slučaju na računu morate „objasniti“ zašto je iznos umanjen.

Ako ste vašem gostu odobrili popust od 100,00 kn tada ćete napisati cijenu koja je na cjeniku. Navest ćete odobreni popust od 100,00 kn te će ukupan iznos za naplatu biti umanjen za 100,00 kn od iznosa koji je istaknut na cjeniku.

Ako se račun uvećava zbog neke dodatno pružene usluge, gost mora unaprijed biti upoznat da mu se dodatna usluga posebno





naplaćuje (npr. dovođenje psa, dodatni krevet, manje od tri noćenja i sl.). Takve dodatne usluge moraju se istaknuti u cjeniku.

Izdavanje računa kada poslujemo s turističkom agencijom

Ako iznajmljivač posluje s turističkom agencijom, izdaje račun ovisno o tome što stoji u ugovoru koji je s njom potpisao.

Ovisno o tome što piše u ugovoru, možete izdati račun agenciji i u tom slučaju niste obvezni gostu ispostaviti račun. To radi agencija u vaše ime.

Najčešće agencije rade „u vaše ime“ i „za vaš račun“. U ovom slučaju turistička agencija ispostavlja račun gostu, vi ne ispostavljate račun ni gostu ni turističkoj agenciji. Agencija vama za vašu evidenciju prosljeđuje kopiju računa koji je ispostavila gostu.

Možete i vi izdati račun gostu koji je došao putem agencije, ako je tako ugovoreno.

Kad radite s turističkom agencijom (koja ima sjedište u Republici Hrvatskoj), računajte na to da agencija možda posluje u sustavu PDV-a pa će u tom slučaju dodati PDV na svoju proviziju. Može se dogoditi da je provizija agencije 20% + PDV, ili može u proviziju od 20% biti uključen PDV. Kako biste što bolje definirali cijenu svoje smještajne jedinice, morate znati točno koliki je iznos provizije.

U knjigu Evidencija prometa uvijek se upisuje iznos koji je na računu. Ako poslujete s turističkim agencijama, npr. ako agencija radi u „vaše ime“ i za „vaš račun“, na računu je iskazan puni iznos koji uključuje i agencijsku proviziju i taj iznos koji je na računu upisujete u knjigu Evidencija prometa.

Moguće je da ćete zbog agencijske provizije brže doći do prihoda od 230.000,00 kn i ući u sustav PDV-a. Osim toga, kao pružatelj ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu, kao fizička osoba, ne vodite poslovne knjige te vam se ne računa dobit tj. ne priznaju vam se troškovi, odnosno rashodi. Agencijska provizija je u ovom slučaju vaš rashod ili trošak. Troškovi vam se priznaju jedino u slučaju da vodite poslovne knjige (obrti, tvrtke).

Račun se ispostavlja po isporučenoj usluzi.

Izdavanje računa kada poslujemo s inozemnim portalom, rezervacijskim sustavom,...

Kod poslovanja sa stranim agencijama koje obavljaju usluge posredovanja, portalima, kao što je npr. Booking.com ili Airbnb i sl. kako iznajmljivač izdaje račun ovisi o ugovoru s pojedinim portalom.

Npr. kod portala Booking.com, ako iznajmljivač naplaćuje gostu uslugu smještaja, on mu izdaje račun. U knjigu evidencije prometa upisujete puni iznos računa koji je naplaćen gostu, iako taj iznos sadrži proviziju koju kao iznajmljivač plaćate u ovom slučaju portalu Booking.com.

Izvadak iz ugovora s portalom Booking.com:

4.4.9 Smještajni objekt će gostu izdati račun samo (i na prvi njegov zahtjev izdat će Gostu račun) za cjelokupni iznos rezervacije (uključujući i (u skladu s primjenjivim zakonom) sve primjenjive poreze, dodatke i pristojbe). Smještajni objekt neće Booking.com-u izdati račun (ili mu poslati račun) za rezervaciju ili boravak. Nijedna odredba u ovom Ugovoru ne može se tumačiti i ne upućuje na to da Booking.com djeluje kao prodavač ili (ponovni) distributer smještajne jedinice.

Ako iznajmljivač ima ugovor s portalom Booking.com po kojem Booking.com sve naplaćuje gostu, Booking.com ne izdaje gostu račun. Iznajmljivač na svoj bankovni račun dobije iznos umanjen za njihovu proviziju i račun za tu istu proviziju. Iznajmljivač je dužan gostu izdati račun na ugovoreni iznos u koji je uključena i provizija portala Booking.com. Iznos na računu upisuje se u knjigu Evidencija prometa.

Ovisno o vašim pitanjima i prijedlozima u sljedećim brojevima obradit ćemo teme: PDV, boravišna pristojba, uvjeti kategorizacije i sl.

Rane rezervacije - sreća ili zabluda?

Apartmani, kuće za odmor, sobe,... posebno oni objekti bliže moru počinju prve rezervacije dobivati već najesen, dok su gosti još u apartmanima. Oko Nove godine broj rezervacija se znatno povećava. Nakon Nove godine ovisno o trendovima, događanjima u svijetu i sl. slijede intervali primitka rezervacija, ali moguće je i otkazivanje.

Iskustva iz 2016. godine govore nam da moramo biti oprezni; mnogi su iznajmljivači već u siječnju imali gotovo popunjene kapacitete, da bi u ožujku bile gotovo sve rezervacije otkazane pa tako redom sve do sezone. Neki su promijenili i po tri grupe rezervacija gostiju. Jedan gost je rezervirao pa otkazao, zatim je drugi rezervirao pa otkazao da bi tek treći rezervirao i došao.

Znači li to da se ranim rezervacijama trebamo veseliti ili bi nam trebale biti draže one koje se ostvare last minute?

Bez obzira na sve, ne možemo ne biti sretni kada u prosincu, veljači, ožujku, čak i travnju imamo potvrđenu rezervaciju. Ovakve rezervacije nam najavljuju uspješnu sezonu. Ipak ne možemo se u potpunosti opustiti.

Da bismo umanjili rizik od otkazivanja ranih rezervacija, potrebno je obratiti pažnju na sljedeće:

AKONTACIJA

Potvrđena rezervacija, ako za nju nije uplaćena akontacija, može uvijek biti otkazana, posebno ako se radi o izravnom bookingu. Stoga u komunikaciji s gostom, već kod odgovora na upit potrebno je navesti iznos akontacije i napomenu da rezervacija nije važeća do uplate akontacije.

Neki iznajmljivači izbjegavaju tražiti akontaciju jer misle da će time odbiti gosta.

Praksa je pokazala da poneki gosti odustaju od rezervacije nakon što im iznajmljivač traži akontaciju. Ako vam se tako što dogodi, nemojte žaliti za takvim gostima. Gost koji nije spreman platiti akontaciju, nije siguran da će doći u vaš objekt. Zato je bolje takvog gosta izgubiti odmah, dok imate dovoljno vremena da biste privukli drugoga, nego kada se to dogodi u zadnji trenutak



UVJETI OTKAZIVANJA

Uvjete otkazivanja, ako komunicirate izravno s gostom, bez posrednika, postavljate sami.

Što su uvjeti fleksibilniji, to ćete lakše privući goste. Ali previše fleksibilni uvjeti koji će privući gosta mogu negativno utjecati na vaše poslovanje. Stoga, potrebno je odrediti umjerene uvjete otkazivanja.

Besplatno otkazivanje sugerirat će vam portali na kojima ste registrirani. Budite oprezni jer besplatno otkazivanje mogu si dopustiti samo hoteli ili objekti koji imaju veći broj jedinica.

Ako postavite rok za besplatno otkazivanje od npr. 90 dana, takav uvjet odbit će gosta.

Mjesec dana do četrnaest dana rokovi su koji će biti prihvatljivi i iznajmljivaču i gostu.

Kod izravnih rezervacija, često iznajmljivač ne postavlja uvjete otkazivanja te ako dođe do otkaza rezervacije, i gost i iznajmljivač nađu se u neugodnoj situaciji. Zato se u svakom slučaju preporučuje postavljanje uvjeta otkazivanja, čak i kada radite bez posrednika. U suprotnom moguće je da će se ili gost ili iznajmljivač osjećati oštećenima.

KOMUNIKACIJA S GOSTOM

U slučaju izravnog poslovanja, rezervacija je, među ostalim, i rezultat komunikacije između gosta i iznajmljivača.

Ako poslujete s portalima, često ne dolazi do komunikacije između gosta i iznajmljivača. Gost putem sustava rezervira vaš apartman, dobije sve potrebne informacije od portala, najčešće je to sve automatska pošta. Ako gost želi otkazati rezervaciju to će vrlo jednostavno napraviti u skladu s uvjetima portala.

Nakon što dobijete rezervaciju gosta koji je vaš apartman rezervirao preko nekog od portala s kojim surađujete, iako to nije vaša obveza, kontaktirajte ga. Zahvalite gostu na rezervaciji, pitajte ga treba li dodatne informacije, pošaljite mu neku informaciju koju nije mogao dobiti na drugom mjestu,...

Na ovaj način stvara se poseban odnos s gostom te manja je mogućnost da on otkaže svoju rezervaciju bez posebnog razloga.

Praksa je pokazala da nažalost neki gosti rezerviraju u istim terminima nekoliko apartmana te u zadnji trenutak prije isteka besplatnog otkazivanja (onoliko koliko uvjeti otkazivanja dopuštaju) otkazuju rezervacije za sve apartmane osim jednog. Ako je vaš gost jedan od takvih, komunikacija s vama uvjerit će ga da je vaš objekt najbolja opcija za njega ili će mnogo prije otkazati rezervaciju. Otkazivanje rezervacije, naravno, nije najbolje rješenje, ali je svakako bolje od otkazivanja u zadnji trenutak.

OSIGURANJE OD NEDOLASKA

Akontacija ne pruža stopostotnu sigurnost da će vaš gost doći. U najlošijoj su situaciji iznajmljivači koji rade bez posrednika. Ako ste rezervaciju dogovorili izravno s gostom, bez posredovanja portala ili agencije, te tražili ste od njega akontaciju koju vam je on uplatio, i dalje nemate garanciju njegova dolaska. Ipak, uplatom akontacije mogućnost nedolaska gosta svedena je na minimum.

Najsigurniji su oni iznajmljivači koji posluju s portalima jer u slučaju nedolaska gosta imaju mogućnost naplate punog iznosa rezervacije.



PORAST BROJA NOĆENJA VEĆI OD STO PEDESET POSTO



**Luka Kolovrat, direktor Turističke zajednice Grada Imotskog
– rekordan porast u poslovanju obiteljskog smještaja**

S direktorom Turističke zajednice Lukom Kolovratom, razgovarali smo o nevjerojatnoj protekloj sezoni na području Turističke zajednice Grada Imotskog te porastu obiteljskog smještaja i broja noćenja na tom području. Donedavno nitko nije vjerovao u Imotsku krajinu kao turističku destinaciju, danas nitko ne bilježi porast noćenja kao oni.

Jedna su od najmlađih turističkih zajednica koja djeluje od devetog

mjeseca 2006. godine. Kako su u tako kratkom vremenu ostvarili toliki uspjeh, rekao nam je njezin direktor.

Prije 10 godina u Imotskoj krajini bile su registrirane samo dvije kuće za odmor? Kakva je situacija danas?

Prošlu godinu završili smo sa 112 registriranih objekata, a do sezone 2017. trebali bismo imati oko 140 do 150 objekata.

Kakva je struktura malih iznajmljivača; domaći, stranci, vikendaši, povratnici?

Najviše je riječ o domaćim ljudima koji su svoje obiteljske kuće prilagodili tržištu, a dio kapaciteta imaju i Imočani koji žive u nekim drugim mjestima pa iznajmljuju stare obiteljske kuće.

Prije deset godina imali ste registrirano 2.000 noćenja godišnje, kako je danas?

**Prosječna
popunjenost
kuća za odmor u
Imotskoj krajini
bila je oko 11
do 12 tjedana u
sezoni 2016.**

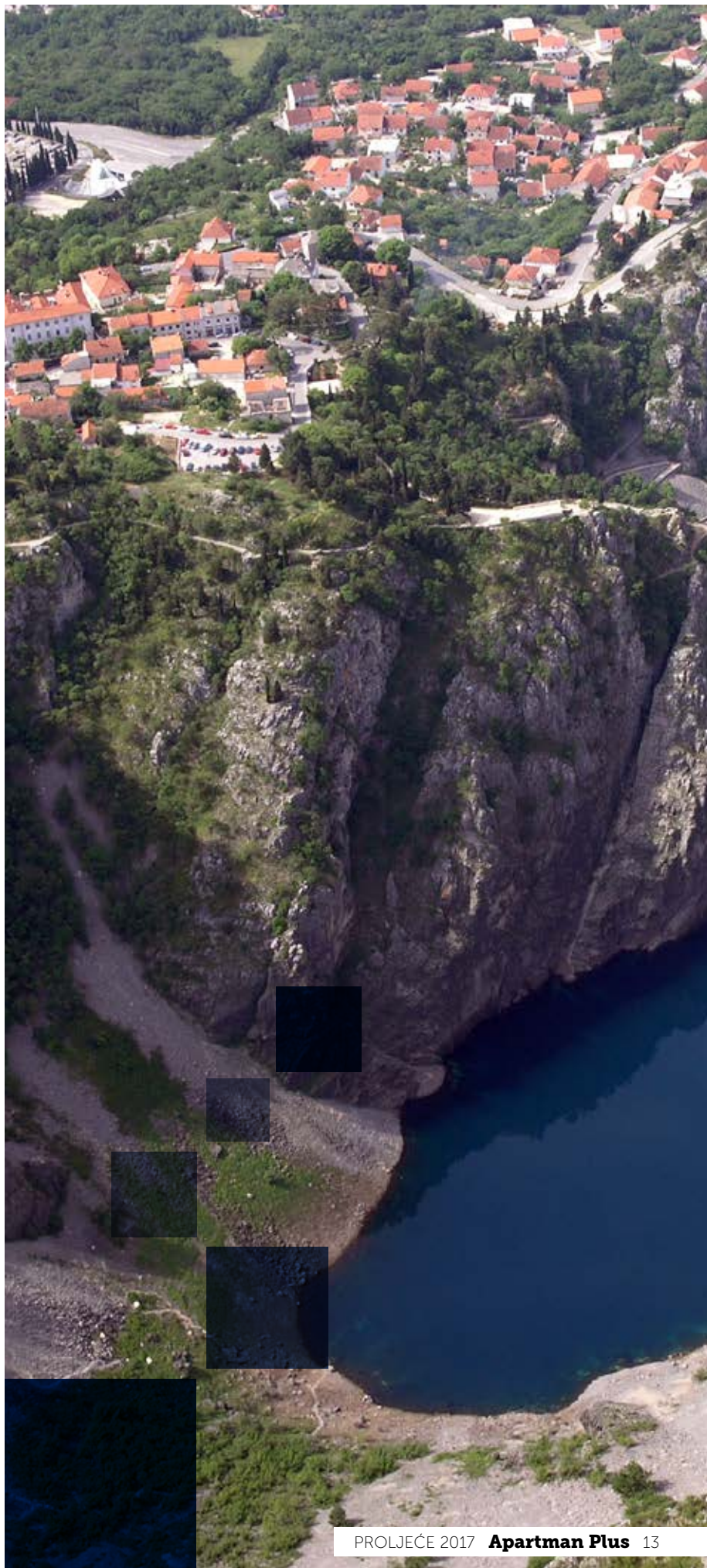
Prema podacima TZG Imotski i sustava e-Visitor, tijekom 2016. godine u 112 smještajnih objekata u Imotskoj krajini boravio je 5621 gost, a ostvareno je 47036 noćenja. To je porast od 150% u odnosu na rekordnu 2015. godinu u kojoj je ostvareno 18838 noćenja.

Najveći broj dolazaka i noćenja ostvaren je u gradu Imotskom i to 3154 dolazaka s 22797 noćenja. Najveći broj noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke (8373), Hrvatske (4264), Poljske (4077), Austrije (2140) itd.

Što se tiče naših općina, najveći broj dolazaka i noćenja imala je općina Podbablje (780 dolazaka i 8032 noćenja), zatim slijede Zmijavci (538 dolazaka i 5024 noćenja), Proložac (379 dolazaka i 4052 noćenja), Zagvozd (373 dolazaka i 3245 noćenja), Cista Provo (311 dolazaka i 2966 noćenja), Lovreć (61 dolazak i 769 noćenja) te Runovići (25 dolazaka i 151 noćenje).

Kolika je prosječna popunjenost u privatnom smještaju?

U sezoni 2016. prosječna popunjenost kuća za odmor bila je oko 11 do 12 tjedana. Imali



Mali iznajmljivači na području Imotskog investirali su u svoje smještajne kapacitete više od 5 milijuna eura.

smo i dvije kuće koje su imale popunjenost 20 tjedana što je fantastičan rezultat.

Gotovo sve kuće imaju bazen. Veliki broj potpora kojima Ministarstvo turizma sufinancira izgradnju bazena osobama koje se bave pružanjem ugostiteljskih usluga u domaćinstvu, dodjeljene su upravo vašim iznajmljivačima. Jeste li vi kao turistička zajednica sudjelovali u tome?

Ukupno su 43 iznajmljivača s područja Imotske krajine dobili navedene potpore. Mi smo im bili podrška u ispunjavanju obrazaca, savjeta i sl, a moramo tu istaknuti i Ured za gospodarstvo grada Imotskog koji je također bio na usluzi iznajmljivačima.

Na koji način unapređujete kvalitetu privatnog smještaja na području vaše turističke zajednice?

S obzirom na to da nemamo tradiciju u turizmu, odlučili smo početi od edukacija s kojima smo željeli svim zainteresiranim pružiti osnovne informacije. Ponosni smo na činjenicu da se 40-ak ljudi, koji su sudjelovali na tim prvim edukacijama, kasnije počelo baviti iznajmljivanjem. Kasnije su edukacije bile više specijalizirane, posvećene određenom segmentu kao što je ruralni turizam, imali smo i tečaj njemačkog jezika za iznajmljivače koji je plaćao HTZ i TZ, imamo predstavnike iznajmljivača u Skupštini i Turističkom vijeću itd.

Kako objašnjavate ovakav turistički bum na području svoje turističke zajednice?

Razlozi su višestruki i naše je mišljenje da treba puno toga ostvariti i poklopiti da bismo imali značajan rezultat. Od prometne infrastrukture (autocesta do Zagvozda i tunel kroz Biokovo) zahvaljujući kojoj smo sat vremena od Splita, Mostara, Međugorja, a 30 do 45 minuta od bilo kojeg mjesta na makarskoj rivijeri, pojavi velikih agencija koje su potpisivale ugovore s našim iznajmljivačima, Ministarstva turizma koje je sufinanciralo izgradnju bazena, Splitsko-dalmatinske županije kao i cijelog sustava TZ-a. Ipak, naravno, najzaslužniji su ljudi koji su odlučili investirati u ovaj oblik turizma i to više od 5 milijuna eura posljednjih nekoliko godina.

Kako zadržavate goste u Imotskom pored makarske rivijere?

Mi imamo znatno različitu strukturu gostiju od makarske rivijere, i ti gosti žele upravo

Dvije kuće za odmor imale su popunjenost od 20 tjedana.





Sjépan Tatra / Shutterstock.com

ovakav smještaj i standard. Naravno, za pola sata ili malo više mogu otići na more, do Makarske, Brela itd. Važno je napomenuti da je smještaj u Imotskom, unatoč bazenima i ostalim sadržajima, nešto (pa i osjetno) jeftiniji nego isti takav smještaj na moru.

Što možemo očekivati od Imotskog u budućnosti?

Mislim da ćemo vrlo brzo narasti na 200 kuća za odmor i 100.000 noćenja (možda i do kraja 2018.). Ono na čemu TZ još mora poraditi je bolje povezivanje svih pružatelja raznih turističkih sadržaja s našim gostima, bolje upravljanje kalendarom događanja, raditi dodatne sadržaje javne turističke infrastrukture (tvrđava, biciklističke, trekning i pješačke staze) te na promociji destinacije. Neke od tih aktivnosti odraditi ćemo već i ove godine.

Imotski je „povukao“ 10 posto ukupno odobrenih bespovratnih sredstava za izgradnju bazena iz programa Konkurentnost turističkog gospodarstva Ministarstva turizma.

Pretvorite upit u rezervaciju

Da bismo dobili jednu rezervaciju, potrebno je odgovoriti na veći broj upita. Ako što prije odgovorimo na upit, veća je mogućnost da ćemo ga pretvoriti u rezervaciju. Nismo uvijek u mogućnosti odgovoriti odmah i uz to odgovoriti kvalitetno. Zato izradite predložak odgovora na upit koji će sadržavati podatke o vašem smještaju i biti lijepo dizajniran.

Važno je da u predlošku stoji ime vašeg objekta i podaci za kontakt, moguće je da je gost poslao upit na više adresa pa ne zna tko mu je odgovorio.

Ovakav predložak mora na gosta ostaviti dojam profesionalnosti, ali i topline u isto vrijeme. Gost od obiteljskog smještaja očekuje personalizirani pristup, stoga imajte to na umu pri izradi predloška.

U odgovoru na upit, i predlošku ako ga imate, trebalo bi biti navedeno: ime i prezime gosta, opis usluge (npr. smještaj), broj gostiju, izračun cijene, istaknuto npr. „boravišna pristojba je uključena u cijenu“, uvjeti otkaza rezervacije, vrijeme prijave/odjave i dodatne napomene.

U komunikaciji s gostom važno je s njim uspostaviti odnos povjerenja, da mu pružite što više informacija, tj. da na njega ostavite dojam da ćete mu biti na usluzi za vrijeme njegova boravka. To kod gosta stvara osjećaj sigurnosti. S obzirom na to da se radi o obiteljskom smještaju, a ne o hotelu, ovaj dojam gosta presudan je za potvrdu rezervacije.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Poštovani g. Smith,
ovim putem Vam želim zahvaliti što ste odabrali naš objekt kao mjesto Vašeg odmora.

Možemo vam ponuditi sljedeće:

Apartman:	Datum:	Broj osoba:	Cijena:	Broj dana:	Total:
B4	20.08. - 27.08.2017.	4	70 eur	7	490 eur

Avans:	Total:
20%	98 eur

Cijena uključuje: boravišnu pristojbu, internet, parking, posteljinu i finalno čišćenje.

Rezervacija je važeća nakon uplate avansa.
U slučaju otkazivanja do 60 dana prije dolaska, avans u potpunosti vraćamo.

Prijava u apartmanu je iza 14.00 sati na dan dolaska, odjava je do 10.00 sati na dan odlaska.

Veselimo se Vašem dolasku te Vas srdačno pozdravljamo!

Marija Marić, vlasnica objekta
Apartmani Mare
Zadar, Hrvatska

www.apartment-mare.hr

Primjeri predloška na 6 jezika



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Sehr geehrter Herr Mustermann,
Wir möchten uns hiermit dafür bedanken, dass Sie unser Objekt als Unterkunft während Ihres Urlaubs gewählt haben.

Wir können Ihnen Folgendes anbieten:

Apartment:	Datum:	Anzahl der Personen:	Preis:	Anzahl der Tage:	Gesamt:
B4	20.08. - 27.08.2017.	4	70 Euro	7	490 Euro
				Anzahlung:	Gesamt:
				20%	98 Euro

Der Preis beinhaltet: Aufenthaltstaxe, Internet, Parkplatz, Bettwäsche und Endreinigung.

Die Reservierung ist nach Einzahlung der Anzahlung gültig.
Falls Sie bis zu 60 Tage vor der Ankunft absagen, erstatten wir die Anzahlung in voller Höhe.

Check-in ist nach 14:00 Uhr am Tag der Ankunft, Check-out bis 10:00 Uhr am Tag der Abreise.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch und grüßen Sie freundlich!

Marija Marić, Inhaberin des Objekts
Apartmani Mare
Zadar, Kroatien

www.apartment-mare.hr



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Dear Mr. Smith,
I am writing to thank you for choosing our accommodation facility as your h

We provide the following:

Apartment:	Date:	Persons:	Rate:
B4	August, 20 th - August 27 th , 2017	4	70 Euro
			Advance pay:
			20%

Also included in the price:
tourist tax, internet connection, parking space, linen and the cleaning set

Your reservation is considered valid once you deposit your advance pay
in the event of cancellation within 60 days prior to your arrival, the adv

The check-in time is after 2 PM on the day of your arrival, the check-out
of your leave.

We are looking forward to hosting you.

Kind regards,
Marija Marić, the owner of
Apartmani Mare
Zadar, Croatia

www.apartment-mare.hr



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Gentile sig. Smith,
Desidero in primo luogo ringraziarLe per aver scelto noi per le Sue vacanze.

Possiamo offrirLe quanto segue:

Appartamento:	Data:	Numero di persone:	Prezzo:	Numero di
B4	20.08 - 27.08.2017.	4	70 euro	7
				Anticipo:
				20%

Incluso nel prezzo: tassa di soggiorno, connessione Internet, parcheggio,
servizio biancheria e pulizia finale.

La prenotazione è valida dopo il versamento dell'anticipo.
Nel caso di cancellazione entro i 60 giorni prima dell'arrivo,
l'anticipo verrà interamente rimborsato.

Il check-in è previsto dopo le ore 14 il giorno dell'arrivo;
check out entro le ore 10 il giorno della partenza.

Siamo lieti di poterVi ospitare e Vi salutiamo cordialmente.

Marija Marić, proprietaria di
Apartmani Mare
Zadar, Croazia

www.apartment-mare.hr



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Monsieur Smith,
de cette manière nous voudrions vous remercier d'avoir choisi notre
lieu de vos vacances.

Nous pouvons vous offrir ce qui suit:

Appartement:	Date:	Nombre de personnes:	Prix:	Nombre
B4	du 20.08.2017. au 27.08.2017.	4	70 euros	7
				Acompte:
				20%

Le prix comprend: taxe de séjour, internet, parking, linage et le nettoyage final.
La réservation est valable après le paiement anticipé.
En cas d'annulation jusqu'à 60 jours avant l'arrivée, l'acompte sera intégralement re

L'inscription dans l'appartement est après 14h00 au jour de l'arrivée, le départ jusqu'au
jour du départ.

Nous serons heureux de vous voir et soyez bienvenus!

Marija Marić, la propriétaire de l'immeuble
Apartmani Mare
Zadar, Croatie

www.apartment-mare.hr



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Spoštovani g. Smith,
po tej poti se Vam želim zahvaliti, da ste izbrali naš objekt kot mest

Lahko vam ponudimo naslednje:

Apartment:	Datum:	Število oseb:	Cena:
B4	20.08. - 27.08.2017.	4	70 EUR
			Acompte:
			20%

V ceno je vključena: turistična taksa, internet, parkirišče, pos

Rezervacija je veljavna po vplačilu predplačila.

V primeru odpovedi do 60 dni pred prihodom, predplačilo v

Prijava v apartmaju je po 14. uri na dan prihoda, odjava do

Veselim se Vašega prihoda in vas lepo pozdravljamo!

Marija Marić, lastnica objekta
Apartmani Mare
Zadar, Hrvaška

www.apartment-mare.hr

Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr
Splitska Banka d.d Societe Generale, Poslovnica Luka, Brodska 56, 23000 Zadar
IBAN HR 65789377832, SWIFT ADRESA (BIC) SOGEHR88

Estimado Señor Smith,
de esta manera queremos darle las gracias por haber elegido nuestro alojamiento como
lugar de sus vacaciones.

Podemos ofrecerle lo siguiente:

Apartamento:	Fecha:	Número de personas:	Precio:	Número de días:	Total:
B4	del 08.27.2017 al 20.08.2017	4	70 euros	7	490 euros
				Anticipo:	Total:
				20%	98 euros

El precio incluye: el impuesto de turismo, internet, estacionamiento,
ropa de cama y limpieza final.

La reservación es válida después del pago de anticipo.
En el caso de cancelación hasta 60 días antes de la llegada, el pago anticipado será reembolsado
en su totalidad.

La inscripción en el apartamento es después de las 14:00 al día de llegada,
el registro de salida hasta las 10:00 del día de salida.

Esperando con alegría su llegada, os damos la bienvenida.

Marija Marić, la propietaria del apartamento
Apartmani Mare
Zadar, Croacia

www.apartment-mare.hr

Prijevod:
Montanense d.o.o.
tumači i prevoditelji
info@montanense.com
www.montanense.com



U Vrlici je ključ poslovnog uspjeha poslovanje s apartmanima

Neočekivani uspjeh apartmana u Vrlici ili kako je skromna umirovljenica postala uspješna iznajmljivačica čiji su rezultati znatno iznad onih koji imaju luksuzni apartman uz more.

Kad je gospođa Cvita, po struci cvjećarka, otišla u mirovinu, preselila se iz Splita u rodnu Vrliku. Obiteljsku kuću koja se koristila vikendima, blagdanima i praznicima, obnovila je i nadogradila. U prekrasnom ambijentu s pogledom na Peručko jezero život je bio znatno ugodniji i kvalitetniji nego u gradu. Gospođa Cvita, majka troje djece, udovica, posadila je ukrasno cvijeće, izgradila ukrasnu fontanu, posadila rajčice, paprike, tikvice, voće, radila domaće likere, sokove, marmelade, kompoti, ... Kad bi ju posjetili u njezinom novom starom domu, njezinim prijateljima postalo je jasno zašto je „pobjegla“ na selo. Brojne pohvale njezinih poznanika i prijatelja, sve češći medijski napisi o uspjehu kuća za odmor u svim krajevima Hrvatske naveli su gospođu Cvitu da počne razmišljati o turizmu. Kad je svoje ideje prezentirala svojim prijateljima, od kojih su mnogi imali apartmane uz more, gledali

Ne govorim strane jezike, ali imam Google prevoditelja.

su je u čudu. Turizam u Vrlici, i još apartmani?! Mnogi od njih jedva napune svoje apartmane uz more, u srcu sezone. Ideja da će ona popuniti svoje apartmane izgledala im je sve samo ne izvediva.

Iako su joj predvidjeli siguran poduzetnički neuspjeh, ovu hrabru vizionarku to nije obeshrabrilo.


Kuću je podijelila u tri jedinice: jedan stan u kojem živi, jedan apartman za šest osoba i jedan studio-apartman za dvije do četiri osobe. Kupila je nov namještaj, posteljinu, televizije, klima-uređaje, Wi-Fi. Kada je ideju prezentirala direktorici Turističke zajednice Vrlike, Dijani Maras, ona je odmah

prepoznala Cvitin potencijal, a u turistički potencijal svog kraja nikad nije ni sumnjala. Zajedno su prošle prve korake.

Gospođa Cvita, iako do sada nije imala prilike raditi na računalu, ubrzo je kupila laptop, naučila njime rukovati, brzo je pronašla informacije gdje se i kako oglašavati. Uskoro se našla na najboljim turističkim portalima i prve rezervacije su počele stizati, zatim i prvi gosti.

Malo je reći da su gosti bili oduševljeni lijepim smještajem, prekrasnim pogledom na jezero,

Nakon samo dvije godine poslovanja, proširila sam kapacitete tako da od početne tri, sad imam četiri jedinice: dva apartmana i dva studio-apartmana.



Mnogi gosti, oduševljeni vrličkim uštipcima, često traže od gospođe Cvite recept. Podijelila ga je i s nama:

CVITINI VRLIČIKI UŠTIPCI

1 kg brašna
sol
vanilin-šećer
malo toplog mlijeka i vode

Sve to mikserom dobro istući da bude gusta smjesa, dodati 5 jaja i dobro izmiješati.

Tijesto je gušće od tijesta za palačinke. Zagrije se mast ili ulje i smjesa se izljevava, kad uštipci porumene, okrenu se i serviraju s domaćom marmeladom i sirom.

Domaće rajčice, paprike, tikvice i uštipci s marmeladom i sirom kao dodatna ponuda.

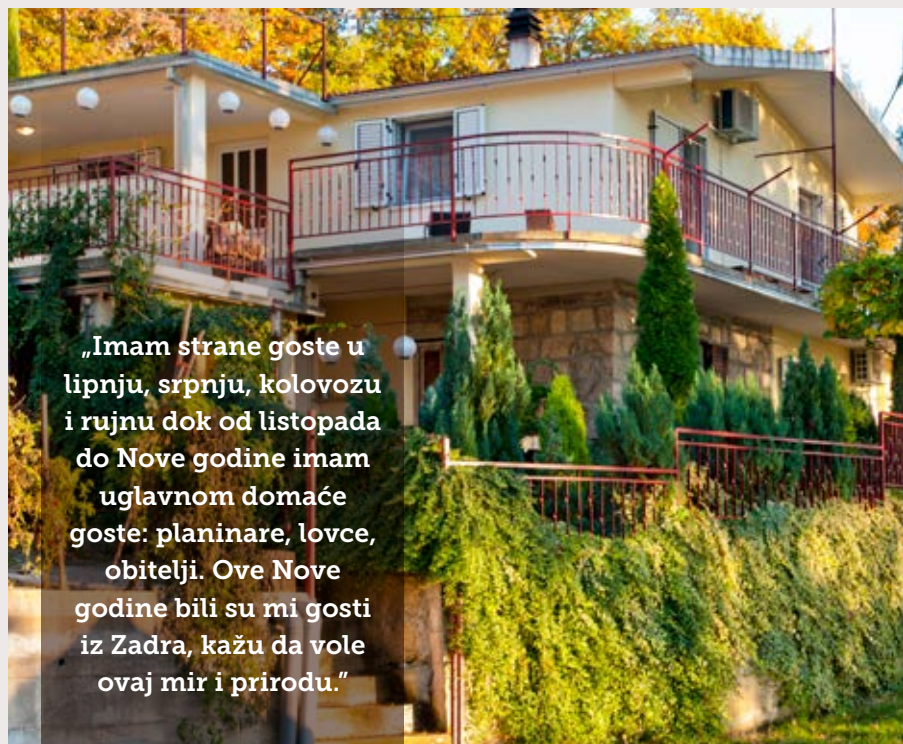
ambijentom, okućnicom, terasama. Organski vrt gospođe Cvite je na raspolaganju njezinim gostima. Branje rajčica, tikvica, paprika je za mnoge goste novo iskustvo. Ako tome dodamo domaće likere, džemove i čuvene vrličke uštipe koje domaćica nudi svojim gostima jasno nam je zašto se njezini gosti vraćaju, zašto je preporučuju svojim prijateljima i zašto je od samog početka imala odlične komentare gostiju.

Iako je bila zadovoljna poslovanjem, znala je da može još više, vjerovala je u potencijal svog kraja i svog objekta. Da potencijal postoji znala je i

Uz trešnje, grožđe, šljive koje sam u početku imala, prošle godine zasadila sam voćnjak s 80 stabala. Kod mene je sve ekološki.

direktorica Turističke zajednice koja je za gospođu Cvitu i ostale iznajmljivače organizirala edukacije o osnovama poslovanja u obiteljskom smještaju. Nakon toga organizirali su i individualna savjetovanja, na terenu, koje je provodilo Savjetovalište za obiteljski smještaj „Interligo“ iz Splita. Gospođa Cvita je odmah shvatila što je to što mora napraviti da bi bila uspješnija.

Turistička zajednica mi ne šalje goste, ali me naučila kako ću ih ja sama dovesti.

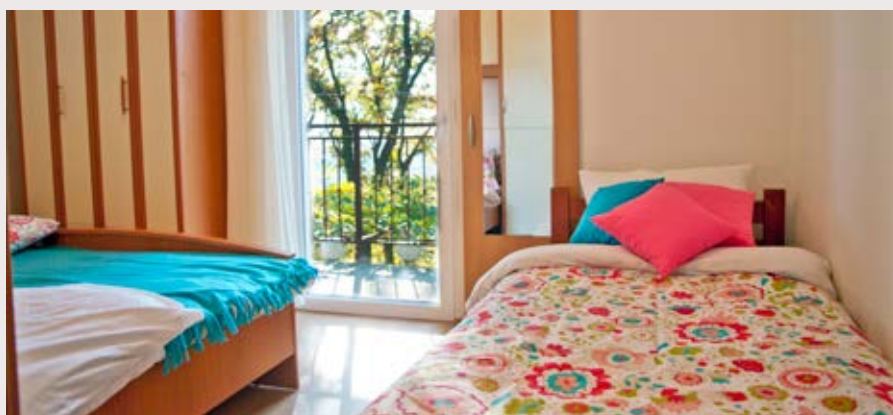


Svoje apartmane dekorirala je u skladu s novim trendovima, napravila je nove fotografije, prijavila se na dodatne kanale oglašavanja. Znala je što sve mora napraviti na pojedinom portalu da bude uspješna, pobrinula se oko svojih recenzija te poslušala brojne druge savjete.

“Imam goste gotovo čitavu godinu, iako se dogodi da od Nove godine do ožujka nema nikoga, ali nikad se ne zna.”

Broj rezervacija se povećao, sezona se produžila, počeli su pristizati gosti i izvan sezone. Početkom 2016. godine, u zimskim mjesecima gospođa Cvita imala je prve goste. Ni proljeće nije bilo loše, a ljetno je kao i u čitavoj Hrvatskoj bilo rekordno. Među njezinim gostima našla se i poznata kanadska glumica čiji nam identitet gospođa Cvita nije htjela odati. Odala nam je samo to da je u njenom apartmanu boravila gotovo dva mjeseca i to od sredine travnja do početka lipnja.

Gospođa Cvita nam je pokazala kako daleko od mora, daleko od razvikanih atrakcija, apartmani u kući bez bazena u destinaciji koja nije medijski eksponirana, bez poslovanja s turističkom agencijom mogu biti uspješni i da godine, nedostatak iskustva, znanja u području turizma nisu prepreka. Tajna je u usvajanju novih znanja, vještina, prezentaciji, praćenju trendova, ljubaznosti, viziji. Da je gospođa Cvita otkrila tajnu poslovanja, najbolje govori 57 recenzija na portalu Booking.com i ocjena 9,5. Mislim da se time ne mogu pohvaliti ni njezini prijatelji koji imaju apartmane uz more, s početka ove priče.



Apartments Cvitini Dvori Garjak

★★★★ **genius** 10%

Garjak (BA), 21236 Wilka, Hrvatska – **Odlitna lokacija - pokaži kartu**

Izuzetan 9,5 /10
Ocjena se temelji na 57 recenzija

Everything I Calm, quiet, beautiful house not far to the lake and nice walking in the nature. And, most of all, the welcoming of our host full of attention and always ...

Julie, Francuska

Osoblje **10**

Prikaži svih 45 fotografija

Što ako gost izgubi ključeve od smještajnog objekta?



Situacije s izgubljenim ključevima su rijetke, no moguće su i treba svakako unaprijed odlučiti što činiti u takvom slučaju.

**Iznajmljivač
bi trebao imati
minimalno 3
kopije ključa od
svake smještajne
jedinice**

Iznajmljivač bi trebao imati najmanje 3 kopije ključa od svake smještajne jedinice. Jedan koji ide gostima, drugi koji ide vlasniku, treći rezervni u slučaju gubitka ključa.

S obzirom na to da je riječ o određenom, ponekad nemalom, trošku za iznajmljivača, jedini je izlaz to i naplatiti gostu. No, smije li to uopće domaćin naplatiti? Pitanje smo postavili Ministarstvu turizma i dobili smo odgovor da domaćin smije naplatiti naknadu za gubitak ključeva, "ali da je obavezan gostu

unaprijed dati informaciju o načinu prijave i iznosu koji je gost dužan platiti za izgubljeni ključ te mu izdati račun za izvršenu naplatu za izgubljeni ključ. Ali, hoće li iznajmljivač naplaćivati gubitak ključeva ili ne ovisi o njegovoj poslovnoj odluci".

Ovime je sve rečeno. Mnogi to zaborave predvidjeti u svom poslovanju i reagiraju tek po nastanku događaja. No, tada je prekasno i reakcija može biti ljutnja, zbunjenost i nervoza domaćina. To je nešto što si domaćin ne smije priuštiti, to gost ne smije primijetiti. Uostalom gost ključeve nije izgubio namjerno. Zato je preporučljivo ovakvu situaciju predvidjeti i odmah odlučiti što u takvoj situaciji učiniti. Ako imamo jednostavne brave s jednostavnim ključevima za koje izrada ključa nije skupa, možda je najbolje ne teretiti gosta za to. Mali je to trošak, a na gosta bi to moglo ostaviti dobar utisak ako mu se ništa posebno ne naplati. Na domaćinu je da to sam

procijeni i odluči. S druge strane, ako želite gotovo u potpunosti umanjiti mogućnost gubitka ključeva, možda Vam pomogne tzv. Centrala za izgubljene ključeve (više pročitajte na www.brzonadji.com). Ispostavite račun gostu, ali prethodno trebate navesti cijenu u cjeniku!

Domaćin dakle ima pravo naplatiti gubitak ključa jer je to u domeni poslovanja u ugostiteljstvu. I mora za primljenu uplatu izdati račun.

**Svakako
treba naplatu
izgubljenih
ključeva prethodno
navesti u
službenom
cjeniku**

Stavka u računu se može zvati primjerice: „Naknada za gubitak ključeva“.

Smatramo da osim točnog troška, iznajmljivač smije i malo podići cijenu u kontekstu učinjene štete. Svakako treba naplatu izgubljenih ključeva prethodno navesti u službenom cjeniku, dodatno se može informacija navesti i u kućnom redu. Nije loše informirati gosta o tome u pismu dobrodošlice, a obavezno i u ugovoru s eventualnom putničkom agencijom i na samoj internetskoj stranici smještaja, kako bi gost kod samog dolaska u smještaj bio već upoznat s time. Ako ste obveznik PDV-a, potrebno je izraziti cijenu s PDV-om.

a stvar je vrlo jednostavna. Nemojte pokazivati paniku, a posebice nemojte izražavati agresiju, srditost ili ljutnju prema gostu. Svaki dobar bravar može riješiti problem s bravom, nijedna brava nije nerješiv problem. Isto kao i kod gubitka ključeva, provjerite koliko će koštati popravak takve štete i jednostavno to naplatite gostu. Pripremite si već sada telefonski broj bravara za hitne slučajeve. Gostu izdajte račun s naznakom primjerice "naknada za štetu u smještaju" ili nešto slično. Po kojem je Zakonu gost odgovoran za ovakvu štetu? Uzanca 30. Posebnih uzanci za ugostiteljstvo („Narodne novine“, broj 16/95 i 108/96), između

ostalog uređuje, da gost odgovara za štetu u prostorijama koje su mu stavljene na raspolaganje, kao i za nestanak i oštećenje uređaja, opreme i inventara u tim prostorijama, što su nastali njegovom krivnjom, krivnjom osoba za koje gost odgovara i krivnjom osoba koje ga posjete.

Piše: Kruno Pekas
www.klub-iznajmljivaca.com



Nemojte pokazivati paniku, a posebice nemojte izražavati agresiju, srditost ili ljutnju prema gostu

Dobro je paziti da se s cijenom ne pretjera. Situacija kad domaćin ne treba ispostavljati račun. Druga je mogućnost da domaćin eventualno da izraditi novi ključ za vrijeme boravka gosta i pokaže mu račun s točnim iznosom troška izrade kako bi mu gost refundirao točno taj iznos. Vjerujemo kako ovo nije protivno zakonu i kako u tom slučaju nema potrebe izdavati račun. Što kad se uništi brava ili pukne ključ u bravi ili pak gosti ostave ključ s unutarnje strane te moramo zvati bravara? I gost i vlasnik bi mogli panično biti zabrinuti u takvoj situaciji,

Lineaflex
odmor iz snova

MADRACI, KREKETI OD PUNOG DRVA,
PODNIČICE, OPREMA ZA KREKETE

poseban popust
za iznajmljivače

www.lineaflex.hr

POVOLJNE CIJENE I BRZA ISPORUKA NA PODRUČJU
CIJELE HRVATSKE I NA VEĆINU OTOKA

maloprodaja - Avenija Dubrovnik 15, Zagrebački Velesajam
skladište - Jadranska avenija bb (Sveučilišna bolnica), 10000 ZAGREB
mob. 099 6535 574, 091 786 0026 tel. 01 6535 008 e-mail: madraci@lineaflex.hr

LOPOV IDE UVIJEK TAMO GDJE MU JE LAKŠE

Gosti koji se osjećaju sigurno bezbrižni su gosti. Omogućite im da odaberu Vaš smještaj kako bi u njemu sa svojom obitelji uživali i postali ambasadori preporuka upravo Vas i Vašeg smještaja za još bolju i uspješniju sljedeću sezonu!



Skrenite pažnju potencijalnim gostima na **SIGURNOST** Vašeg smještaja. Naglasite kako koristite tehnologiju koja o tome brine automatski, a u isto vrijeme neupadljivo. Jednostavni, žičani ili bežični videonadzor i alarmni sustavi danas već po izuzetno pristupačnim cijenama najbolje su rješenje protiv provala i krađa. Gosti su zadovoljniji kad znaju da se cijelo vrijeme snima pristup objektu, parking, spremišta s njihovim vrijednim biciklima kao kada znaju da se u apartmanima nalazi jednostavan alarmni sustav

koji ODMAH i na mobitel javlja nepoželjni ulaz te tako štiti njihovu i Vašu imovinu. Koristeći ova rješenja zaštite svojih smještajnih objekata, dobivate određene benefite i popuste kod osiguranja. Maknuli ste svoju odgovornost, ali i pomažete povećanju sigurnosti gosta te cjelokupne zajednice.

Iz toga jednostavno proizlazi i **KOMFOR**. Kako podići razinu komfora i kvalitetu usluge smještaja? KAKO današnju

tehnologiju što kvalitetnije iskoristiti u svom poslovanju? Zašto mnogi gosti ne mare i ostavljaju uključen klima-uređaj i ostala trošila po cijeli dan dok su odsutni, a Vama stvaraju nepotrebne troškove?

Odgovor je jednostavan. Gosti žele biti bezbrižni, žele komfor, ne žele se opterećivati niti razmišljati jer ruku na srce to je Vaša briga kao vlasnika.

Ali ni Vi ne morate razmišljati i brinuti jesu li Vaši gosti ostavili u apartmanu uključen klima-uređaj ili otvorene prozore! Klimazone je proizvod koji automatski isključuje klimu kod otvaranja prozora i vrata terase ili balkona, kao i nakon izlaska gosta iz apartmana. Kad se gost vrati ponovo se uključuje. Klimazone omogućuje **UŠTEDE** potrošnje energije i znatno smanjuje troškove – za privatne iznajmljivače, hotele i kampove! Tako smanjujete troškove i povećavate dobit poslovanja, postajete poželjniji smještaj, a istovremeno i profitabilniji!

Autor teksta:
Sonja Vranešić,
IN CONTROL – Direktor
M 091-2323-011
E info@incontrol.hr



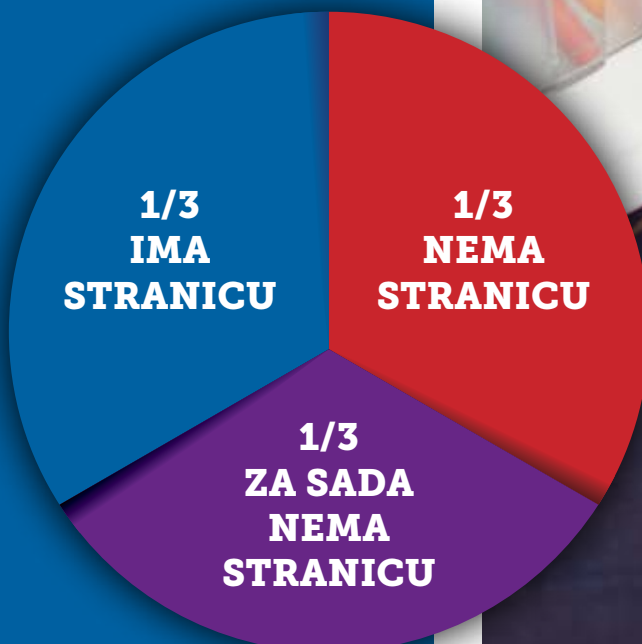
Internetska stranica – DA, ali kakva?

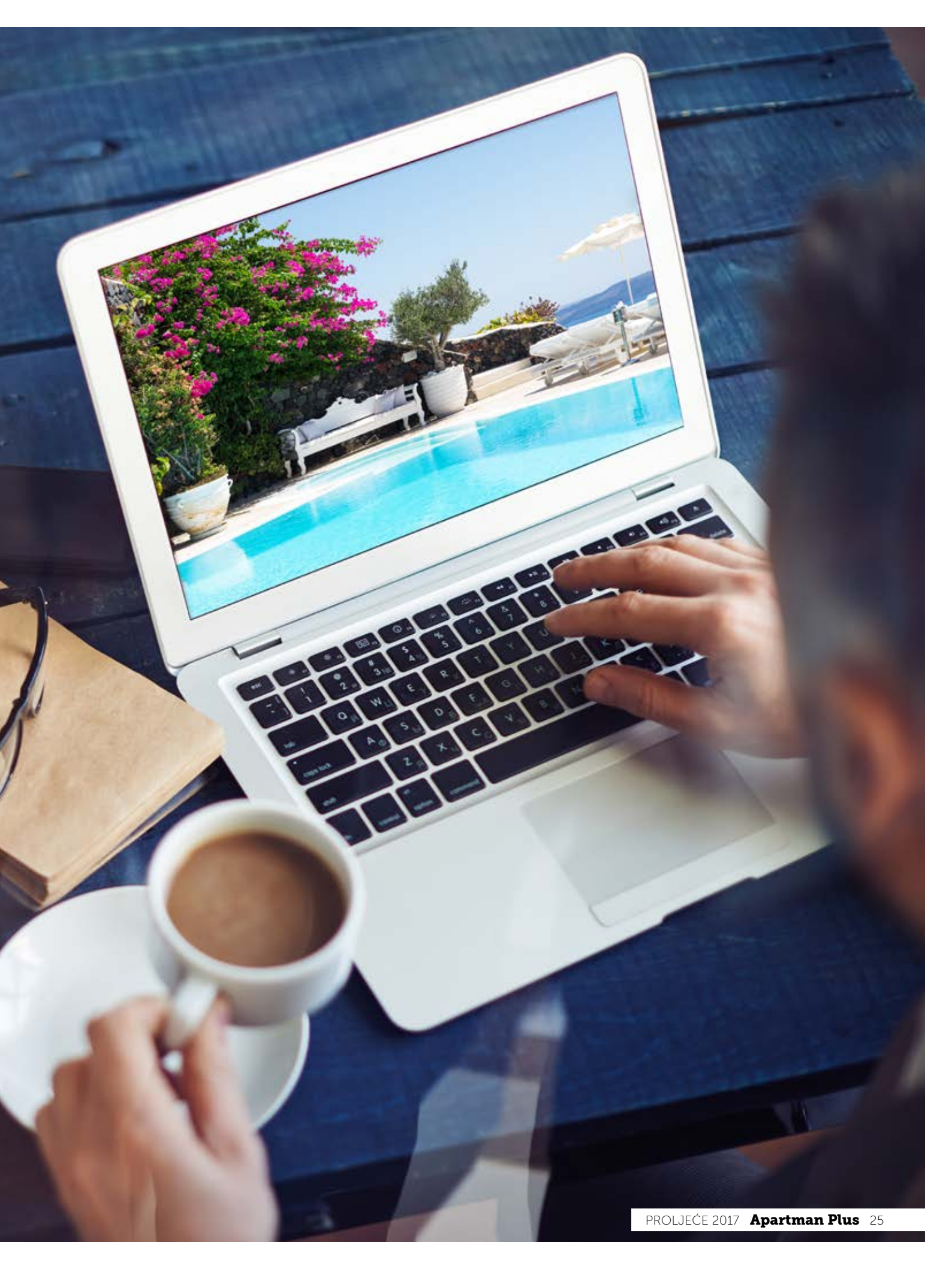
Mnogi iznajmljivači postavljaju pitanje je li potrebno imati internetsku stranicu.

Ako radite s turističkim agencijama, portalima i drugim oglasnicima za oglašavanje gdje prezentirate svoj objekt, zaista je dobro pitanje treba li vam uopće internetska stranica.

Prema istraživanju koje je radilo Savjetovalište za obiteljski smještaj „Interligo“, na uzorku od 250 iznajmljivača u primorskim županijama:

- jedna trećina nema svoju stranicu i ne planira ju napraviti;
- jedna trećina je nema, ali razmišlja o tome treba li je napraviti;
- jedna trećina iznajmljivača ima internetsku stranicu.





Možda imate mnogo prijatelja koji vas mogu dalje preporučiti, vaši gosti često žele ponovno doći k vama, imate priliku na mnogim mjestima pričati o svom smještaju i promovirati ga. Najlakši način je nekome dati adresu svoje internetske stranice kako bi vas mogao kontaktirati, pogledati fotografije, pokazati vaš smještaj svojim prijateljima i sl. Možda želite da vaša internetska stranica bude dodatni kanal prodaje vašeg objekta.

Internetska stranica može imati dvije uloge:

- prezentacijsku
- prodajnu

INTERNETSKA STRANICA KOJA IMA PREZENTACIJSKU ULOGU

Prednosti:

- fokus je na vizualnom dojmu;
- statična;
- informativna;
- ne zahtjeva mnogo ni novaca ni vremena;
- ima ulogu posjetnice/*online* brošure vašeg objekta.

Nedostaci:

- ne donosi „nove goste“;
- niska konverzija;
- ima lošu poziciju na pretraživačima;
- uvijek je ista (ako ne mijenjate npr. fotografije).

INTERNETSKA STRANICA KOJA IMA PRODAJNU ULOGU

Prednosti:

- dodatni kanal prodaje;
- viša konverzija, donosi više prihode;
- ima dobru poziciju na pretraživačima;
- ima uvijek zanimljiv, nov sadržaj.

Nedostaci:

- zahtijeva ozbiljno znanje i vještine;
- treba uložiti mnogo vremena i novaca;
- zahtjeva neprestan rad na analizi, unapređenju, dodavanju sadržaja i sl.;
- konkurencija – stranice koje nude smještajne objekte općenito, tako i u Hrvatskoj ulažu enormne količine novaca i uvijek će biti ispred vas.

Da biste donijeli odluku kakvu će ulogu imati vaša stranica, potrebno je uzeti u obzir sljedeće:

- koliko novca želite uložiti u internetsku stranicu;
- kakvo je vaše informatičko znanje u tom području;
- koliko vremena imate na raspolaganju da se posvetite radu na stranici;
- želite li internetsku stranicu kao dodatni kanal prodaje.

TRI NAJČEŠĆA PITANJA

KOD IZRADE INTERNETSKE STRANICE

1

Postaviti kalendar raspoloživosti?

Sami ćete odlučiti hoćete li postaviti kalendar raspoloživosti ili ne. Ako ga postavite, gost će biti siguran da je vaš objekt slobodan u onom terminu za koji traži smještaj. U tom slučaju morate redovito ažurirati kalendara, u protivnom on je suvišan. Nedostatak postavljanja kalendara raspoloživosti je u tome što će vas gost kontaktirati samo ako je termin koji on traži slobodan. Nećete mu moći ponuditi neki drugi datum koji mu možda također odgovora. I što je najvažnije, gost vas neće kontaktirati, a kontakt gosta je jedan od najvažnijih elemenata za uspješno poslovanje malih iznajmljivača.

2

Ponuditi gostima *booking engine* odnosno mogućnost instant-rezervacije?

Booking engine ili tzv. instant-rezervacija pruža gostu mogućnost rezerviranja vašeg smještaja odmah, kao i plaćanje na vašoj stranici. Ovo je element koji se preporučuje iznajmljivačima koji imaju veći broj smještajnih jedinica; iznajmljivačima koji imaju 2 do 3 smještajne jedinice često je neisplativo ulaganje u *booking engine*. *Booking engine* ima visoku cijenu: visok standard sigurnosti koji morate imati izuzetno je skup, a prema iskustvu iznajmljivača gosti ga ne koriste tako često.

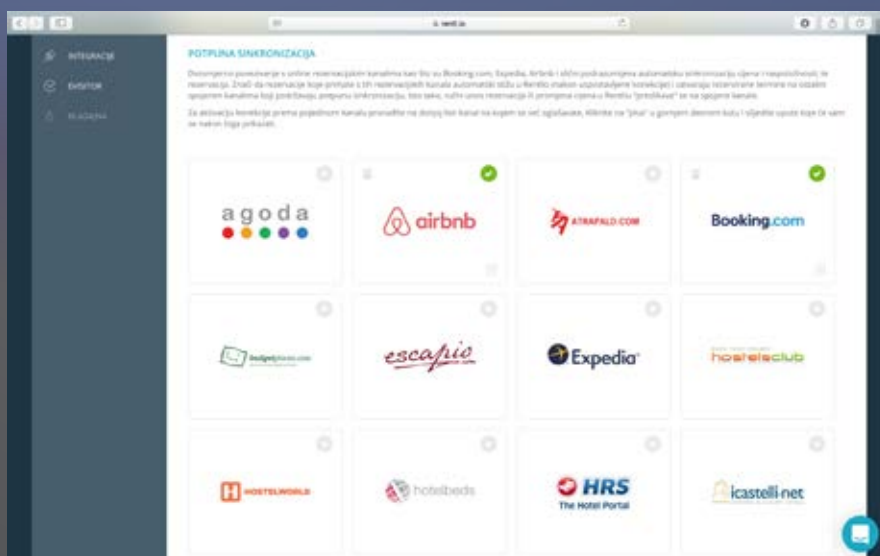
3

Prevesti stranicu na više jezika?

Vodeći se idejom da je bolje imati prijevod na više jezika, neki iznajmljivači prevedu svoje stranice na deset i više jezika. Ako nećete prevoditi putem Google prevoditelja i ako imate kvalitetne prijevode te stranicu koja ima prezentacijsku ulogu, prijevod na više jezika bit će vaša prednost. Ali ako imate prodajnu stranicu, situacija s jezicima je nešto kompleksnija. Ako je vaša stranica prevedena na 10 jezika, kad radite na optimizaciji stranice, morate sve te promjene napraviti na svih 10 jezika, u protivnom tih 10 jezika na vašoj stranici nemaju smisla. Nije čest primitak upita gosta iz Belgije, Švedske, Letonije,... na njegovom jeziku. No, uglavnom ćete dobivati upite na engleskom jeziku.

Što je Rentlio?

Rentlio je vodeća domaća aplikacija za upravljanje apartmanima, sobama, malim hotelima i hostelima. Od sinkronizacije kalendara putem *channel manager* funkcionalnosti, automatiziranog izdavanja i fiskalizacije računa, do foto-prijave gostiju na eVisitor putem integriranog skenera dokumenata u sklopu Rentlio iOS i Android aplikacije.



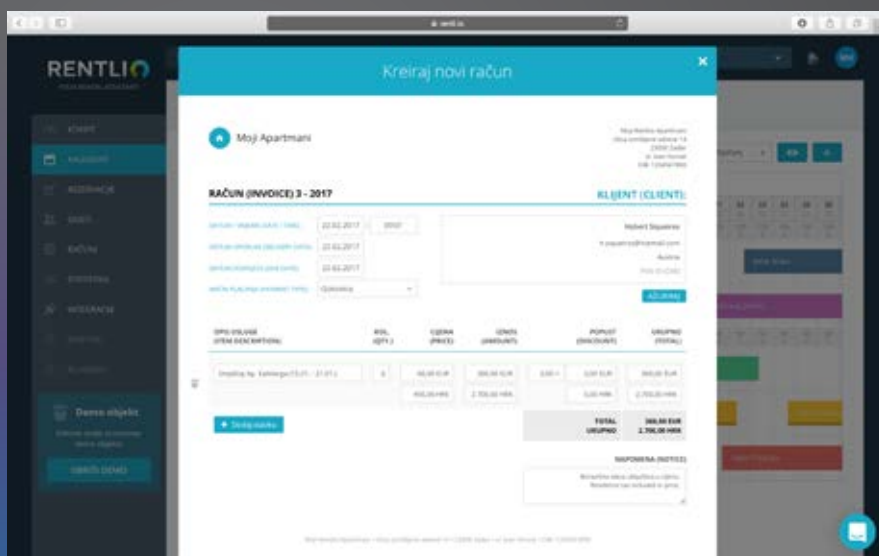
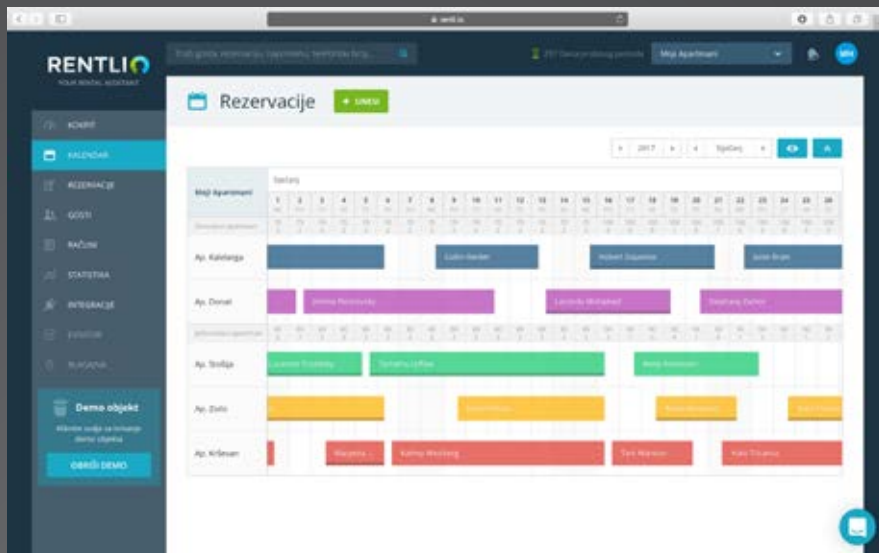
Rentlio centralizira i automatizira upravljanje rezervacijama, kanalima prodaje i gostima na intuitivan i korisniku lako razumljiv te veoma jednostavan način. Tipični korisnici Rentlija su napredni apartmansi objekti, hosteli i mali hoteli koji imaju do 50 smještajnih jedinica. Rentlio je *cloud* aplikacija što znači da za njezino korištenje trebate samo internetsku vezu te internetski preglednik.

Jedna od, svakako, najpopularnijih funkcionalnosti Rentlija jest *channel manager*. *Channel manager* funkcionalnost omogućuje automatsku sinkronizaciju kalendara među različitim kanalima prodaje poput Bookinga, Expedia, Airbnb te mnogih drugih. Sve rezervacije koje primete preko *online* rezervacijskih portala na koje se povezuje Rentlio automatski se iscrtavaju na Rentlio kalendaru i zatvaraju rezervirane termine na ostalim *online* rezervacijskim portalima. Tako se eliminira rizik *overbookinga* i istodobno automatizira te centralizira upravljanje rezervacijama.

Upravljanje cijenama i restrikcijama također je centralizirano unutar Rentlija. Svaki put kada želite promijeniti oglašenu cijenu svojih smještajnih kapaciteta, to radite u Rentliju, a Rentlio promjenu cijena sinkronizira sa spojenim *online* rezervacijskim sustavima.

Izdavanje računa u Rentliju maksimalno je pojednostavljeno. Za izdati gostu vizualno lijep i vašem objektu prilagođen račun, sa svim elementima računa koje zahtijeva domaći zakon, u Rentliju su potrebna doslovno dva klika. Osim toga, obveznici fiskalizacije račun mogu odmah i fiskalizirati, a obveznicima plaćanja boravišne pristojbe ona se automatski izračunava prilikom izdavanja svakog pojedinačnog računa.

Foto-prijava gostiju u eVisitor sustav HTZ-a još je jedna u nizu iznimno korisnih Rentlio funkcionalnosti. Rentlio iOS



i Android aplikacija sadrži integrirani skener dokumenata putem kojeg je omogućeno automatsko očitavanje podataka s osobnih dokumenata gostiju. Kameru pametnog telefona dovoljno je usmjeriti prema dokumentu i Rentlio mobilna aplikacija očitat će sve potrebne podatke za prijavu gosta turističkoj zajednici. Vrijeme prijave gosta na ovaj način smanjeno je s nekoliko minuta po gostu na samo par sekundi pri čemu je mogućnost pogreške kod same prijave gosta eliminirana.

Osim prethodno spomenutih značajki i funkcionalnosti Rentlio aplikacije koje ćemo detaljno predstaviti u narednim brojevima časopisa, Rentlio svojim korisnicima nudi i statistiku, izradu profila gostiju, integracije

s vanjskim servisima i drugim aplikacijama, mogućnost kreiranja timova s različitim razinom prava pristupa samoj aplikaciji i još puno korisnih stvari kojima se značajno štedi vrijeme i eliminira stres pri upravljanju smještajnim kapacitetima. U slučaju da imate dodatnih pitanja oko aplikacije, uvijek dostupna i brza Rentlio korisnička podrška vam je na raspolaganju.

Savjetujemo vam da svakako besplatno isprobate Rentlio registracijom na <https://rentli.io>, a ako se odlučite na aktivaciju osnovne ili napredne verzije Rentlija, promo kodom APLUS-17 ostvarit ćete 50% popusta na prva dva mjeseca korištenja Rentlija nakon isteka probnog perioda.

Nove mobilne aplikacije



Pointers je rezultat više od 20 godina iskustva u marketingu, multimediji i produkciji vlasnika Krunoslava Weinperta. S misijom kreiranja najboljeg osobnog turističkog vodiča, Pointers prikazuje sve komercijalne i nekomercijalne subjekte odabranih turističkih destinacija s detaljnim i točnim informacijama. Sve informacije sinkronizirane su na mobilnoj aplikaciji na iOS i Android sučeljima, te *user-friendly web*-stranici te za promociju svojih korisnika koristi najpopularnije društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube). Pointers je započeo svoju globalnu ekspanziju, te će

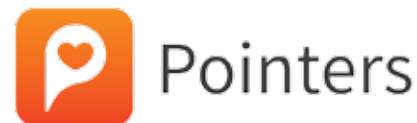
tijekom veljače pokrivati teritorij Južnoafričke Republike.

Osim digitalnog marketinga, Pointers nudi i kompletnu produkciju svojim korisnicima, kao što je snimanje dronom, 360° virtualni video i fotografiranje, profesionalno fotografiranje te unošenje grafičkog prikaza, elevacije i duljine staze na biciklističkim i trekking rutama i sve ostalo što zadovoljava potrebe današnjih turista.

Pointers također sadrži:

- *push* notifikacije targetirane prema geolokaciji korisnika

- digitalni marketing za klijenta
- relevantne događaje na jednom mjestu
- *first-hand* informacije turističkih zajednica
- specifične nautičke informacije
- sve bitne servisne informacije
- podršku Googlea, Microsofta i Samsunga



SPRJEČAVANJE ŠIRENJA ILEGALNOG POSLOVANJA

Iznajmljivanje soba, apartmana i kuća „na crno“ nije problem smo Hrvatske. Isti problem imaju i mnoge europske destinacije, posebno veliki gradovi. Koliko je alarmantno stanje najbolje govori podatak da su gradska vijeća i parlamenti već poduzeli ozbiljne mjere kako bi spriječili širenje ovog trenda. Neki gradovi predviđaju visoke kazne za ilegalno iznajmljivanje. Najzanimljivija je kazna do čak 100.000 eura, ali ne iznajmljivaču nego portalu ili agenciji koja takav apartman prodaje.

Iako zvuči kao loša vijest, ako se ovaj trend proširi, na dobitku će biti mali iznajmljivači koji posluju legalno.

Mnogima koji se dulji niz godina bave pružanjem ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i koji posluju s raznim portalima

poznato je da se nekada nije moglo nigdje oglašavati ili registrirati se bez prilaganja Rješenja o kategorizaciji. Tek po dostavi Rješenja, određeni portal bi odobrio registraciju.

Trenutačno se na gotovo svim portalima ne traži Rješenje o kategorizaciji. To znači da su portali širom otvorili vrata svim iznajmljivačima koji posluju „na crno“. Ovakav način poslovanja smanjuje kvalitetu ponude i usluge te konkurentnost legalnim iznajmljivačima, posebno onima koji teže izvrsnosti.

Kao destinacija koja je već prepoznata po visoko kvalitetnom privatnom smještaju vjerujemo da će i Hrvatska vrlo brzo uvesti slične mjere prema inozemnim i domaćim portalima i agencijama.



Vaš apartman u fazama planiranja putovanja gosta

Putovanje je jedan od najvažnijih elemenata koji ljude čini sretnima, stoga vaši gosti pažljivo će birati kamo će otići na odmor, kakav će taj odmor biti i što će doživjeti.

Prvi korak u tom izboru bit će maštanje.



Prema istraživanju koje je proveo Google (izvor: thinkwithgoogle.com) svaki vaš gost prolazi kroz pet faza prije nego što dođe u vaš apartman. Prva faza je, kako smo već rekli, faza maštanja.

Ne smijete zaboraviti da vi ne prodajete proizvod, ne prodajete uslugu, vi prodajete SAN. Da biste taj san gostu lijepo prezentirali, morate znati o čemu vaš gost sanja.

Prema istraživanjima o čemu ljudi koji se pripremaju na putovanje razmišljaju, došlo se do pet najvažnijih elemenata: lijepo i sunčano vrijeme, kupanje, šetnje uz more, tople noći, večere na terasama restorana.

Prilikom uređivanja i fotografiranja apartmana morate imati na umu ovih pet komponenti. Presentacija vašeg smještaja mora potencijalnog gosta asociirati na: šetnje uz more, kupanje, večeru na terasi s pogledom na more, sunce i tople noći.

Nemojte zaboraviti da vaši gosti dolaze uglavnom iz krajeva gdje je oblačno i magla te da im je pravi doživljaj provesti nekoliko dana bez kiše i magle. Isti taj gost kupa se u bazenu, šeće po prodajnim centrima i gradskim trgovima.

Tople noći o kojima sanjaju vaši gosti nemaju ni naši susjedi (Mađarska, Slovenija, Austrija), istaknite ih u svojoj prezentaciji bilo da pišete opise apartmana, postavljate fotografije, videomaterijale ili razgovarate s gostima telefonom.



San koji prodajete mora biti topao, sunčan i lijep.

Nakon što je vaš gost počeo maštati o vašoj destinaciji i vašem objektu, za njega počinje faza planiranja.

U ovoj fazi vaš gost će najčešće koristiti Google i tražiti podatke o atrakcijama i zanimljivostima u vašoj destinaciji. Ako gost ne pronađe korisne informacije o vašoj destinaciji, može se dogoditi da zaključi da vaš objekt, bez obzira koliko atraktivan bio, neće zadovoljiti njegove potrebe za odmorom kakav želi te odustat će i od destinacije i od vašeg smještaja. Ovo je jedan od najznačajnijih razloga zašto se preporučuje suradnja malih iznajmljivača s turističkim zajednicama.

Vi kao mali iznajmljivači imate najbolji uvid u želje, potrebe i interese svojih gostiju. Stoga pratite stranice svojih turističkih zajednica i predložite im postavljanje dodatnih

informacija koje, prema vašim saznanjima trebaju vaši gosti.

Na vlastitim stranicama uvjerite svoje goste da je vaša destinacija savršena za njihov odmor.

Ne zaboravite i TripAdvisor kao mjesto koje će u fazi planiranja vaši gosti zasigurno posjetiti. Osim komentara o vašem objektu, gosti će gledati i komentare o vašoj destinaciji. Stoga, ako svoje goste potaknete da na TripAdvisoru napišu komentar o vašem objektu, napomenite im da napišu i komentar o vašoj destinaciji.

Kada je gost siguran da je vaša destinacija i vaš objekt upravo ono što on želi, počinje faza *bookinga* odnosno rezervacije.

Ovo je trenutak kada je gost siguran da želi rezervirati vaš objekt i na vama je da mu to osigurate na najfunkcionalniji i najjednostavniji način. Potrebno je ukloniti sve eventualne



prepreke koje bi vašeg gosta „odgovorile“ od rezervacije vašeg objekta.

U ovoj fazi važan je način rezervacije koji nudite na portalima na kojima ste oglašeni ili na svojoj internetskoj stranici. Cijena, avans (plaćanje unaprijed), uvjeti otkazivanja i slični elementi moraju biti postavljeni na način da gosta dodatno privuku te mu potvrde da je rezervacija vašeg objekta najbolja opcija koja se nudi na tržištu.

Faza iskustva je sljedeća faza, to je trenutak kada je gost stigao u vaš objekt i od vas traži niz informacija kako da najbolje provede svoj godišnji odmor. Važno je da mu prezentirate što sve dobiva u vašem objektu: blizina plaže, atrakcija, prometna povezanost, ponuda izleta, poklon dobrodošlice, ljubaznost vas kao domaćina.

Nakon boravka gosta u vašem objektu počinje faza dijeljenja.

Gosti sve više sudjeluju u *online* konverzacijama te ostavljaju svoje komentare i doživljaje o destinaciji, hotelu, iskustvima,...

Zamolite svoje goste da ostave komentare o vašem objektu i vašoj destinaciji gdje god to mogu.

Sve navedene faze su jednako važne, počevši od faze maštanja nekoliko mjeseci prije rezervacije smještaja. Provjerite jeste li prisutni u svim trenucima, svim fazama kroz koje vaš gost prolazi. Put od maštanja do dijeljenja je složen i dugačak. Da bi on donio željene rezultate potrebno je biti prisutan na raznim marketinškim kanalima: rezervacijskim sustavima, portalima, internetskim stranicama, ... Nikada nije prerano započeti te aktivnosti.



GOST KOJI ŽELI DOĆI NA LJETNI ODMOR SANJA O:

1. LIJEPOM I SUNČANOM VREMENU
2. KUPANJU
3. ŠETNJAMA UZ MORE
4. TOPLIM NOĆIMA
5. VEČERAMA NA TERASAMA RESTORANA

Kako ostvariti veću dobit od prodaje smještaja?

Koji je krajnji cilj vlasnicima obiteljskog smještaja? Popunjenost objekta koji iznajmljuju. Nema problema, stavite cijenu od 25 eura za noćenje u apartmanu s četiri zvjezdice i popunjenost je zajamčena.

Je li 100 eura dobra cijena? Agencija takav smještaj prodaje za 150 eura po noćenju i dobro ga uspije prodati tj. popuniti.

Osnovni cilj, onaj ekonomski, treba biti što veća dobit.

To u praksi znači najveća popunjenost u kombinaciji s najmanjom provizijom.

Evo kako se to može ostvariti.



1. Odredite optimalne cijene

Dobro analizirajte cijene relevantnog smještaja na širem području destinacije. Dobro razmislite kako odrediti cijene u sezoni i izvan sezone. Koliko vam je važno da gosti plate dio ili cijeli iznos unaprijed. Koliki popust ste im spremni dati zauzvat.

2. Vlastita prodajna internetska stranica

S obzirom na to da u ovom slučaju nema provizije, ovo je najisplativiji prodajni kanal. Naravno, ne može potpuno zamijeniti *online* kanale prodaje, no postoje načini kako relativno jednostavno možete povećati broj rezervacija koje dobivate preko vlastite prodajne internetske stranice.

2.1 Preporuka gostiju svojoj rodbini i prijateljima. Prema svim istraživanjima to je najčešći razlog za odabir destinacije za odmor. Čestitajte gostima rođendane, Božić i Novu godinu, a u potpisu e-maila dodajte link na svoju internetsku stranicu. Dodatno ih potaknite da vas preporuče obitelji i prijateljima

tako što ćete im ponuditi tradicionalni ručak, wellness paket, dva izleta po izboru i sl. za sve rezervacije od 7 dana ili rezervacije izvan sezone.

2.2 Nešto složeniji način je Google AdWords oglašavanje. Ako na Googleu tražite smještaj u nekoj destinaciji, primijetit ćete Google oglase velikih internetskih agencija. Njima se oglašavanje isplati iako im ostaje najviše 15 do 20% od cijene. I vama se onda svakako isplati jer vama ostaje 100% od cijene.

3. Portali s manjom provizijom

Svakako budite prisutni na portalima koji uzimaju manju proviziju (pr. 3%) kao što su Airbnb i TripAdvisor. Moguće je da ćete ovim kanalima dobiti samo nekoliko rezervacija godišnje, no ušteda od desetak posto na manjoj proviziji može u konačnici biti značajan iznos.

4. Neka vas gosti reklamiraju

TripAdvisor je također jako koristan jer omogućuje gostima da vas reklamiraju publici od 80 milijuna turista mjesečno koja

koristi TripAdvisor. Kod odabira smještaja, naravno da svi više vjeruju iskustvima drugih gostiju. Istaknite dobre ocjene na vlastitoj stranici, čime značajno pojačavate svoj kredibilitet u očima gosta.

5. Dodatne usluge

Razmislite kakve bi dodatne usluge mogle zanimati vaše goste, od restorana, prijevoza do izleta i kako možete dodatno zaraditi na preporukama kroz suradnju s ovim i sličnim partnerima.

6. Premium paketi smještaja

Razmislite kakvi bi *premium* paketi smještaja mogli zanimati vaše goste u kojima im uz smještaj nudite i neke komplementarne usluge, *wellness*, gastronomski paket s uključenim lokalnim specijalitetima ili malu gastronomsku školu, izlete, aktivni odmor i niz drugih mogućnosti.

Vedran Pražen,
savjetnik za internetski marketing
www.smartingo.com



Knjiga "Kako mrežom uхватiti goste" djelo je američkih i hrvatskih stručnjaka.

Sadrži konkretne upute za postizanje više rezervacija uz niže provizije, kao i ideje za produljenje sezone.

Naručite danas i uz knjigu dobivate 700,00 kn poklon-vaučer za digitalni marketing.

Naručite na
www.marketingvodic.com
ili pozivom na 097 652 7331



RAD S TURISTIČKIM AGENCIJAMA

U sveopćem metežu koji je izazvan činjenicom da Hrvatska doživljava svojevrsnu „zasluženu“ turističku ekspanziju, nemali broj stanovnika Lijepe Naše odlučio se na skok u turističke vode. Ako se okrenete oko sebe, shvatit ćete da su svi ljudi oko vas na ovaj ili onaj način zakoračili u neku od turističkih djelatnosti.

Danas turizam živimo punim plućima i mi agencije. U nedostatku hotelskog smještaja, razvoj privatnog smještaja preuzima prednost jer 80% smještajnih jedinica je u privatnom vlasništvu. Neki od iznajmljivača u turizmu su već godinama, a neki tek polako kreću.

Početnici su ljudi pred kojima je doista izazov i nekoliko glavnih pitanja: „Kako popuniti sezonu? Koje agencije odabrati za suradnju? Gdje se oglasiti?, U čemu je tajna susjedova (ne) uspjeha?“

Nije sramota ne znati, sramota je ne pitati i ne potruditi se dobiti informacije na pravim mjestima. Danas u sklopu turističkih zajednica ili općina često su organizirane i razne edukacije ponajviše namijenjene onima koji tek kreću s uslugom iznajmljivanja i onima koji žele znati kako sve mogu poboljšati sezonu.

Prilikom odabira agencija s kojima želite surađivati postoji nekoliko jednostavnih pravila:

1. Online i/ili domaća agencija
2. Plaćeni i/ili besplatni oglas
3. Ugovor o suradnji

Svaka agencija koja može popuniti vaš smještajni kapacitet u predsezoni i u postsezoni kriterij je po kojemu gledate hoćete li biti zadovoljni s odabranim.

To je stoga što su s turističkog aspekta srpanj i kolovoz sami po sebi zahvalni mjeseci i oni se nerijetko odmah popune. Postoje razne domaće agencije koje jako dobro rade svoj posao i ako imate jezičnu barijeru ili se bavite nečim drugim, oni su ti koji mogu odraditi sve to za vas. Oni vas oglase, oni prate stanje *bookinga*, izdaju *vouchere*,

80%

smještajnih jedinica
su u privatnom
vlasništvu.

izdaju račune i brinu se za vaše goste. Da, i naravno za sve to uzimaju određenu proviziju tj. određeni postotak. Koliki će taj postotak biti, ovisi o tome što sve to agencija radi za vas i koliko dobro popunjava vaš smještajni kapacitet.

Isto tako ako odaberete suradnju s nekom od brojnih *online* agencija, bit ćete u situaciji da

platite oglašavanje na njihovim stranicama ili im date određenu proviziju od vašeg *bookinga*.

Naravno sve ovo možete i sami odraditi, bez posredništva ako imate kvalitetnu internetsku stranicu, stručnjak ste na području internetskog oglašavanja i poznajete, tj. koristite razne društvene kanale prodaje.

No, vi ste početnik i u tom slučaju najtopliji poslovni savjet koji možete dobiti jest da odaberete nekoliko agencija za suradnju, prilagodite cijene tržištu i periodima godine te da pazite kakve ugovore potpisujete s agencijama.

Uvijek pročitajte što će se dogoditi u slučaju da vi ne budete zadovoljni s odabranom agencijom, te na koji način ćete najbolje zaštititi sebe i svoju smještajnu jedinicu.

PRODUŽITE SEZONU...

i svojim gostima osigurajte ugodnu toplinu uz 10 godina jamstva.

Kupnjom MRAMOTERM grijaćih ploča izabrali ste provjereno, zdravo i štedljivo rješenje grijanja.

Uz nisku cijenu ugradnje, nemate troškova održavanja i popravaka. Može se izvesti kao cjelovito ili parcijalno grijanje.

MRAMOTERM grijaća ploča montira se jednostavno i brzo na bilo koji zid u prostoriji, a izborom raznih vrsta mramora podižete estetsku vrijednost Vašeg prostora.

MRAMORNE GRIJAĆE PLOČE



Osigurana dostava i ugradnja diljem Hrvatske.

PROIZVODNJA I PRODAJA:

TEL/FAX: 051 257 414, 257 164

www.mramoterm.com



**Nije sramota
ne znati, sramota
je ne **pitati** i ne
potruditi se
dobiti informacije
na pravim
mjestima.**

Jednom kada ste oglašeni i radite s više agencija, pripazite na cijene po kojima se prodaje vaša smještajna jedinica te nastojte da izlazna cijena bude svugdje uvijek ista. Provizija agenciji neka bude uračunata u cijenu već unaprijed jer tako potencijalnom klijentu odajte dojam odgovornog iznajmljivača, a i oni se prema destinaciji obraćaju s više povjerenja.

Autor: Barbara Marković
barbara@dalmagic.eu

Posjetnica – osobna karta vas i vašeg smještaja



Povijest posjetnica

Dok su se ljudi još nastojali ponašati u skladu s društvenim pravilima, imali su omanji kartončić s otisnutim imenom i prezimenom kojim su najavljivali svoj posjet (kasnije je dodana adresa, telefonski broj i zanimanje, a još kasnije broj telefaksa, mobitela i adresa elektroničke pošte). Karticu bi osoba koja je među poslugom bila zadužena za najavljuvanje posjetitelja odnosila gospodinu, gospođi ili gospođici. Ako je ovaj bio/bila kod kuće, voljan/voljna primiti najavljenoga, posjetitelj je bivao odveden u sobu za primanje posjeta, tj. u gostinsku sobu ili salon. Ako pak tražene osobe nije bilo kod kuće, kartončić je, eventualno s kratkom porukom, ostajao kao dokaz posjetiteljeva dolaska. Ovako je Nives Opačić u svojoj knjizi *Reci mi to kratko i jasno* opisala kratku povijest posjetnica. Već je iz ovoga vidljiva njihova važnost kao i informacije koje sadrže.

Posjetnice kao dio današnje poslovne kulture

Posjetnice su danas nezaobilazan detalj u poslovanju i izuzetno su cijenjene. Obično ih napravimo čim pokrenemo poslovanje i s ponosom ih uručujemo gdje god se ukaže prilika za to – jer mi smo tada pravi *biznismeni*. I mali iznajmljivači su poduzetnici, neovisno o tome posluju li kao fizičke osobe ili poslovni subjekti. Posjetnice u njihovu poslovanju igraju vrlo važnu ulogu.

NEKOLIKO SAVJETA

Težite jednostavnosti.

Neka slova ne budu previše slikovita.

Na posjetnicama neka se nalaze samo točni i istiniti podaci.

Promjene podataka ne ispravljajte ručno, već tiskajte nove posjetnice.

Posjetnica koju uručimo gostu pokazuje našu profesionalnost u poslovanju, ostaje gostu kao uspomena, omogućuje mu da nas kontaktira i dogodine za smještaj, prosljedi kontakt prijateljima i na taj način preporuči smještaj u kojem je boravio.

Jedna posjetnica može proputovati cijeli svijet, promovirati smještaj i dovesti nove goste.

Obavezni sadržaj:

- ime i prezime;
- kontakt (broj mobitela, telefona, faksa, e-adresa i sl.).

Na posjetnici navedite one kontakte na kojima ćete uvijek biti dostupni jer ima li koristi navoditi primjerice kućni broj telefona ako se na njega nitko nikada ne javlja?

Kako napisati broj telefona?

Obično se javljaju nedoumice u kojem obliku pisati broj telefona, s obzirom na pozivni broj za Hrvatsku. On se navodi ovako: +385 ili 00385. Pozivni broj u lokalnu ili mobilnu mrežu navodimo tako da nulu pišemo u zagradama: (0)98 ili (0)52 ako mu prethodi pozivni broj za Hrvatsku. Pozivni broj obično se od ostatka broja odjeljuje kosom crtom ili prazninom. Ostatak možemo pisati na više načina: 123-45-67 ili 123 45 67

+385 (0)98 123 45 67
00385(0)52/123-45-67

ZANIMLJIVOST

Izraz *vizitka* ili *vizitkarta* dolazi od njemačke riječi *Visitkarte*.

Danas je dio razgovornog stila iako ju se često koristi i u poslovnoj komunikaciji. No, bolji je izraz *posjetnica* koji svoj korijen vuče iz latinskog jezika, a odnosi se na *posjet* kao radnju prilikom koje uručujemo karticu. U novije vrijeme javlja se i izraz *podsjetnica* koji je neopravdano zauzeo svoje mjesto u govoru i pismu. Riječ je o izrazu skovanom od glagola *podsjetiti*, no kako u ovom slučaju nije riječ o karticama kojima koga na što podsjećamo, u kontekstu *vizitke* ili *vizitkarte* pravilnije je koristiti izraz *posjetnica*.

Na posjetnicu možemo dodati i sljedeće:

- logo i slogan;
- naziv apartmana/kuće/kampa (osim ako nije dio loga);
- adresu;
- adresu internetske stranice;
- QR kod internetske adrese;
- društvene mreže.

Društvene mreže na kojima ste aktivni prikažite ikonama. / Uz QR kod navedite i internetsku adresu u *www* obliku. / Ako ste dostupni Skypom, Viberom ili Whatsupom, dodajte i te ikone na posjetnicu.

Podatke koje nije potrebno navoditi, a i iz sigurnosnih razloga bolje ih je izostaviti jesu OIB, PDV broj, IBAN i dr., kao i fotografiju osobe čiji su podaci navedeni na posjetnici.

Približite vizualno gostu svoj smještaj

Na posjetnicu možete dodati i fotografije, kartu lokacije, GPS koordinate, kalendar i sl. Primjerice korisno je na posjetnicu smjestiti fotografiju objekta te kartu (na poledini) kako do njega doći.

Jezično prilagodite posjetnicu turistima

U poslovanju sa strancima dobro je posjetnice jezično prilagoditi onim osobama s kojima ćete ih u najvećoj mjeri razmjenjivati. Neka podaci budu razumljivi što većem

broju govornika različitih jezika, a sadržaj po potrebi prevedite na neki od stranih jezika, po potrebi i pisma.

Veličina, oblik, dizajn

Standardna veličina posjetnice je A7 (76 x 105 mm), no danas se one tiskaju u raznim



dimenzijama. Ono što valja imati na umu je da veličina bude prilagođena pretincima u novčanicima ili kutijama za posjetnice gdje se najčešće one čuvaju i nose. Ako su nepraktične, vrlo je vjerojatno da će završiti u smeću.

Hoće li posjetnica biti u vodoravnom ili okomitom obliku, tiskana jednostrano ili obostrano, mat, sjajna ili plastificirana te kakve će boje biti papir na kojem će se tiskati također ćete morati odlučiti. Pri tome vodite se onim *manje je više* pa napravite odabir onih podataka koji su vam izuzetno važni da vaš gost ima kod sebe i dobro ih (vizualno!) rasporedite.

Danas je više nego ikada dostupno mnoštvo grafičkih i dizajnerskih rješenja pa je najbolje potražiti na bespućima interneta ono što vam se zaista sviđa. Mnoge internetske stranice sadrže gotove predloške u koje upisujete svoje podatke i dajete nalog za tiskanje. Ako baš želite unikatne posjetnice, zasigurno vam u tome mogu pomoći profesionalni grafički dizajneri.

Koju god opciju odabrali, imajte na umu da posjetnica bude funkcionalna i razumljiva onome kome ju uručujete, da izazove pozitivan dojam i da veličinom bude adekvatna uobičajenim mjestima pohrane.

Autorica: prof. Marijeta Matijaš
lektorica i poslovna savjetnica
Kreacija j. d. o. o.
www.kreacija.info
kreacija.info@gmail.com

ZANIMLJIVOST

Pedagoginja Valerija Rodek za Poslovni savjetnik piše da je u Japanu primopredaja posjetnica nezaobilazni ceremonijal tijekom kojeg posjetnicu valja primiti objeručke za njezina dva gornja kuta, zainteresirano proučavati s lica i naličja nekoliko minuta te kimanjem glave u znak odobravanja pohvaliti je. Istražite kulture odakle dolaze vaši gosti i uručite im posjetnice u skladu s njihovim običajima.

HomeExchange.com

Koncept zamjene za besplatan smještaj na 65.000 destinacija



U svijetu sve popularnije „sharing“ ekonomije tj. ekonomije dijeljenja, HomeExchange.com zauzima visoko mjesto. To je najveći svjetski portal za zamjenu nekretnina u svrhu odmora koji omogućava korisnicima tj. članovima da izaberu kamo žele na odmor, kod koga i da je njihov boravak besplatan, bez troška naplate zamjene.



Hrvatska



Thailand

Sama ideja zamjene nije novina, postoji gotovo 30 godina. Dolaskom interneta sredinom devedesetih, koncept zamjene doživjelo je pravi „boom“, najprije u Americi, a onda u Europi i ostatku svijeta. Nekada se zamjena dogovarala dugo, slala su se pisma, čekao odgovor danima. Danas se zamjena može dogovoriti u 2 klika mišem. Zamjena se dogovara internetom, slanjem upita ili odgovaranjem na upite drugih članova. Novi članovi vrlo brzo dobivaju upite sa svih strana svijeta, a neki već u prvih mjesec dana članstva dogovore svoju

zamjenu ili se odluče ugostiti nekoga, što je isto opcija.

Članstvo u HomeExchangeu plaća se u iznosu od 600,00 kn i vrijedi za narednih godinu dana od dana učlanjenja uz neograničen broj zamjena diljem svijeta.

U Hrvatskoj je trenutno 350 nekretnina na raspolaganju za zamjenu, a na tisuće je onih koji žele doći u vaš stan, kuću ili apartman. Ponuda je još uvijek malo, ali svakim danom privatni vlasnici i/ili iznajmljivači oglašavaju svoju nekretninu i šire ponudu nekretnina za

zamjenu. Za Hrvatsku je najviše upita za ljetnih mjeseci, ali to ne znači da nekome nije zanimljiv odmor u svibnju ili rujnu. To je individualno od člana do člana kao i to na koliko se zamjena dogovora.

U oglasu za kuću ili stan postoji dio gdje upisujete svoju željenu destinaciju i tako se može precizno vidjeti tko želi kamo ići, ali ima i onih koji su otvoreni za sve destinacije. Svaka nekretnina u Hrvatskoj je potencijalno interesantna. Ovdje se ne radi samo o tome da vaša nekretnina mora biti na odličnoj



Hrvatska



Azori, St. Miguel

lokaciji, prvi red do mora ili kategorizirana kao vila jer to nije ono što je članovima prioritet.

Ako u zamjenu ponudite mali stan koji je prosječno uređen, ima dvije sobe, za svoju ćete ponudu dobivati upite od članova koji imaju veliki stan ili kuću koju biste svrstali u luksuznu nekretninu. Nekretnine mogu biti smještene u centru velegrada ili na nekoj od svjetskih top destinacija. Pogled, blizina otoka, blizina Nacionalnih parkova, sredina u kojoj se nalazi vaša nekretnina, možda je baš ono „nešto“ što možda vama nije najljepše što biste naveli u opisu svoje nekretnine, ali gostu koji dolazi k vama to je razlog zbog kojega je odabrao zamjenu s vama. Ukusi i želje su individualni i kada je u pitanju zamjena. Dobijete li upit koji vama nije interesantan, možete ljubazno odgovoriti kako trenutno niste zainteresirani za zamjenu što vam automatski osigurava sistem poruka unutar servera homeexchange.com. U pravilu aktivni članovi po bontonu odgovaraju vrlo brzo na upite, potvrdno ili negativno. Bitno je odgovoriti.

Osim zamjene, postoji i varijanta da vi nekoga ugostite tzv. "Hospitality Exchange" dok ste vi u nekretnini, u isto vrijeme bez da napuštate objekt, pogotovo ako imate višekatnicu pa ustupite

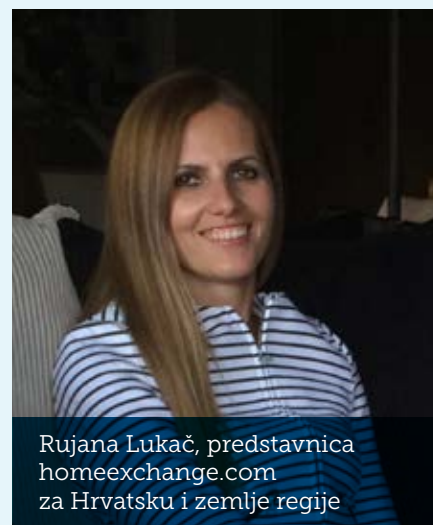
jedan kat/sobu gostima i na taj način možete zaraditi „balon“ koji vam dodjeljuje homeexchange.com. Dobiveni balon možete shvatiti kao „bonus“. Imate mogućnost taj isti balon nekome dati, iskoristiti ga za boravak na vašoj sljedećoj željenoj destinaciji i to besplatno bez uzvraćanja zamjene.

Iz osobnog iskustva mogu reći da sam svoju nekretninu uvijek zamijenila za bolju i po lokaciji, veličini ili uređenju. Za svoju kuću na Hvaru dobivala sam po 900 do 1000 upita za godinu dana članstva. Svaki dan stigao bi bar jedan upit. Vrlo često su to bile nevjerojatne lokacije i interijeri, a za neka mjesta kao što su „Kukovi otoci“ trebalo je pogledati i na Googleu gdje se nalaze. Svoju sam kuću zamijenila 16 puta. Putovala sam od Tajlanda do Kalifornije. Mijenjala sam se za vikend, tjedan dana pa i na dulji period. Sada mijenjam svoju garsonijeru u Opatiji. Upite dobivam i dalje sa svih strana svijeta. Uskoro mi u stan dolazi obitelj iz San Diega koja će svoj odmor provesti u Hrvatskoj.

Iznajmljivači obiteljskog smještaja zamjenu nekretnine ne bi trebali shvatiti kao konkurenciju jer za ono što oni nude dobivaju novac, a od

zamjene nemaju zaradu. Home Exchange bi trebali pozdraviti kao priliku da profitiraju od svoje nekretnine u mjesecima ili danima kada ona nije iznajmljena, u predsezoni ili postsezoni. Tako profitira i lokalna zajednica, restorani, muzeji, etno-objekti koji mogu ostati dulje otvoreni ili mogu ranije otvoriti svoja vrata za goste koji dolaze na *exchange*. Gosti ne plaćaju smještaj, ali zato novac mogu potrošiti na lokalne gastronomske užitke ili atrakcije što je svakako na obostrano zadovoljstvo.

Koristeći zamjenu, ugošćavajući ljude diljem svijeta stječu se iskustva, formiraju kriteriji, upoznajemo što i kako gosti žele i radimo na cjelokupnom povećanju usluge i kvalitete u hrvatskom turizmu što je za svaku pohvalu.



Rujana Lukač, predstavnik homeexchange.com za Hrvatsku i zemlje regije

Namještaj po mjeri – dugotrajno rješenje za turistički smještaj

Iako je na glasu kao izrazito skup, namještaj po mjeri ponekad je isplativiji od tzv. salonskog namještaja. Njegove su prednosti u tome što će popuniti i najmanji kutak apartmana, prilagodi se prostoru dimenzijama i dizajnom, a kvaliteta i paleta okova i iverala neusporediva je s onima koje je moguće dobiti u kakvom salonu.

Isplativost ulaganja u namještaj po mjeri

U opremanje današnjih apartmana i kuća za odmor ulaže se puno pažnje, vremena i novaca. Želimo da namještaj traje dulje od jedne sezone, da se estetski uklapa u prostor, da je funkcionalan, da ga je lako održavati, a teško uništiti. No, sve, pa tako i namještaj, podložno je habanju, ogrebotinama, uništenju. Ipak, zbog visokokvalitetnih iverala i okova otpornih na udarce, ogrebotine i sl., u kombinaciji s raznim ublaživačima, folijama i drugim zaštitama namještaj po mjeri imaće dulji vijek trajanja. Znamo da često zbog nepažnje ili nemarnosti gosti za sobom ostave oštećene ormare, ladice, vrata. U slučaju salonskog namještaja, naročito ako je

Neke je iverale čak moguće ispolirati pa ne samo da dobiju novi sjaj nego i ogrebotine nestanu s vidika.

kupljen na rasprodaji, gotovo će biti nemoguće zamijeniti samo taj uništen element jednakim takvim pa ćemo morati u potpunosti mijenjati kuhinju, ormar ili koji drugi komad oštećenog namještaja. Kada je riječ o namještaju po mjeri, u većini slučajeva (ovisno o veličini oštećenja), moguće je zamijeniti samo oštećeni dio elementa (pr. vrata, polica, bočna stranica i sl.)

U posljednje vrijeme vrlo se često kombiniraju dva različita dekora pa i u ovom slučaju moći ćemo se poigrati kombinacijama.

Potpuna iskoristivost malih prostora

Idealno rješenje za male prostore poput apartmana, studio-apartmana ili soba je upravo namještaj po mjeri. Svaki se element može mjerama prilagoditi zadanom prostoru i ispuniti svaki milimetar što znatno olakšava čišćenje i održavanje objekata.

Nema granica u dizajnu

Namještaj po mjeri omogućuje nam da prema vlastitim željama i potrebama kreiramo elemente koji će se savršeno uklopiti u postojeći ambijent. Široka paleta iverala, od drvnih do akrila te tisuće varijanti ručkica omogućuju nam bezbroj kombinacija. Sve što fizički

Salonski namještaj privlači niskim cijenama i relativno brzom isporukom, no njegovi iverali, dizajn, vijek trajanja i iskoristivost prostora nikada neće biti na razini namještaja po mjeri.



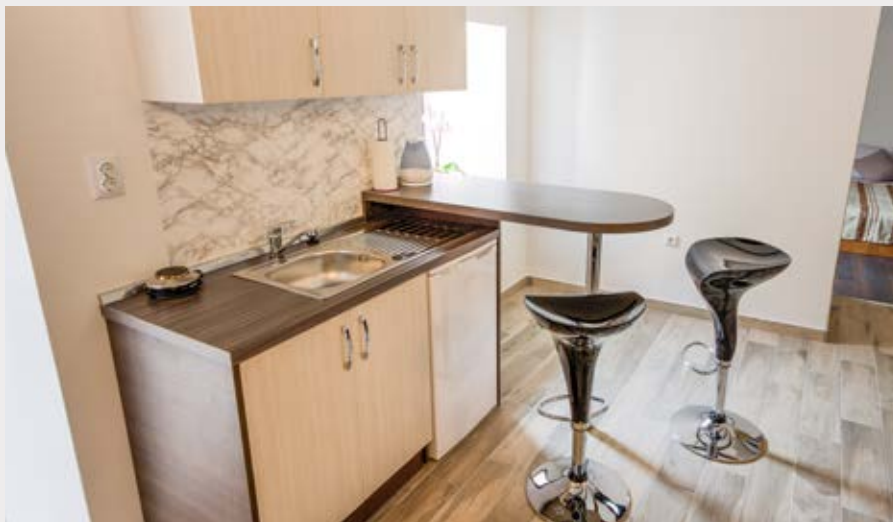
Namještaj po mjeri dozvoljava nam i da povremeno osvježimo kuhinju, ormar ili koji drugi namještaj novim dekorom. Dovoljno je zamijeniti fronte (vrata) novima ili na postojećima postaviti nove ručnice i dobili smo novu „staru“ kuhinju, ormar, komodu.



Nema više skrivenih prostora između zida i namještaja kamo se uvlači prašina, gdje se skrivaju zagubljeni predmeti i koji postaju skrovište bubama.

stane u prostor, dobar dizajner namještaja može učiniti. Kuhinje mogu imati otok, šank, zaobljene kutove radnih ploča, ugradbenu bijelu tehniku i tisuće drugih varijanti. U zidne niše mogu se uklopiti ugradbeni ormari otvorenog ili zatvorenog tipa, police, vitrine. Kreveti mogu biti niski, visoki, s uzglavljem ili bez njega, s noćnim ormarićima koji su dio kreveta i u brojnim drugim varijantama.

Ideja ima bezbroj, a prednost namještaja po mjeri je da ih može ostvariti.



Rustikalni ili moderni, vintage ili industrijski, kombinacije stilova, sve je to moguće kada se odlučimo za namještaj po mjeri.



Autor: Tomislav Matijaš, dizajner namještaja po mjeri
Kreacija j. d. o. o.
www.kreacija-interijeri.info
kreacija.interijeri@gmail.com



Elitica / Shutterstock.com

Povećajte broj posjeta uređenjem okućnice!

Prilikom dolaska gosta u Vaš smještaj, prvi dojam stvara se vanjskim izgledom okućnice. Za privlačenje gosta više nije potrebno samo ponuditi smještaj i hranu, gosti su postali zahtjevniji i sve više paze na detalje. Ponudite im nezaboravnu priču o Vašem smještaju koja će biti posebna i koju će oni dalje prepričavati i s ugodom se prisjećati svog boravka kod Vas.

Učinite im nezaboravno ispijanje jutarnje kavice u ljepotama Vašeg vrta ili pak noćna druženja na osvijetljenim terasama Vaših prostora ukrašenih primamljivim biljem.

Prije samog uređenja okućnice, koje će zadovoljiti i najzahtjevnije goste, treba pripaziti na vizualno uklapanje postojećeg objekta s krajobraznim rješenjem.

Na vrijeme se trebate odlučiti za ovakvu vrstu radova, jer svaka faza uređenja vrta ima svoje idealno razdoblje u godini za obavljanje pojedinog posla. Najčešće greške su saditi drveće i veće biljke tijekom vegetacije, saditi ih preblizu zanemarujući da biljke rastu i imaju svoju maksimalnu veličinu, ne osigurati im prihranu i dovoljnu količinu vode, zanemariti štetnike i bolesti koje se pojavljuju,... Zato Vam



preporučujem da za ovakve poslove angažirate stručnjake koji se bave krajobraznim uređenjem i kojima se neće dogoditi greške koje se događaju prilikom amaterskog uređenja. Iz iskustva Vam mogu reći da Vas prividno jeftinije rješenje na kraju ispadne daleko skuplje.

Firma Zelenko hortikultura d.o.o. nudi Vam kompletnu uslugu po principu „ključ u ruke“ za krajobrazno uređenje. Prvi korak je dolazak na teren i detaljna izmjera uz slikanje postojećeg stanja, izrada krajobraznog rješenja uz troškovnik. Zatim se prelazi na izvođenje radova s kvalitetnim materijalom i provjerenim biljkama iz domaćeg uzgoja. Ako postavimo automatsko navodnjavanje i radove obavljamo u predviđeno vrijeme za sadnju, dobivate garanciju na primitak biljaka. Najvažnije od svega je što možemo dogovoriti suradnju i za održavanje, čime ćete uvijek svojim gostima moći omogućiti pogled na lijepo uređen i održavan vrt.

Ulog u vizualni izgled okućnice je ulog u posao. Napravite dobar marketinški potez i neka se o Vašem smještaju priča!

Marko Risek,
Zelenko hortikultura d.o.o.



JESTE LI SVJESNI DA
U MINUTI MOŽE
NESTATI SVE ŠTO
STE STVARALI
CIJELI ŽIVOT?



DOMOS

IZNAJMLJUJETE SOBE, APARTMANE ILI KUĆU?

Poslujte bezbrižno!

Kako biste se zaštitili od neželjenih rizika ugovorite DOMOS - jedinstven paket osiguranja imovine koji pruža **potpuno i kvalitetno osiguranje** Vaše imovine.

Saznajte sve informacije i uvjete ugovaranja. Obratite se Vašem savjetniku za osiguranje telefonom, e-mailom ili na prodajnom mjestu.

Tel.: 021 309 888

Mob.: 091 1531 245

E-mail: davorka.filipovic-grcic@euroherc.hr

www.euroherc.hr



EUROHERC
OSIGURANJE d.d.

DOMOS

koliko Vam znači i koliko Vama vrijedi Vaš apartman?

Cilj svakog uspješnog iznajmljivača apartmana je **da se gost vraća, ali i da zadovoljstvo Vašim smještajem širi dalje**. Iznajmljivači se iz godine u godinu dodatno trude, obrazuju, ulažu u smještaj i promociju, a sve kako bi **ispunili očekivanja gostiju**. Upravo zbog toga vjerujemo da ste



u srcu priprema za sljedeću sezonu. Naravno, većina malih iznajmljivača poslovala je uspješno prošle godine i logično je da razmišljate kakvo ulaganje garantira još bolji rezultat ove sezone. Ne poznajem iznajmljivača koji dio prihoda ne ulaže u poboljšanje svog smještaja, a svatko ima svoju računicu: koliko je zaradio prošle sezone, što će unaprijediti za ovu sezonu i kako će mu se ulog isplatiti. Netko dograđuje i širi prostor, ugrađuje bazen ako može, netko uređuje postojeće apartmane, osvježava prostor novim dekorima i detaljima, a sve kako bi **Vaš smještaj bio što privlačniji gostima i ostvario brži i kvalitetniji booking**. No, na kraju priprema, kada ostvarite planirano i zadovoljni ste rezultatom, slažete račune i zadovoljno pregledavate *booking*: cilj je postignut i ulog se isplatio. Dakle, **u apartmane se ulaže iz godine u godinu što je dobro i pozitivno, jer je financijski rezultat sve bolji i bolji**.

Gosti smještaj biraju u skladu sa svojim preferencijama, a na iznajmljivaču je da prepozna svoje prednosti i njihovim isticanjem ojača

svoju poziciju u „moru sličnih“. Neki iznajmljivači koje poznajem imaju predivan smještaj u blizini borove šume i naravno da je to blagodat i svakako prednost. Neki iznajmljivači, posebno u Zagori, imaju vile s bazenima koje su na osami i garantiraju privatnost gostima, što je opet prednost.



lom stakla), ipak je razlika jeste li ili niste osigurali apartman. No, ako se u apartmanu gostu dogodi nezgoda – vjerujte, razlika je zaista velika.

Mnogi od gore navedenih iznajmljivača ugodno se iznenadilo. Sada poslušajte bezbrižno i uspješno!

Za mlađu populaciju su svakako atraktivni stambeni prostori u gradu u blizini urbanih sadržaja, pa smo svjedoci kako se mnogi stambeni stanovi u Splitu preko ljeta iznajmljuju turistima.

**Postavite sebi pitanje:
Koliko Vam znači i koliko
Vama vrijedi Vaš apartman?**

**Naime, znate li uopće kolika
je cijena osiguranja Vašeg
apartmana – cijena Vaše
sigurnosti?**

Slobodno pitajte – besplatno je!

No, ako se uslijed žege ili nepažljivog roštiljanja dogodi požar u borovoj šumi, velika je razlika jeste li ili niste osigurali apartman. Ako vila s bazenom privuče provalnike, velika je razlika je li ili nije osigurana. Ako se nekome u zgradi dogodi nezgoda (puknuće cijevi vode, požar,...) i time se ošteti apartman, velika je razlika jeste li osigurani ili niste. Ako gosti prouzroče nezgodu (požar,

Bezbrizno - jer je apartman u koji godinama ulažu zaštićen kao NOVA vrijednost i moguća nezgoda im neće nepovratno uništiti trud i višegodišnje ulaganje.

Uspješno - jer osiguranje ističu u promociji svog smještaja, posebno osiguranje gostiju i njihovih stvari, čime gostima daju na važnosti i gosti osjećaju da brinu o njima.

Za osiguranje apartmana, kuća, vila i stanova za najam kreirali smo paket osiguranja – DOMOS:

- **KVALITETAN**: obuhvaća pokriva od 10 najčešćih rizika kojima smo u stvarnom životu izloženi (požar, udar munje, tuča, izljev vode iz cijevi, eksplozija, oluja, poplava, potres, provalna krađa, lom staklenih, keramičkih i kamenih površina)

- **FLEKSIBILAN**: sami odabirete što želite osigurati (građevinu, pokretne ili oboje) i odabirete kombinaciju pokrivača (možete isključiti do 3 dodatna rizika)

Želimo Vam uspješnu sezonu, a za sve informacije, savjet i ponude na raspolaganju smo Vam!

VAŠA PITANJA

Na pitanja odgovara Nela Kovačević, dipl. iur.
nelakovacevic9@gmail.com
Udruga za zaštitu potrošača



Može li strani državljanin pružati ugostiteljske usluge u domaćinstvu tj. iznajmljivati kuću u Republici Hrvatskoj, koje je vlasnik?

Samo državljani država članica Europskoga gospodarskog prostora i Švicarske Konfederacije mogu pod istim uvjetima kao i državljani Republike Hrvatske pružati ugostiteljske usluge u domaćinstvu. (članak 30. stavak 2. Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti)

Smatra li se boravak 20 osoba koje nisu članovi uže obitelji, u skladu s posebnim propisom kojim se propisuje obveza plaćanja boravišne pristojbe u kući za odmor na moru tijekom turističke sezone, pružanjem ugostiteljskih usluga u domaćinstvu?

Boravak do 15 osoba koje nisu članovi uže obitelji u skladu s posebnim propisom kojim se propisuje obveza plaćanja boravišne pristojbe u stanovima, apartmanima i kućama za odmor, u turističkim mjestima kojima je posebnim propisom razdobljem glavne turističke sezone obuhvaćeno razdoblje od 15. lipnja do 15. rujna, u tom razdoblju ne smatra se pružanjem ugostiteljskih usluga u domaćinstvu. Međutim, ako bi se navedenim osobama, pa iako to bilo i samo jednoj od tih osoba, naplaćivala usluga smještaja smatramo da bi se u tom slučaju radilo o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu, za što je u skladu s člankom 34. Zakona potrebno ishoditi rješenje o odobrenju nadležnog ureda. (Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, članak 33.)

Moram li kao mali iznajmljivač koji ima dva apartmana imati vatrootpornu tkaninu?

U skladu s propisima u nadležnosti turističkih inspektora Ministarstva turizma, pružatelji ugostiteljskih usluga smještaja, bez obzira radi li se o ugostiteljima (trgovačka društva, obrtnici i dr. koji ugostiteljsku djelatnost mogu obavljati u skladu s člankom 3. Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti - „Narodne novine“ br. 138/06, 152/08, 43/09, 88/10, 50/12, 80/13 i 30/14) ili o pružateljima ugostiteljskih usluga u domaćinstvu (iznajmljivačima) ne moraju smještajne objekte opremiti vatrootpornom tkaninom za gašenje požara. Vodootporne tkanine obvezni su imati samo u slučaju da pružaju usluge doručka, polupansiona ili pansiona (a što je neobavezno), i to u posebnim, za pripremanje i usluživanje hrane namijenjenim prostorijama, a ne u smještajnim objektima.



SPLITSKO
DALMATINSKA
ŽUPANIJA

Obiteljski smještaj polako ali sigurno pretvaramo u kvalitetan turistički proizvod

S 15,1 milijuna noćenja i 2,7 milijuna dolazaka u 2016., što znači povećanje od 11% u dolascima i 12% u noćenjima, Splitsko-dalmatinska županija bilježi rekorde te pozicionirana je odmah iza Istarske županije.

Joško Stella, direktor Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije

Tajna je u inovativnoj ponudi koja uključuje nove marketinške alate, ali i kulturu i tradiciju, sve to uz kvalitetnu promociju na domaćem i stranom tržištu. U svemu tome Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije nije zanemarila privatni smještaj.

Direktor Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije suočio se s velikim brojem smještajnih jedinica, većinom vrlo niske kvalitete. Mnogi su to smatrali slabom točkom u turizmu županije, što je i bila, ali direktor je odlučio upravo tu slabost pretvoriti u snagu.

Dobro osmišljenom strategijom, promišljenom komunikacijom prema iznajmljivačima, brojnim aktivnostima i uz mnogo vremena i energije obiteljski smještaj u Splitsko-dalmatinskoj županiji ne može se mjeriti s onim od prije nekoliko godina.

Danas su mali iznajmljivači u Splitsko-dalmatinskoj županiji značajno podigli kvalitetu svog smještaja, njegovu prezentaciju, način poslovanja, a time i prihode. Mnogima od njih već dugo ovo nije samo dodatni prihod.

S ciljem daljnjeg motiviranja privatnih iznajmljivača i daljnjeg povećanja kvalitete privatnog

Planira se i u 2017. godini pružiti potporu razvoju obiteljskog smještaja u obliku organiziranja novih edukacija te poboljšanja marketinških aktivnosti obiteljskog smještaja koristeći nove online alate.

smještaja na području Županije, planira se i u 2017. godini pružiti potporu razvoju obiteljskog smještaja u obliku organiziranja novih edukacija te poboljšanja marketinških aktivnosti obiteljskog smještaja koristeći nove online alate.

Cilj ovog projekta je pomoći privatnim iznajmljivačima u promotivnim aktivnostima, njihovoj boljoj prepoznatljivosti na tržištu i specifičnim znanjima kako unaprijediti proizvod što će u konačnici rezultirati boljom popunjenošću kapaciteta.

Kako bi tržište prepoznalo Splitsko-dalmatinsku županiju kao kvalitetnu destinaciju, važno je dalje unaprjeđivati kvalitetu obiteljskog smještaja koji čini više od 60% smještajnih kapaciteta na području Županije i jedan je od najznačajnijih čimbenika turističkog proizvoda.

Udio obiteljskog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima Splitsko-dalmatinske županije iznosi više od 60%.

„Privatni smještaj kao turistički proizvod na tržištu još uvijek nije dovoljno prepoznatljiv u kontekstu kvalitete, cijene i distribucije te je ovaj segment turističke ponude nužno i dalje poticati i usmjeravati prema novim tržišnim trendovima” – rekao nam je Joško Stella, direktor Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije.

Upravo to se i radi, najviše edukacijama u suradnji s Privatnom srednjom školom

„Ovaj segment turističke ponude nužno je i dalje poticati i usmjeravati prema novim tržišnim trendovima” – rekao nam je Joško Stella, direktor Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije.

Wallner, lokalnim ustrojem turističkih zajednica na području Županije te Savjetovalištem za obiteljski smještaj. Edukacije se sastoje od teorijske nastave i praktičnih prezentacija odabranih poglavlja iz turističke djelatnosti, složenih u module koje prezentiraju stručni odabrani predavači.

U planu za 2017. godinu je organizacija posebne javne tribine na temu razvoja i unaprjeđenja privatnog smještaja na području Županije s mnogobrojnim relevantnim sudionicima iz zemlje i inozemstva.

S ciljem još boljeg informiranja privatnih iznajmljivača, TZ Splitsko-dalmatinska pokrenula je na svojim internetskim stranicama poseban KUTAK ZA PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE putem kojeg se privatnim iznajmljivačima prezentiraju novosti vezane za rad i poslovanje iznajmljivača u domaćinstvima te ih se upoznaje s mogućnostima edukacija i stručnog osposobljavanja za nove kanale komunikacije. Ujedno „kutak” se kontinuirano nadopunjuje novim sadržajima poput bloga, priručnika za iznajmljivače i savjetnika.



SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije

Prilaz braće Kaliterna 10/1, 21000 Split, Hrvatska

tel/fax: +385 (0) 21 490 032, 490 033, 490 036

Srce Jadrana

HRVATSKA

Puna života

www.dalmatia.hr • info@dalmatia.hr

UTJECAJ TURISTIČKIH ZAJEDNICA NA POVEĆANJE KVALITETE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA

Osnovne zadaće turističke zajednice, prema Zakonu o Turističkim zajednicama, pored promicanja hrvatskog turizma, je i promoviranje turističke destinacije.

Uloga Turističke zajednice općine ili grada ima značajnu ulogu u uspješnosti poslovanja malih iznajmljivača. Mnoge turističke zajednice imaju brojne aktivnosti koje provode, a koje pridonose boljoj popunjenosti obiteljskog smještaja. Uloga turističke zajednice je osigurati malim iznajmljivačima uvjete kojima će oni sami ostvariti što veće prihode, a ne posredovati u poslovanju.

Predstavljamo najaktivnije turističke zajednice koje su podijelile s nama konkretne aktivnosti koje utječu na povećanje kvalitete obiteljskog smještaja. Kolika je kvaliteta njihova rada najbolje govore postoci i brojevi povećanja noćenja u obiteljskom smještaju.



TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA KUTINE

Turistička zajednica Grada Kutine, u skladu sa svojim zadaćama, surađuje sa svojim privatnim iznajmljivačima kroz promotivne aktivnosti: odlasci na sajmove, posebne prezentacije, izrada promotivnih materijala s popisom iznajmljivača (popis se nalazi u gotovo svakoj brošuri). U svom uredu, telefonski ili *e-mailom* šaljemo adresar iznajmljivača svim zainteresiranim. Na svojoj *web*-stranici redovito ažuriramo popis s fotografijama i svim važnim informacijama, a putem facebook stranice redovno prezentiramo smještajne objekte. Adresar iznajmljivača nalazi se i u svim mobilnim aplikacijama TZG Kutine (Vision One, Vodič Kutine).



TURISTIČKA ZAJEDNICA
Općine Blato

TZ Blato ima "Kutak za iznajmljivače" koji redovito ažurira. Putem svojih stranica i kroz kutak maksimalno su na raspolaganju svojim iznajmljivačima što se tiče informiranja, te svi obrasci s njihovih *web*-stranica također mogu se dobiti i u uredu u tiskanom obliku: <http://www.tzo-blato.hr/b2b/kutak-za-iznajmljivace>. Turistička zajednica im redovito šalje obavijesti, podsjetnike i novosti u smislu propisa i zakona, izmjena i dopuna, putem *mailing* lista (min. 1x mjesečno, po potrebi i češće) te vezane obavijesti objavljuju i na svojim stranicama <http://www.tzo-blato.hr/b2b>





TZ središnje Istre organizira ciklus edukacija za iznajmljivače, koji se održava u veljači 2017. Na svojoj stranici objavljuju i druge vijesti za iznajmljivače: <http://www.central-istria.com/hr/sluzbeni-dio/za-iznajmljivace>. Svi registrirani iznajmljivači su objavljeni na njihovim stranicama, a već su imali i nekoliko serija sufinanciranog tečaja njemačkog i engleskog jezika za iznajmljivače.



TZO Svetvinčenat organizira za sve male iznajmljivače u okviru svoje općine tečajevne stranih jezika (engleskog i njemačkog), educira iznajmljivače za korištenje programa za prijavu gostiju putem interneta, promovira smještajne kapacitete putem *web*-portala turističke zajednice, organizira i prezentira u smislu informiranja privatnih iznajmljivača o mogućnostima korištenja nepovratnih financijskih sredstava iz europskih fondova te o mogućnosti prijave na natječaje u smislu financiranja dodatnih sadržaja za poboljšanje ponude postojećih smještajnih objekata.



TZ Trpanj redovito organizira edukacije za male iznajmljivače kako bi podigla kvalitetu njihove ponude i unaprijedila način poslovanja.

Ured turističke zajednice dostupan je svim malim iznajmljivačima za razna pitanja, zahtjeve i pomoć u poslovanju. Iz godine u godinu kvaliteta poslovanja, kvaliteta objekata i same prezentacije neprestano raste što se odražava i na broj noćenja ali i prihode od privatnog smještaja.

Motovun je mala općina koja broji tek 1002 stanovnika. Posljednjih godina brendirala se kao poznata turistička destinacija te obiteljski je smještaj u velikom porastu. Trenutno u Motovunu imamo 599 ležajeva i to u većinom u obiteljskom smještaju.

Turistička zajednica Općine

Motovun tijekom godine organizira nekoliko sastanaka na kojima se sastaju iznajmljivači kako bi se raspravljalo o tekućoj i protekloj sezoni, aktualnim temama, novostima, mogućnostima poboljšanja i slično.

Uz to, organiziraju se i razne radionice na kojima iznajmljivači dobivaju primjere iz prakse, informacije o dodatnim sadržajima u destinaciji, korisnim savjetima i aktualnim temama iz struke.

Redovitim obavještavanjem o manifestacijama i sličnim događajima putem *e-maila* iznajmljivači su informirani što mogu ponuditi turistima tijekom godine. Isto tako iznajmljivače se informira putem eVisitora.

Turistička zajednica organizira mnoštvo manifestacija i manjih događaja, a kao najveće Festival Veli Jože u predsezoni te Festival terana i tartufa u postsezoni upravo kako bi se povećao broj dolazaka i noćenja u destinaciji.

TZ je 2016. kandidirala Motovun kao TOP destinaciju te dobili smo priznanje za ulazak u finale TOP destinacije ruralnog turizma Hrvatske što je dodatan plus za promociju destinacije i pomoć iznajmljivačima u njihovom poslovanju.



Turistička zajednica Grada Buzeta svim iznajmljivačima koji nude uslugu smještaja na području djelovanja TZ-a nudi besplatno oglašavanje na službenim stranicama TZ Grada Buzeta. Na taj se način iznajmljivaču pruža prilika da kroz fotografije i tekstualni dio potencijalnim gostima pruži uvid u sam objekt koji nudi. Osim toga, na mrežnim stranicama postoji rubrika za iznajmljivače gdje

se nalaze sve važne obavijesti i zakonski propisi, ali i savjeti koji se tiču direktno njih.

Osim vlastitih mrežnih stranica, koriste i eVisitor sustav za prenašanje važnih obavijesti iznajmljivačima. Za iznajmljivače organiziraju razne radionice, edukacije i tečajeve.

Turistička zajednica Grada Crikvenice svake godine kandidira jednoga iznajmljivača s područja Rivijere Crikvenice za nagradu Hrvatske turističke zajednice "Čovjek ključ uspjeha" u kategoriji "privatni iznajmljivač". Već su nekoliko puta osvojili vrijedna priznanja na županijskoj i državnoj razini, čemu se zajednički vesele iznajmljivači i djelatnici TZG Crikvenice.

TZG Crikvenice uvijek se rado odaziva i na poziv iznajmljivača koji već desetljećima imaju dugogodišnje vjerne goste te im tom prilikom priprema prigodan dar i potom uživaju u zajedničkom druženju u domu iznajmljivača.

Između ostalog, turistička zajednica organizira svake godine edukacije koje izazivaju veliki interes privatnih iznajmljivača s Rivijere Crikvenice, koji pritom često pohvaljuju inicijativu i angažman TZG Crikvenice. Ovakva će se praksa svakako nastaviti i dalje provoditi.



Turistička zajednica Dugi Otok, organizira akciju biranja najljepšeg vrta i okućnice. Tako unapređuju kvalitetu obiteljskog smještaja na svojoj destinaciji. Prema istraživanjima koja su rađena u mediteranskim zemljama gosti su istaknuli važnost uređenja okućnice kao jedan od važnih elementa pri odabiru smještaja. U skladu s istim, TZ Dugi Otok dijeli i sadnice sezonskog cvijeća kao poticaj svima onima koji na ovaj način podižu kvalitetu svog smještaja a time i čitave destinacije.

PROJEKTIRANJE · IZGRADNJA · ODRŽAVANJE

bazeniplus.hr
BAZENI I HIDROMASAŽNE KADE

prate nas na

Bazeni Plus d.o.o.
Domovinskog rata 68,
HR - 21204 Dugopolje

Poslovnica Šine:
Slanice 22, 21000 Split

Tel./fax: 021/656-005
Mob: 095/905-3084
E-mail: info@bazeniplus.hr
Web: www.bazeniplus.hr

najveći izbor
mozaika
BETSAN
MOZAIX

hidromasažne
kade
DIMENSION ONE SPAS

ON LINE PRODAJA
www.bazeniplus-shop.hr

kemikalije za bazene
CHEMOFORM AG



TZ Karlovačke županije

Kroz edukacije za male iznajmljivače mi im direktno pomažemo osigurati uvjete u kojima će oni sami ostvarivati višu kvalitetu usluga, kroz to biti konkurentniji i na kraju postići bolju cijenu za svoj objekt koji iznajmljuju. Iznajmljivači koji nađu

vremena za naše edukacije postaju uspješniji u svom poslu, a gosti zadovoljniji. Zadovoljan gost vratit će se i uz to širiti pozitivnu priču i preporuke u svom mjestu gdje živi, što može u idućim sezonama dovesti i druge goste. Promocija destinacije i razvoj novih turističkih proizvoda podloga su za uspješnost kvalitete poslovanja i u obiteljskom smještaju.



TZO Kolan radi na poboljšanju kvalitete privatnog smještaja te u skladu s time privatnim iznajmljivačima na području naše zajednice omogućili smo da se besplatno oglašavaju na službenoj web-stranici <http://tzkolan-mandre.com/hr/ponuda-apartmana/165/showCategory/46-Privatni%20smje%C5%A1taj>.



Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije

Krajem 2016. g. organizirali su edukaciju pod nazivom Mali iznajmljivač-veliki posao u suradnji s tvrtkom Interligo d.o.o. iz Splita, a sve s ciljem podizanja kvalitete ponude privatnog smještaja na njihovom području. U stalnim su kontaktima s privatnim iznajmljivačima, osobito s područja gdje nema lokalne turističke zajednice te kontinuirano šalju sve obavijesti, ponude i novosti svim iznajmljivačima kako bi bili informirani i tako još više unaprijedili vlastiti posao. Na svojim stranicama redovito ažuriraju popis privatnog smještaja ali i smještaja općenito.



TURISTIČKA
ZAJEDNICA
GRADA

Korčule

Turistička zajednica Grada Korčule

osigurava svim privatnim

iznajmljivačima prezentaciju njihovih kapaciteta na službenoj web-stranici TZ Grada Korčule <http://www.visitkorcula.eu>. Svi mali iznajmljivači mogu prezentirati svoje smještajne jedinice fotografijom, opisno ali i s točnom lokacijom na karti.





TZO Baška provodi istraživanje tržišta Mystery shopping / Tajni gost (Heraklea), s ciljem praćenja kvalitete usluge kako bi utvrdili kvalitetu destinacije te kako bi se nedostaci uz edukativne mjere mogle otkloniti. Cilj prošlogodišnjeg mjerenja bio je prikaz stanja turističke ponude za vrijeme turističke sezone te kvaliteta uslužnosti prema turistima koji posjećuju otok Krk i Bašku, kao i usporedba s prethodnim godinom. Ukupan rezultat ostvaren prilikom posjeta lokacijama u destinaciji Baška, u srpnju i rujnu 2016., iznosi 66,58%, odnosno poštivano je dvije trećine zadanih standarda kvalitete usluge.

Ivana Kovačić, direktorica TZO Baška



Turistička zajednica Grada Malog Lošinja

iako poznata kao destinacija koja ima bogatu hotelsku smještajnu ponudu, prepoznala je

važnost i snagu obiteljskog smještaja. Dugi niz godina ova turistička zajednica radi na osvještavanju svojih iznajmljivača o važnosti uređenja, komunikacije, prezentacije, oglašavanja, ... Kroz edukacije, savjetovanja, javne pozive za sufinanciranje elemenata koji podižu kvalitetu smještaja, nagrađivanja, anketiranja gostiju, ... danas lošinjski iznajmljivači imaju izuzetno kvalitetnu ponudu koju kontinuirano unapređuju.

Turistička zajednica usmjerila je brojne aktivnosti prema malim iznajmljivačima.

Ovog puta ističemo već tradicionalni godišnji Forum iznajmljivača 'Inovativni privatni' koji se održava s ciljem primjene novih ideja, usluga i proizvoda u unapređenju kvalitete privatnog smještaja. Turistička zajednica okuplja iznajmljivače s područja Grada Malog Lošinja te ih upoznaje s novitetima u turističkoj ponudi, kapitalnim investicijama i ulaganjima na Lošinju, zakonskim regulativama, marketingom privatnog smještaja i drugim informacijama, predstavnici gradskih službi i institucija odgovaraju na upite iznajmljivača, a mnogobrojni partneri u destinaciji dodjeljuju prigodne popuste za uređenje obiteljskog smještaja.

TZG Novalja

Protekle godine za iznajmljivače napravili su mobilnu aplikaciju Last minute Novalja, koja omogućuje brzi pregled trenutačno slobodnih kapaciteta u obiteljskom smještaju. Izradila ju je tvrtka Spring Media, koja je 2015. godine dobila nagradu na Danima turizma kao najbolja u kategoriji digitalnih medija. Zatim tu je i mobilna aplikacija Pointers Island Pag, čija je osnovna svrha bila upoznavanje krajnjeg korisnika tj. gosta kako se lakše

kretati po otoku, upoznavanje nekomercijalnih i komercijalnih sadržaja, uključivanje GPS-a do konačnog odredišta (iznajmljivača), prikaz aktualnih manifestacija na otoku, pružanje korisnih informacija itd. koju iznajmljivači mogu besplatno skinuti te izravno promovirati nove digitalne sadržaje koje pruža lokalna zajednica. Također, aplikacija je korisna i za iznajmljivače jer unutar nje mogu oglašavati svoju ponudu.





Upravo zbog činjenice da obiteljski iznajmljivači čine više od 80% ukupnih turističkih kapaciteta **TZG Omiša** nastoji u svakodnevnom radu aktivno surađivati sa svojim članovima kroz brojne projekte i aktivnosti usmjerene na podizanje kvalitete, promociju destinacije i razvoj novih proizvoda. Naše aktivnosti su:

Pregled svih bitnih informacija na *web*-stranici: <http://www.visitomis.hr/hr/faq>.

Svake godine organiziramo nekoliko ciklusa edukacija na teme: uređenje apartmana i komunikacija, oglašavanje i *online* alati, EU fondovi, smanjenje troškova i važnosti udruživanja, praktična edukacija o Airbnbu, administrativno poslovanje malih iznajmljivača, eVisitor itd. Redovno slanje *newslettera* iznajmljivačima koje TZG Omiš ima u svojoj bazi. Organizirani tečaj engleskog i njemačkog jezika za male iznajmljivače. Projekt „The best of Omiš“ - program standardizacije kvalitete privatnog smještaja i proglašenje najboljih objekata.



Privatni smještaja je vrlo važan za općinu Orebic s obzirom na to da 41,6% svih noćenja ostvaruju privatni iznajmljivači (25% kampovi, 18% hoteli).

TZO Orebic na svojoj *web*-stranici oglašava i privatni smještaj (<http://www.visitorebic-croatia.hr/hr/Smjestaj/Privatni>).

Za sve iznajmljivače otvoren je pult za prijavu gostiju te se za sva pitanja vezana za iznajmljivanje mogu obratiti djelatnicima TZ-e.

TZO Orebic organizira i brojne edukacije za privatne iznajmljivače od edukacija za pravilnu prijavu gostiju, propisa iz turizma kao i marketinga u turizmu odnosno pronalaženja najboljeg puta za oglašavanje.



PODSTRANA Turistička zajednica Općine Podstrana

na različitim kanalima utječe na povećanje kvalitete poslovanja svih pružatelja ugostiteljskih usluga. Jedna od mjera koju trenutačno planiraju je edukativno informativni letak u kojem žele pomoći, ali i obratiti pozornost svojem iznajmljivaču da pruži svojem gostu što ljepši doživljaj tijekom boravka u njihovoj destinaciji. Iznajmljivačima također nude unificirani kućni red, cjenik i upute za slučaj nastanka požara.



TZ Povljana je angažirala profesionalnog fotografa

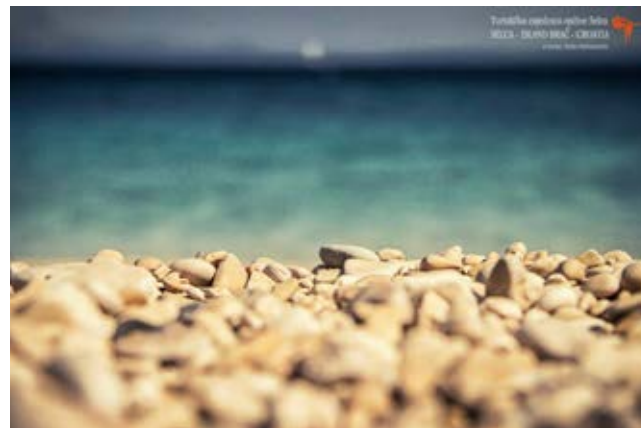
koji je poslikao izvana objekte svih iznajmljivača s područja turističke zajednice i financirala to iz proračuna. Tada je prikupila s interneta kontakte tih iznajmljivača: telefon, *e-mail*, *web*-stranica (ako je imaju) i sve to objavila na stranici www.visitpovljana.eu. Naime, pozicionirali su svaki objekt u prostoru (na mapi Povljane) i uz fotografiju navedeni su spomenuti kontakti.





Pored mnogih promotivnih kampanja baziranih na *online* promociji *web*-stranice **TZ Rogoznica** na kojoj su besplatno oglašeni svi privatni iznajmljivači koji to žele, djelatnici turističke zajednice su godišnje fizički prisutni na tri do četiri sajma ili prezentacije, a njihovi materijali na još dvadeset sajmova s TZ županije i HTZ-om.

Turistička zajednica Općine Selca na službenoj *web*-stranici ažurirala je adresar malih iznajmljivača, s njihovim podacima i fotografijama privatnog smještaja, što omogućava zainteresiranim stranama brz i jednostavan pregled dostupnog smještaja na području djelovanja TZ-a. Kroz uređenje službene *web*-stranice, njezinim osvježavanjem novim fotografijama destinacije, komuniciranjem preko službene facebook stranice, TZ općine Selca kontinuirano doprinosi prepoznavanju destinacije kao poželjnog mjesta za provođenje odmora u smještajnim kapacitetima malih iznajmljivača.



TZO Ston
i ove godine
točnije 18. i 19.
ožujka, organizira
"Dan malostonske

kamenice", već tradicionalnu manifestaciju. Osim školjkara koji će na svojim maunama nuditi degustaciju kamenice, na rivi u Malom Stonu moći će se degustirati i vrhunska pelješka vina. Liga protiv raka Pelješac, Korčula, Mljet i Lastovo ponudit će slastice iz kućne radinosti. Cjelodnevna prezentacija nositelja oznake Hrvatskog Otočnog Proizvoda ponudit će tradicionalne proizvode vrhunske kvalitete. Cjelodnevno događanje Dana malostonske kamenice pratit će zvuci dalmatinske glazbe, nastup folklor, Glazbe Ston i tombole. Pored Hotela u Malom Stonu, gosti ove manifestacije koriste privatni smještaj na cijelom području.

GALERIJA DRVA

**PARKETI - ULAZNA I SOBNA VRATA - PROZORI
DEKORATIVNI KAMEN - POSTAVA I UGRADNJA**

SPLIT - VUKOVARSKA 156b; Tel.: 021 277 250; 099 310 69 78
www.galerijadrva.hr

Hrvatska kvaliteta



Vrhunska PVC i ALU stolarija

Izrađeno po mjeri!

- PROZORI
- BALKONSKA VRATA
- ULAZNA VRATA
- KLIZNE STIJENE
- GRILJE
- ROLETE
- ŠIBER
- KOMARNICI



SPLIT, Stinice 12 • 021/ 393-445, 490-811
 adria-prozori@adria-prozori.hr
 www.adria-prozori.hr



Shvaćajući važnost kvalitetne komunikacije i poznavanja stranih jezika, TZ Vela Luka svake godine organizira tečajeve stranih jezika za privatne iznajmljivače. Također doniranjem sadnica aromatičnog bilja nastoji podignuti svijest kako iznajmljivača tako i ostalog stanovništva, o važnosti uređenja okućnica, vrtova ali i samog mjesta.

Međutim zasigurno najvažniji primjer dobre komunikacije **TZ Vela Luka** i lokalne zajednice je Festival Vela Luka Outdoor - vikend trekinga i biciklizma. Ovaj događaj koji organiziramo u rujnu privlači velik broj zaljubljenika u aktivni turizam i prirodu ali i domaćeg stanovništva te okuplja i udružuje privatne iznajmljivače, članove lokalnih sportskih društava i ostale volontere. TZ Vela Luka povezuje sudionike utrke s privatnim iznajmljivačima, također koordinira rad volontera, te ostalih organizatora: HGSS-a, Kluba Strka i BK Timuna. Ne zaboravljamo ni na kulturu, pa smo na predivnoj šetnici uz more a u suradnji s udrugom Likovno stvaralaštvo, postavili mozaikom označenu točku: Mjesto ljubljenja / Kissing Spot. Ovo je postalo nezaobilazno mjesto mnogih turista. Ali postaje i novi brend mjesta kao odlične destinacije za medeni mjesec.



S obzirom na to da je najvažniji cilj **Turističke zajednice Vinodolske općine** razvojem turizma poboljšati životni standard stanovništva Vinodola, a to je moguće ostvariti uključivanjem stanovnika u iznajmljivanje soba, apartmana i kuća, Turistička zajednica redovito organizira edukativno-informativne sastanke i radionice jer smatraju da podizanje svijesti i edukacija svih sudionika turističkog prometa predstavlja važnu zadaću sustava.





TZ Grada Vodica izdaje katalog privatnog smještaja koji se distribuira na turističkim sajmovima i u njihovim turističko-informativnim centrima. Katalog sadrži podatke, fotografije i direktni kontakt iznajmljivača. Podaci su istaknuti na *web*-stranici turističke zajednice - http://www.vodice.hr/assets/files/Promo%20materijali/privatni_smjestaj_2015.pdf Uz katalog, organiziraju se i edukacije za iznajmljivače, program vjernosti za goste, nagrađivanja najuspješnijih iznajmljivača...



.....
Turistička zajednica
općine Vrsar

TZO Vrsar izradila je katalog privatnog smještaja koji se trenutno prenosi i u digitalni oblik. Osim kataloga kompletna ponuda privatnog smještaja nalazi se na *web*-stranici turističke zajednice. Iznajmljivači mogu sami mijenjati podatke i dodavati fotografije, to za njih radi i turistička zajednica ako joj daju odgovarajuće informacije i materijale. U svakom promotivnom tekstu o turističkoj ponudi u destinaciji spominje se i bogata ponuda privatnog smještaja.



TURISTIČKA
ZAJEDNICA
OPĆINE ŽMINJ

U zimskom periodu svake godine **TZO Žminj** organizira tečaj njemačkog jezika koji je prilagođen upravo iznajmljivačima (s obzirom na to da njihovi gosti većim dijelom dolaze iz njemačkog govornog područja), a krenut će se i s tečajem engleskog jezika.

Nakon sezone redovito se organiziraju i edukacije, čiji je cilj upoznati iznajmljivače s novitetima na tržištu, novim

zakonskim regulativama, uređenjem interijera, posebnim programima ili novim natjecajima na koje se mogu i oni prijaviti.

Iznajmljivače se redovito obavještava elektroničkom poštom o svakoj zakonskoj promjeni, novitetima s tržišta, manifestacijama koje se održavaju na njihovom području i šire.

Svakom se iznajmljivaču nudi besplatno oglašavanje na službenim stranicama turističke zajednice općine Žminj (10 fotografija + osnovni kontakti iznajmljivača).

Iznajmljivač svakodnevno može u uredu turističke zajednice dobiti besplatan promotivni materijal koji može podijeliti svojim gostima (karte, brošure,...).

Ako iznajmljivač teže govori i/ili razumije neki strani jezik, uvijek su na raspolaganju da pomognu u konverzaciji s gostom, bilo pisanim ili usmenim putem.

Trenutak za odmor, kutak za humor

Neobična pitanja koja su prikupili djelatnici u turizmu, a nama izmamili osmijeh na lica. Primjeri odgovora koje nikako ne smijete napisati, ali nije grijeh sebi promrmljati u bradu :-)



Prema istinitom događaju, iskustvo Igora Orlandinija koji je u prikazanoj situaciji bio u ulozi prevoditelja.

Ima li na otoku bankomat? Možete li mi poslati popis svih bankomata koji se nalaze na otoku?

Od čega je vaš zadnji rob umro.

Molim vas pošaljite mi popis svih liječnika koji raspolažu serumom protiv ugriza čegrtuše.

Čegrtuše žive u Americi, odakle vi dolazite. Sve naše zmije su bezopasne i lako ih je pripitomiti.

Ima li u Dalmaciji samoposluživanje i može li se mlijeko u prahu kupiti tijekom cijele godine?

Ne, kod nas je mlijeko protuzakonito, mi smo vegani.

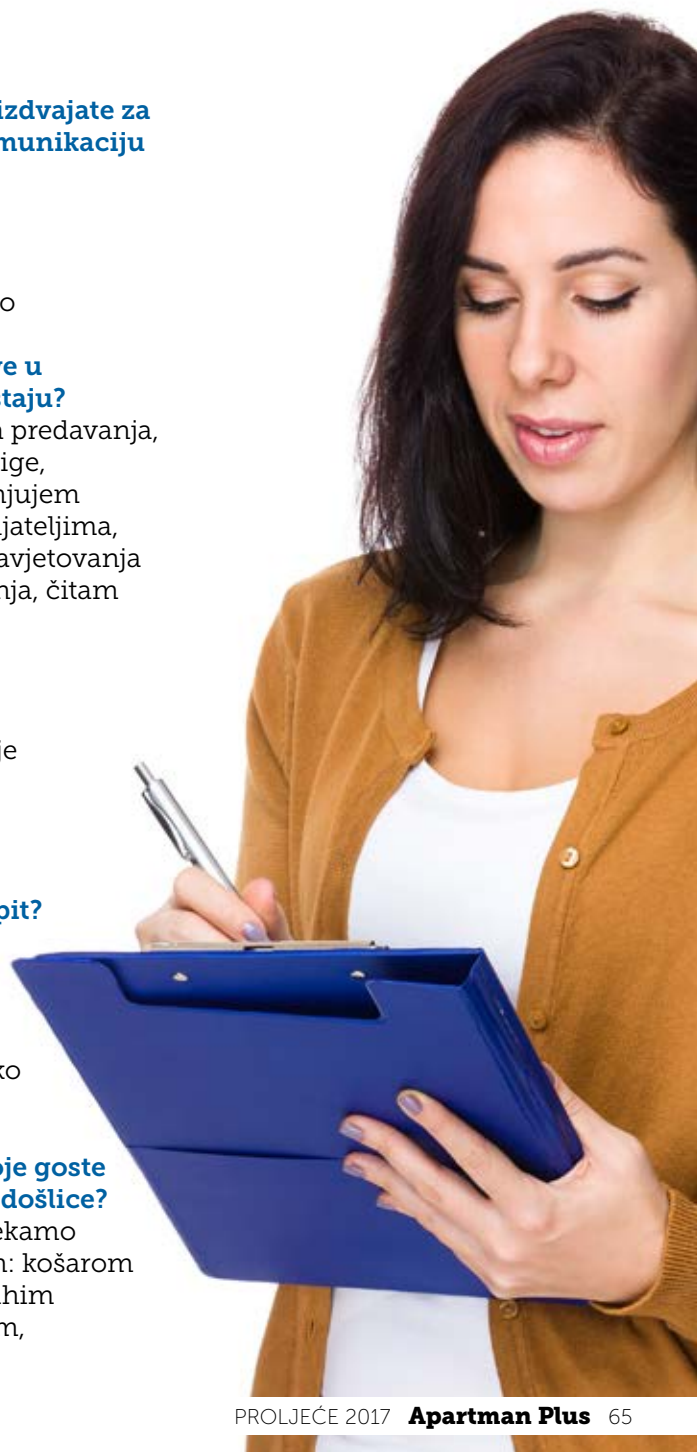
Slavite li Božić u Hrvatskoj?

Da, ali samo 25. 12.

Koliki je vaš potencijal da biste bili uspješan iznajmljivač

Zaokružite točan odgovor:

- 1. Vaš objekt nalazi se:**
 - a) u poznatoj turističkoj destinaciji
 - b) u malom primorskom mjestu
 - c) u većem gradu
 - d) u ruralnom području daleko od turističkih zbivanja
- 2. Vaš objekt je:**
 - a) luksuzan
 - b) *comfort*
 - c) *economic*
- 3. Pružanje ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu je vaš:**
 - a) osnovni izvor prihoda
 - b) dodatni izvor prihoda
- 4. Fotografije vašeg objekta su:**
 - a) izradio je profesionalni fotograf
 - b) samostalno ste izradili fotografije ali su jako kvalitetne
 - c) napravili ste fotografije mobitelom, vidi se sve što je potrebno
 - d) nemate kvalitetne fotografije ali vaši se gosti ugodno iznenade kad dođu k vama
- 5. Oglašavate se:**
 - a) samostalno, putem portala, vlastite internetske stranice i javljaju vam se stari gosti
 - b) samostalno, putem portala
 - c) turistički agent oglašava vaš smještaj
 - d) samo preko turističke agencije
- 6. Koliko vremena izdvajate za oglašavanje i komunikaciju s gostima?**
 - a) Svaki dan
 - b) Tri dana u tjednu
 - c) Jednom tjedno
 - d) Jednom mjesečno
- 7. Pratite li trendove u privatnom smještaju?**
 - a) Redovito idem na predavanja, čitam portale, knjige, časopise, razmjenjujem informacije sa prijateljima, koristim usluge savjetovanja
 - b) Idem na predavanja, čitam portale
 - c) Razmjenjujem informacije sa poznanicima
 - d) Znam sve što mi je potrebno za poslovanje
- 8. U kojem roku odgovarate na upit?**
 - a) Odmah, u roku od pola sata
 - b) Unutar 2 sata
 - c) Isti dan
 - d) U roku od nekoliko dana
- 9. Dočekujete li svoje goste poklonom dobrodošlice?**
 - a) Uvijek goste dočekamo s nekom sitnicom: košarom voća, rakijom i suhim smokvama, sokom, krafnama i sl.



- b) Gostima ostavimo pun frižider: pivo, mlijeko, kavu, sokove,...
- c) Nemamo običaj ostaviti gostima poklon dobrodošlice

10. Kako komunicirate s gostima nakon njihovog odlaska?

- a) Gostima pošaljemo pismo zahvale, čestitamo im Novu godinu, pred ljetno im pošaljemo ponudu s popustom
- b) Gostima čestitamo Novu godinu
- c) Gostima pošaljemo pismo zahvale
- d) Ne komuniciramo s gostima nakon njihova odlaska

11. Koja je prva reakcija vaših gostiju kad dođu u vaš objekt?

- a) Kažu da je isto kao na fotografijama
- b) Ugodno su iznenađeni, puno je bolje nego na fotografijama
- c) Ne komentiraju
- d) Razočarani su, više su očekivali

12. Suradujete li sa susjedima koji također imaju apartmane, kuće ili sobe?

- a) Da, uvijek. Ako sam popunjen gostima dam kontakt mog susjeda, isto učini i susjed za mene. Također razmjenjujemo informacije o portalima i agencijama. Ako moj susjed dobro radi i ja ću.
- b) Ako sam popunjen gostima dam kontakt mog susjeda, isto učini i susjed za mene, ali ne otkrivam svoje kanale oglašavanja.

- c) Ne, oni su moja konkurencija.

13. Koju vrstu gostiju najviše volite?

- a) Volim sve vrste gostiju, najvažnije je da ih je što više.
- b) Volim mirne goste, bez djece.

14. Pružate li svojim gostima nešto "više"?

- a) Imamo bazen, saunu, nudimo doručak, prijevoz, organizaciju izleta
- b) Nudimo gostima organizaciju izleta, prijevoza i sve što im je potrebno
- c) Osim smještaja nemamo drugu ponudu

15. Po čemu ste bolji od drugih iznajmljivača?

- a) Imam kvalitetan smještaj, na dobroj lokaciji, ulažem puno u oglašavanje i odnos s gostima, pratim trendove
- b) Imam kvalitetan smještaj, ulažem u oglašavanje, imam odličan odnos s gostima
- c) Radim sa kvalitetnom agencijom
- d) Imam sreće i vraćaju mi se stari gosti

16. Koliko ulažete godišnje u svoj smještaj?

- a) Pratim trendove i uvijek dodam nešto u ponudu objekta (bazen, sauna, doručak, bicikle,...)

- b) Uvijek dodajem nešto novo: novu posteljinu, novo posuđe, lampe i slične detalje
- c) Redovito održavam objekt, svake godine zamijenim dotrajalu posteljinu, ležaljke, obojnim zidove
- d) Zamijenim samo ono što moram

17. Koliko su članovi vaše obitelji uključeni u ovaj posao?

- a) Svi zajedno radimo
- b) Pomažem roditeljima
- c) Radim sam/a
- d) Sve nam vodi agencija

18. Vraćaju li vam se gosti?

- a) Ponekad
- b) Isključivo nam dolaze stari gosti
- c) Rijetko, gotovo nikad

19. Kakve komentare ostavljaju vaši gosti?

- a) Jako smo zadovoljni komentarima koje nam ostavljaju gosti
- b) Ne ostavljaju nam komentare
- c) Većina nam ostavlja loše komentare, ne znamo zašto

20. Koliko dugo mislite pružati ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu?

- a) Stalno, jedan dan će to naslijediti naša djeca
- b) Dok se ne pojavi nešto profitabilnije
- c) Dok se djeca ne ožene/udaju i usele u apartmane
- d) Dok se malo financijski ne oporavimo



REZULTATI

- | | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|
| 1. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 15 bodova
d) 10 bodova | 5. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova
d) 5 bodova | 8. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 5 bodova
d) 0 boda | 11. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 5 bodova
d) 0 boda | 15. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova
d) 5 bodova | 18. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova |
| 2. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova | 6. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova
d) 5 bodova | 9. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 5 boda | 12. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 5 boda | 16. a) 20 bodova
b) 20 bodova
c) 15 bodova
d) 5 bodova | 19. a) 20 bodova
b) 10 bodova
c) 5 bodova |
| 3. a) 20 bodova
b) 10 bodova | 7. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 5 bodova
d) 0 boda | 10. a) 20 bodova
b) 10 bodova
c) 10 bodova
d) 5 boda | 13. a) 20 bodova
b) 5 bodova | 17. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova
d) 5 bodova | 20. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova
d) 5 bodova |
| 4. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 10 bodova
d) 5 bodova | | | 14. a) 20 bodova
b) 15 bodova
c) 5 bodova | | |

Izuzetno uspješan iznajmljivač 300-400 bodova

Ukoliko ste iskreno odgovorili na svih dvadeset pitanja te prikupili više od 300 bodova, vi već jeste ili ćete biti izuzetno uspješan iznajmljivač. Čak i ako se vaš objekt ne nalazi u popularnoj destinaciji ili ako nije izuzetno luksuzan vi znate kako izvući maksimalnu dobiti od njega. Shvatili ste da su marketing, prezentacija i komunikacija sa gostima ključni elementi uspjeha. Znaete kako pravilno poslovati, to radite i rezultat toga je maksimalna dobit koja se može ostvariti iz vašeg objekta. Želimo vam da i dalje ovako nastavite raditi jer ste na pravom putu. Čestitamo!

Uspješan iznajmljivač 200-300 bodova

Iako vam vaš smještaj pruža mogućnost za većom zaradom ipak niste u potpunosti zadovoljni ostvarenim rezultatima. Postoji još mogućnosti koje niste iskoristili. Analizirajte svoj način poslovanja, posebno oglašavanje i prezentaciju svog objekta. Možda imate odlične fotografije, ali provjerite jesu li

one dovoljno privlačne vašim gostima. Oslušajte mišljenje svojih gostiju, što je ono što najviše ističu kao razlog dolaska. Upravo to istaknite u prezentaciji svog objekta. Nije dovoljno samo biti dobar domaćin, potrebna je i komunikacija sa gostima i prije nego što dođu kao i nakon što napuste vaš objekt. Pratite nove trendove i prilagodite im se. Jako malo vam nedostaje da ostvarite maksimalnu dobit koju možete dobiti od svog objekta, zavrnite rukave i na posao.

Visoki potencijal 100-200 bodova

Vodite objekt svojih roditelja, imate dodatnu kuću za odmor koju ste odlučili iznajmljivati, imate samo jedan apartman, vaš objekt se nalazi na manje atraktivnoj lokaciji,... sve to skupa nisu razlozi da ne budete uspješan iznajmljivač. Ukoliko vaš objekt nije odlično dekoriran uvijek možete stupnjem čistoće, ljubaznošću ili dodatnim ponudama nadoknaditi nedostatke. Isto tako morate shvatiti da su oglašavanje i prezentacija ključni. Koliko god vaš objekt odlično izgledao ako to gost na fotografiji ne vidi, teško daće izabrati vaš objekt za svoj odmor.

Uložite u prezentaciju, uređenje objekta, okućnicu, oglašavanje, komunikaciju sa gostima, ne zaboravite poklon dobrodošlice, pismo zahvale i slično. Tek kada se oko svega nabrojenog malo više angažirate vaši prihodi će porasti, ne sumnjamo u to.

Nizak potencijal do 100 bodova

Ako ste prikupili do 100 bodova, prvo pitanje koja morate sebi postaviti je želite li uopće biti mali iznajmljivač. Možda ste spletom okolnosti to postali. Bez obzira na koji ste način ušli u svijet pružanja ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu ipak morate uložiti vrijeme i određeni napor kako biste ostvarili nekakav rezultat. Ako ste se se već našli u toj situaciji onda je šteta da ne pokušate napraviti nešto više. Ovo je posao u kojem „sitnice“ znaju znatno utjecati na povećanje prihoda. Pokušajte! Čitajte portale za male iznajmljivače, otidite na edukacije, napravite kvalitetnije fotografije, pronađite kvalitetnog agenta ili agenciju koja će umjesto vas voditi vaš objekt. Ovo je trenutačno na tržištu jedan od najprofitabilnijih načina poslovanja, pokrenite se!

HOROSKOP ZA DOMAĆINE

YOVAN (21.3. - 20.4.)

Pred vama su naporni mjeseci i morate biti posebno oprezni u radu s vodenim znakovima. Nećete imati povjerenja u mnoge. Većinu suradnika postaviti ćete na svoje mjesto bez obzira na to koliko godina imate i bez obzira na vaš status. Ovog proljeća imat ćete period kolebanja, pogrešnih poteza i morate naći neki način kako da regulirate svoje eventualne dugove. Stoga, ne biste trebali ni pod kojom cijenom ulaziti u kreditne aranžmane. Ipak, napraviti ćete dobru suradnju s jednim Bikom, Vagom ili Vodnjakom, ali to bi trebao biti dogovor u kojem ste vi ona strana koja ima veće odgovornosti. Proljeće je vaše doba i pripadate onim originalnim tipovima Ovnova koji se žele razlikovati i istaknuti. Prilika za to će se ukazati.

8BIK (22.4. - 21.5.)

Dobro pazite s kim ulazite u posao. Vaši suradnici su moćniji od vas, naročito u prvoj polovici godine. Sve do proljeća morate biti taktični, a rezultati mogu biti prilično nezadovoljavajući. Slušajte svoju intuiciju jer ćete jedino tako uraditi nešto što će se kasnije pokazati profitabilnim. Netko vas može doživjeti kao konkurenciju i pokušati vas na sve načine ukloniti s portala ili iz agencije s kojom surađujete. Sredinom proljeća možete biti

previše okupirani privatnim poslovima. Ne biste trebali u proljeće pokušavati pod svaku cijenu vratiti neku poziciju, već trebate se orijentirati na nove poslove, nove kanale prodaje i nove suradnike.

IIBLIZANCI (22.5. - 21.6.)

Sve što ste započeli prije dvije, tri godine, bit će centar vaše pažnje. Proljeće donosi veliku tenziju, umor i nedovoljnu koncentraciju za ono što radite. Konkurencija vam se može činiti nemilosrdnom. Imate mnogo načina kako se istaknuti, ali mnogo ćete više misliti na privatni život nego na karijeru što se može loše odraziti na vaš poslovni život. Trebali biste se maksimalno fokusirati na povoljne okolnosti, a manje se opterećivati nekim problemima koji nisu tako veliki kako se vama mogu činiti. Moguć je medijski uspjeh.

6RAK (22.6. - 22.7.)

Proljeće donosi mnogo napetosti jer ćete u želji da nekog nadmudrite, moguće jaku konkurenciju, biti često nepošteni što vam se kad-tad može vratiti kao bumerang. Vaš buntovni duh koji će zahtijevati istjerivanje pravde doprinijet će pogrešnim potezima. No, sredinom proljeća pružit će vam se prilika da nađete neke

nove poslovne partnere s kojima ćete nastaviti suradnju. Ako se radi o osobama koje nemaju dobru financijsku podlogu, ostvarit ćete veliki uspjeh. Imat ćete priliku istaknuti se u poslu za koji vam je potrebno nadahnuće i neki talent, kao što su pisanje, gluma, glazba.

9LAV (23.7. - 22.8.)

Oni ležerniji Lavovi koji misle kako uvijek imaju dovoljno vremena za sve, morat će se pokazati u sasvim drugačijem izdanju. Posao će biti nemilosrdan, ali će vam i pružiti priliku za veliku zaradu o kojoj ste sanjali. Ne stavljajte sebe u prvi plan jer vam to neće donijeti ništa dobrog. Prva prilika koja se ukazuje na poslovnom planu je sredinom proljeća, naročito ako se radi o timskom radu. Trebali biste izbjeći bilo kakvu raspravu u vezi s novcem, naročito ako imate bilo kakve neraščišćene odnose sa suradnicima.

12DJEVICA (23.8. - 22.9.)

Trebate raditi ono što se od vas očekuje i oslanjati se na pomoć i savjete prijatelja. Imat ćete veliku podršku osoba za koje ste emotivno vezani, bilo da se radi o ljubavnom partneru, rođacima ili članovima obitelji koji će vas možda i financijski

potpomognuti, u svakom slučaju za novac ne trebate brinuti.

Do početka proljeća budite oprezni u radu sa svojeglavim suradnicima, naročito s Jarcem, Bikom ili Ovnom. Ako već imate dobro razrađen posao, mogli biste imati veliki priljev novca u radu sa zemljama njemačkog jezičnog područja ili Rusijom.



VAGA (23.9. – 22.10.)

Ako budete dovoljno taktični, što se svakako preporučuje sve do kraja proljeća, imate priliku dobiti poziciju koju želite. Od vas će se zahtijevati spremnost s mnogo taktiziranja, mnogo popuštanja, spremnost na razne vrste ustupaka da ne biste izazvali nekog tko jedva čeka vašu pogrešku. Radite ono što se od vas očekuje, a ako imate samostalan posao, morate pristati na neke kompromise ako ne želite sebi napraviti veće probleme. Početkom proljeća možete biti previše neodgovorni ili nesmotreni i propustiti dobre prilike za zaradu. Imat ćete podršku osoba koje su poznate, ugledne i dobit ćete izazovan prijedlog na koji nećete moći ostati ravnodušni.



ŠKORPION (23.10.- 22.11.)

Od početka godine počeo je za vas uspješan period i ako ste tada shvatili da je došlo vaših pet minuta da se posvetite nekom poslu za koji ste izuzetno talentirani, možete očekivati veliki uspjeh i na međunarodnom nivou. Mnogima ste veoma dragi i imponirate im, naročito ako se bavite poslom zbog kojeg ste prisutni u javnosti. To će za vas značiti veliku priliku za proširenje poslova jer oni koji će željeti raditi s vama, željet će to, među ostalim, i zbog vaše sjajne reputacije.



STRIJELAC (23.11. - 21.12.)

Mnogim predstavnicima vašeg znaka 2017. godina mogla bi donijeti međunarodni uspjeh. Letargično ponašanje i sklonost povremenoj malodušnosti i popustljivom stavu koje je moglo karakterizirati vaše ponašanje i zbog čega niste dali sve od sebe ni približno koliko ste mogli neće više biti karakteristično za vas i nećete imati potrebu povlačiti se od svijeta, već ćete se uključiti u velike poslove. Netko će pozitivno utjecati na vaš entuzijazam naročito na proljeće. Godina mogućih velikih zaokreta na poslovnom planu i velikih šansi za uspjeh je pred vama. Ne bi trebalo gubiti vrijeme na raščišćavanje odnosa iz prošlosti, koji su vas koštali dosta i živaca i novca, i ispravljanje grešaka, nego je vrijeme da krenete dalje.



JARAC (22.1.- 20.1.)

Proljeće 2017. bit će veoma značajan period za vas. Vi ste jedan od onih znakova koji trebaju napraviti najveći pomak u karijeri. Potrebno je iskoristiti sve mogućnosti u vezi s poslom u javnosti i, ako je potrebno, promijeniti područje rada ili prihvatiti ponudu u vezi s inozemstvom. Vaše samopouzdanje neće biti baš tako sjajno ili ćete imati mnogo obaveza, mnogo stresa, ali ćete pokazati dovoljno strpljenja i smisla za planiranje. Povremeno možete ishitreno reagirati na nešto što vam ne odgovara zbog čega možete doći u sukob sa suradnicima. Tijekom čitave ove godine morate sve vrijeme biti na oprezu, dobro znati što želite i kako do toga doći.



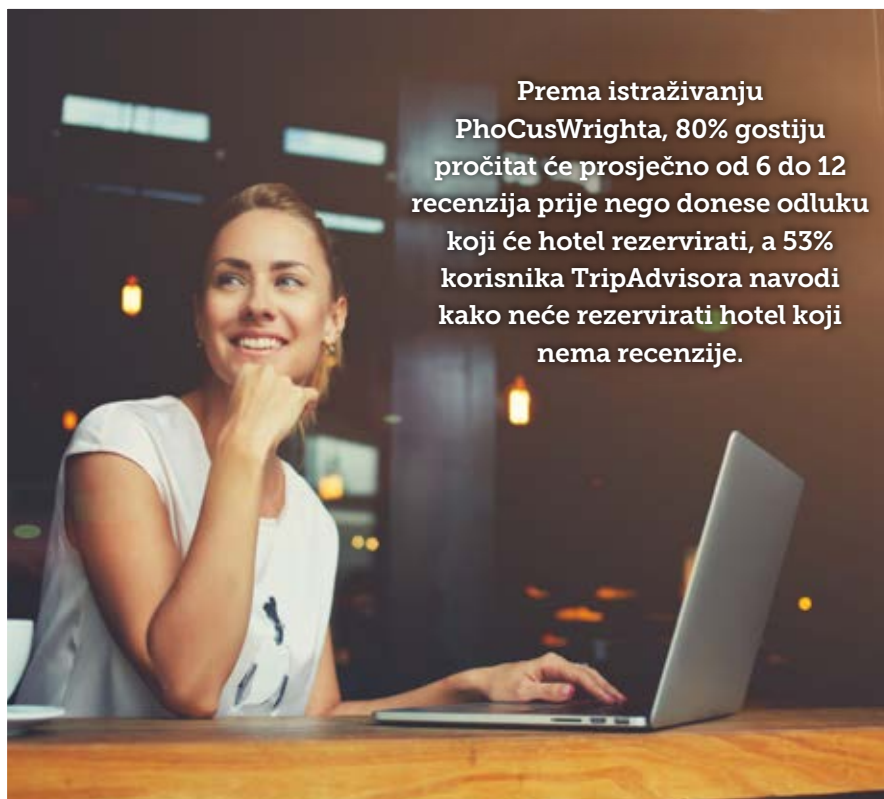
VODENJAK (21.1. - 19.2.)

Ovo proljeće je na neki način prijelomno razdoblje za vas jer nešto što ste dugo i, moguće, naporno radili ili ste u vezi s čime dugo oklijevali u posljednje vrijeme, mogli biste završiti. Predstavnici vašeg znaka ubrajaju se u one koji mogu računati na pomoć prijatelja. Okruženi ste prijateljima iako ih možda niste sposobni prepoznati niti ih cijenate koliko bi trebalo, a neka dugogodišnja poznanstva mogu biti za vas veoma značajna ako želite započeti nov projekt. Mnogi se već duže vrijeme osjećaju kao da su djeca sreće, a posebno se to odnosi na one koji su bili spremni prilagoditi se mnogim novim okolnostima i pokazati spremnost za ustupke u suradnji sa strancima.



RIBE (20.2.- 20.3.)

Netko će vam ponuditi posao koji vam neće u potpunosti odgovarati, ali krajem proljeća možete dobiti nepouzdana suradnike i neke loše poslovne ponude. Najbolje će proći oni koji će biti spremni samostalno pokrenuti projekt. Vjerojatno ćete imati kakve veze s medijima ili s javnošću. Mnogi će vam se obraćati za savjet i željet će od vas savjet ili će vam nuditi suradnju. Sredinom proljeća pazite kako ne biste napravili pogrešnu procjenu situacije i ušli nesmotreno u posao koji se neće pokazati kao isplativ. Tek nakon proljeća počinje vaše „zlatno“ doba, kada možete dobiti povećane dobitke, povećati prihode i dobitke u igrama na sreću.



Prema istraživanju PhoCusWrighta, 80% gostiju pročitat će prosječno od 6 do 12 recenzija prije nego donese odluku koji će hotel rezervirati, a 53% korisnika TripAdvisora navodi kako neće rezervirati hotel koji nema recenzije.



Vlada RH usvojila je izmjene Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti: rok važenja privremenih rješenja produžen je do 31. 12. 2020.

ŠTO JE IN

Kišobrani u predsoblju.



Natječaj za program Konkurentnost turističkog gospodarstva, u kojem se nalazi i mjera za privatne iznajmljivače, raspisan je 6. 3. 2017. Prijave se zaprimaju do 10. 04. 2017. Više informacija dostupno je na stranicama Ministarstva turizma www.mint.hr



Stjepan Tarfia / Shutterstock.com

ŠTO JE OUT

Kupaonske zavjese.

Prekrivači ili deke, klasične, vunene, s motivima životinja u nijansama smeđe boje.





Pružamo usluge unapređenja
poslovanja za vlasnike apartmana,
soba, kuća za odmor i male
poduzetnike u turizmu

- OGLAŠAVANJE
- UREĐENJE
- PREZENTACIJA
- BESPOVRATNA SREDSTVA
- EDUKACIJE

Interligo
Velebitska 148 c
21000 Split
www.interligo.hr
interligo@interligo.hr

00385 99 319 89 62
Skype: meri.kraljevic
Viber: 099/3198962

00385 99 385 00 22
Skype: anamarija.cicarelli
Viber: 099/3850022



www.montanense.com

info@montanense.com

STRANI JEZICI, TUMAČI I PREVODITELJI

Tečajevi engleskog, njemačkog i talijanskog za djelatnike u turizmu (privatni iznajmljivači, recepcioneri, voditelji turističkih agencija, konobari...)
Stručni i kvalitetni prijevodi turističkih tekstova (internetske stranice, brošure, jelovnici, blog objave...)

- Rad u malim grupama po već provjerenoj MONTANENSE metodi!
- Jezične konzultacije
- Monta-Optim@ grupe - grupe "po mjeri" - u skladu s Vašim potrebama, mogućnostima, profilom, predznanjem!
- In - house tečajevi poslovne komunikacije za TVRTKE - u skladu s korporativnim potrebama i ciljevima
- ONLINE TEČAJEVI stranih jezika - učite strani jezik gdje god se nalazili
- Tečajevi za srednjoškolce, mlade i odrasle
- Individualne pripreme za maturu - engleski i hrvatski jezik
- Nove visoko tehnološki opremljene učionice

Jezici

ENGLISKI, NJEMAČKI, TALIJANSKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, HRVATSKI ZA STRANCE

Vrste prevoditeljskih usluga

- Prevođenje tekstova, sudski ovjereni prijevodi (prijevodi osobnih dokumenata, pravne dokumentacije...)
- Usmeni prijevodi SIMULTANO I KONSEKUTIVNO prevođenje
- Prevođenje internetskih stranica i elektronskih medija
- Lektura

Zašto odabrati usluge Montanense-a

- Jako povoljne i razumne cijene
- Poštovanje unaprijed dogovorenih rokova
- Visoko kvalitetni prijevodi opće i stručne terminologije
- Profesionalan i kvalificiran stručan kadar

Prijevodi i sudsko tumačenje s i na

ENGLISKI, NJEMAČKI, TALIJANSKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, POLJSKI, SLOVENSKI, MAKEDONSKI, RUSKI, NORVEŠKI, NIZOZEMSKI, PORTUGALSKI, ČEŠKI, SLOVAČKI, ARAPSKI

Vukovarska 148c 21 000 Split Hrvatska
T. +385 21 470 280 M. +385 91 470 2800
info@montanense.com www.montanense.com

