

PALMA

Parhaita matkailualan yritysesimerkkejä
Sloveniasta 6.-10.4.2019




Ammattimatka järjestettiin osana Hämeen ELY-keskuksen rahoittamaa PALMA, palvelumuotoilulla uutta liiketoimintaa maaseudulle -hanketta.

LAMK

PRO
Agria Etelä-
Suomi



 Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Matkarapotti:

Neljän päivän aika tutustuimme 17. erilaiseen matkailualan yritykseen Sloveniassa. Retken teemana oli palvelumuotoilun, markkinoinnin, maiseman ja ruuan hyödyntäminen matkailuelinkeinoissa sekä uudenlaisten majoituskohteiden konseptien ja kaupallisuuden/toteutettavuuden arvionti.

Matkalle osallistui 16 henkilöä Hämeen alueelta (12 hlöä yrittäjiä ja 4 hankehenkilöä). Osallistujalista on liitteenä.

Aikataulu:

6.4.	Lento Ljublijanaan
7.4.	Postojina ja Vipavan laakso
8.4.	Bled ja Bohijn
9.4.	Mozirje ja Kamnikin seutu
10.4.	Lento Helsinkiin.

Järjestäjien huomiot:

- Yrittäjiä kannustettiin tekemään havainnointia, joka on yleisesti käytetty menetelmä palvelumuotoilussa: mm. tutustumalla kohteen sähköiseen markkinointiin etukäteen ja paikan päällä apukysymysten kautta esim. millainen ensivaikutelma syntyi kohteesta. Tämän menetelmän avulla yrittäjät ymmärtävät jatkossa, mm. mistä elementeistä ensivaikutelma syntyy heidän omista yrityksissään ja siihen voi vaikuttaa. Matkan aikana yrittäjät kirjoittivat kommentteja ylös reissuvihkoon, joista osa taltioitiin.
- Ammattimatkan aikana oli varattu aikaa yrittäjien verkostoitumiseen mm. bussimatkoilla ja ruokailujen yhteydessä. Osallistujat kokivat verkostoitumista tukevan toimintatavan hyödylliseksi.
- Ammattimatkan suunnittelussa vastuullinen matkanjärjestäjä ei huomionnut määriteltyjä tarpeita, ohjelmaan hiottiin aina viimeiseen päivään saakka, vaikka työ matkan suhteen oli aloitettu 4 kk ennen matkalle lähtöä. Annamme tästä kirjallisen palautteen matkatoimistolle.
- Matkatoimiston järjestämät kohteet ja ruokapaikat eivät vakuuttaneet laadun suhteen. Tästä annamme myös palautetta matkatoimistolle, asiakkaiden antaman palautteen perusteella.
- Slovenia kohteena oli hyvä valinta, sillä useammalle osallistujalle maa oli uusi käyntikohde.
- Matkan ajankohta sopi kohdeyrityksen aikatauluihin, sillä turistikausi oli vasta aluillaan. Yrittäjillä oli aikaa pitää yritysesityksiä, näyttää paikkoja ja vastata kysymyksiin.
- Ryhmän koko oli sopiva, pääsimme suhteellisen ketterästi liikkumaan paikasta toiseen ripeällä aikataululla ja sopivaa joustoa löytyi aikataulujen suhteen.
- Matkan tarkoitus oli saada uusia ideoita matkailun kehittämiseen ja nähdä jo toteutuneita matkailualan esimerkkejä. Matka vastasi hyvin tavoitteisiin.

Kuvia matkalta nähtävillä Lamkin blogissa: <http://blogit.lamk.fi/lamkdesign/2019/04/30/rohkeita-palveluideoita-ja-matkailuvaltteja-sloveniasta/>

Kooste palautteista:

Palautetta kerättiin osallistujalta kirjallisena. Retken arvosanaksi saatiin 4,6 asteikolla 1-5.

Vastasiko matkan sisältö odotuksiasi ja toiveita? (asteikolla 1-5, 1=huono, 5=erittäin hyvä)

keskiarvo: 4,6

- 5+
- 5. Tuli paljon uusia toteutettavia ideoita ja huomioita siitä, mitä kaikkea omassa yrityksessä jo olemassa olevaa tulisi sisältää markkinointiin.
- 4,5! Olisin jättänyt pois kaikki turistikohteet (tippukivet, juustomaistiaiset, turistipainotteiset ravintolat) ja korvannut ne ammatillisesti kiinnostavimmilla. Ammattimainen opas!
- Sisältö oli erittäin hyvä 5. Kohteita oli riittävästi ja hieman erilaisilla liikeideoilla.
- Vastasi. Ehkä enemmän kuin osasi odottaa. Vaikka kysymyksessä oli ammattimatka, mahtavat turisti nähtävyydet sopi keventämään sisältöä.
- 5+. Ennako-odotuksia ei varsinaisesti ollut, mutta erittäin positiivisesti yllätti koko matkakokonaisuus.
- Oikein hyvä kohde ammatillisesti. Arvosana 4.
- Kyllä. Kohde oli ammatillisesti erittäin hyvä valinta. Arvosana 4.
- Niin hyvä, että asteikko ei riitä. Kiinnostavia ideoita herättää ja pohdittiin kivasti asioita hyvällä rennolla sykkeellä(?)

Mitä mieltä olit valituista vierailukohteista? Mikä kohteista oli paras / ei niin kiinnostava

- Garden village Bled
- Raduha House, kehittäneet perhekohtaisesti toimintaa, työskentelevät omalla perheellä. Juusto esittely ei ollut niin kiinnostava, ei ollut juustoja myynnissä.
- Turistikohteet eivät olleet kiinnostavia. Paras kohde oli Herbal Glamping, mutta myös Raduha ja Garden Village ja viinitila.
- Paras kohde oli Garden Village Bled, seuraava Herbal Glamping oli myös mielenkiintoista kuulla, alueiden esittely, miten he toteuttavat erilaisia aktiviteetteja, Beelandin (?) alueeseen tutustuminen; matkusteleminen vetovoimaisessa Postojnassa tippukiviluolassa.
- Ei niin kiinnostavia: juustomaistelut, ajallisesti huono (tuhdin lounaan jälkeen) jos se olisi ollut tilavierailu, juustovierailulla asia olisi voinut sopia. Samoin trnulja črna vas, idea ehkä hyvä, mutta paikka ei niin kiinnostanut. Kiinnostava: Mozirje Beeland uusi idea, hienosti tuotteistettu samoin Garden Village.
- Paras kohde oli ensimmäinen luksustelttakohde (puumökki, lohikanta ym.). Ei-niin-kiinnostava kohde oli viimeinen luomu hamppu -ravintola.
- Herbal Glamping oli paras. Pri Hrvatu ei niin hyvä.
- Garden Village Bled oli mielenkiintoisin ja ammatillisesti tärkeä. Pri Hrvatu ei ollut niin kiinnostava. Esittely oli heikko, eikä ruoka ollut kovimkaan hyvää.
- Bledin telttakylä kiinnostavin, juustomies aika pliisu.

Mitä sinulle jäi erityisesti mieleen matkasta?

- Hyvin valitut kohteet.
- Järjettömän suuret investoinnit osassa kohteissa, miten he ovat pystyneet rahoittamaan nämä?
- Kuinka yllättävän hyvin vierailemissamme kohteissa oli huomioitu tulevaisuuden trendit "new luxury" + kuinka muutamat kohteet "veivät punaisen lankansa" läpi liiketoiminnan.
- Kuinka monet yritykset ovat miettineet tuotteensa loppuun asti, luksus, viihtyminen, ruoka + että isäntä on mukana asiakaspalvelussa.

- Slovenia kaunis maa ja aika hyvin luonto, maisema ja ruoka monessa paikassa tuotteistettu. Myös innovatiivisuus näkyi esim. Beeland. Yhteistyö yli kylä/alue rajojen, maan pienuus tietysti helpottaa tätä.
- Koko aiemmin minulle melko tuntematon glamping-käsite aukesi varsin konkreettisesti matkan aikana ja sai ajatustoiminnan aiheesta liikkeelle vahvasti.
- Slovenian luonto ja se miten hyvin sitä hyödynnetään.
- Tärkeitä asioita ammatillisesti: markkinoinnin tärkeys, omien vahvuuksien ymmärtäminen ja niiden terävöittäminen.
- On todella mielenkiintoista benchmarkata uusia tuulia ja tuumia niin nyky- kuin tulevaisuuden mahdollisuuksia.

Edistikö matka yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa? Miten?

- Kyllä.
- Kyllä. Ensisijaisesti tutustumalla muihin yrityksiin ja yrittäjiin.
- Verkostoitumista yhteisten pohdintojen kautta ja tutustuminen toisiin tiiviin ”yhteiselon” kautta. Hyviä ideoita mitä voitaisiin tehdä yhdessä ja kenen kanssa.
- Kyllä, erittäin hyvin. Uusia ideoita ja ajatuksia tuli riittävästi. Mahtava tapa verkostoitua.
- Kyllä. Tutustuttiin paremmin yksilöinä toisiimme ja yhteistyömahdollisuudet nousivat paremmin esiin.
- Matka edisti ehdottomasti yhteistyötä eri toimijoiden kesken. Uutena ”ryhmänä” myös virkamiehistö.
- Kyllä.
- Kyllä. Toki olisi kaivannut myös enemmän aikaa tälle keskustelulle.
- Kyllä. Tehtiin yhteisiä tuotteita ja tuumittiin mahdollista elyhanketta.

Ruusuja ja risuja järjestäjille?

- (sydän) +++
- Mielenkiintoisia ja hyviä kohteita. Hieman liian tiukka aikataulu, ei ollut aikaa valmistautua illalliselle esim. Mahdollinen ”päivän asioiden purku” yhteisesti niin että kaikki ovat kuulolla.
- Kiitos intensiivisestä ja kiinnostavasta ohjelmasta. Risut matkatoimistolle: perehtykää paremmin asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Ehdotus: jokin elämyksellinen ohjelma mukaan ensi kerralla esim. oman yritysneuvottelun teko.
- Järjestelyt toimivat loistavasti :) Myös järjestäjille :) Mukava olla mukana näin upeassa ryhmässä.
- Liian tiukka ohjelma. 2-4 yritysvierailua maksimissaan on sopiva, 5 ehdottomasti liikaa.
- Aikataulu olivat kiireistä, mutta opas ja asiantuntijuus sekä ”vapaan sanan” toteutuminen mahtavaa.
- Kohdemaata ammatillisesti oikein hyvä. Ehkä aamuisin turhan kiire liikkeelle. Kuitenkin pitkiä päiviä ohjelmassa, joten jo iltopäivällä meinasi kiinnostus jo lässähtää väsymyksen takia. Osa kohteista ei niin kiinnostavia.
- Kohde oli erittäin hyvä valinta. Yritysesittelyjä liikaa – ei jää asioita mieleen. Aikataulu liian tiukka: voisi olla hyvä varata aikaa enemmän yrittäjien väliselle yhteistyölle sekä keskustelulle.
- Kiitos paljon. Paljon ruusuja. Ei risuja!

Lauantai 6.4.

Kokoonnuimme lentoasemalla noin 2 tuntia ennen lennon lähtöä. Finnairin lento AY1201 Ljubljanaan lähti kello 17:00. Saapuminen Ljubljanaan 18:40 paikallista aikaa. Bussi ja suomenkielinen opas olivat ryhmää vastassa lentokentällä, josta kuljetus hotelliin. Majoittuminen Park -hotelliin.

1. **Kaupunkikävely** Ljubljanan keskustassa. Kävely kesti n. 1,5 tuntia ja sen aikana tutustuimme Ljubljanan vanhaan keskustaan ja kuulumme kaupungin historiasta.
2. Yhteinen päivällinen kiertokävelyn jälkeen **Vodonikov Hram** -ravintolassa. <http://www.vodnikov-hram.si>

Arvioi päivän vierailukohteet asteikolla 1-5. (asteikolla 1-5, 1=huono, 5=erittäin hyvä)

Ljubljanan kaupunkikiertokierros: 3 – 3 – 3 – x

Vodonikov Hram -ravintola: 3 – 2 – 2 – 3

Kumpi päivän kohteista oli mielenkiintoisempi? Miksi?

- Ravintola – sukellus heti slovenialaiseen runsaaseen ruokaan.
- Kaupunkikiertokierros
- Kaupunkikiertokierros
- Kaupunkikiertokierros: en polvivamman takia osallistunut. Ravintola oli perustavintola eikä erityistä tarinaa tai ruokaa ollut. Hotel Park – paras anti. Hotelli oli remontoitu uusien trendien mukaan ”new luxury”-ideoita hyödyntäen: green filosofia, luontoon liitännäisiä sisustuselementtejä, katolla ampiaistarha, isot dispen..(?). Ideoita aamiaiselle: ”healthy (?)” missä mm. hummusta, tattarisalaattia. Kierrätyksestä ja energian säästöstä kerrotaan asiakkaille.

Mitä sovellettavaa löysit päivän kohteista omaan liiketoimintaasi?

- En mitään
- Ei mitään sovellettavaa.
- En mitään. Paras anti oli Hotel Park!

Miten kohteet ottivat ryhmän vastaan? (esim. opasteet, henkilökunta)

- Ei erityistä.
- Palvelualtis ja nopeasti toimiva henkilökunta. Maukas ruoka ja paikallisia ruokia.

Millainen mielikuva sinulla on Sloveniasta?

- Sloveniasta ei ollut oikeastaan mitään mielikuvaa, vain Kroatian samankaltaisuus. maan metsäisyys oli yllättävää. Sosialismi näkyi vielä jonkin verran ja selkeästi maan infra ei ole vielä vavahtanut turistitulvaan. Palveluasenteissa näkyy samaa kuin Virossa, ei olla totuttu kv. vieraisiin ja heidän odotuksiinsa.
- Luulin Slovenian olevan samaa tyyliä kuin entiset itäblokinmaat, että olisi köyhää, epäsiistiä ja ränsistynyttä rakennuskantaa. Paljon maaseutua ja maatiloja.

Sunnuntai 7.4.

Aamiainen hotellissa ja uloskirjautuminen. Bussi ja suomenkielinen opas nouti ryhmän hotellilta kello **8.45**.

Arvioi päivän vierailukohteet asteikolla 1-5. (asteikolla 1-5, 1=huono, 5=erittäin hyvä)

Postonjan tippukiviluola: 5 – 3 – 3 – 1

Gostilna Theodosius -ravintola: 3 – 4 – 4 – 5

Kmetija Tomazic -viinitila: 4 – 5 – 5 – 5

Vila Podvin -ravintola: 5 – 5 – 5 – 5

1. **Postonjan tippukiviluolat.** Kierros kesti n. 1,5 tuntia, joista 30 min ajetaan avojunalla. Kierros luolissa oli englanninkielinen: <https://www.postojnska-jama.eu/en/>. Tippukiviluola on yksi Euroopan suurimmista, ja Unescon maailman perintökohde. Paikan turisteille tarkoitettu infra oli selkeästi alimitoitettu. Yleisiä WC-tiloja oli vähän ja kahvilassa oli kaaos, vaikka turistikausi oli vasta alussa. Juomapakkausten suuri koko myös ihmetytti, kannattavampaa olisi myydä 0,2 dl annoksia 0,5 litran sijaan samaan hintaan. Luolissa kulku eteni suunniteltuja/rakennettuja reittejä pitkin, oppaan johdolla. Yhtenä elämyksenä oli, kun opas sammutti kaikki valot luolasta.

- Tippukiviluolat ei ammatillisesti tärkeä kohde.
- Tippukiviluola oli perusturistikohde, jossa oli varma opastus. Sinne tulee ryhmiä, koska paikka on hyvin tiedossa matkanjärjestäjien taholla.

2. **Gostilna Theodosius -ravintola**, yritysesittely ja lounas: <https://gostilna-theodosius.si>

Ravintolalla oli hyvä tarina, joka perustui laaksossa käytyyn historialliseen taisteluun. Isäntä osasi esitellä ravintolan toimintaa, ja samalla grillasi avotulella ruokaa vieraiden vastaanottamisen lomassa. Ravintola käyttää paikallisia raaka-aineita ja huomioi eri satokauden sesongit menussa. Kaikki raaka-aineet 1 km säteeltä ravintolasta. Lisäksi tarjolla 5 kpl glamppingmökkiä, joissa käytetty mielenkiintoisesti eri materiaaleja (ruosteista rautaa ja puuta). Mökkien lisäksi asiakkaiden käytössä yhteinen kokoontumistila, jossa oli pieni keittiö, viinikaappi sekä nojatuojela rentoutumiseen. Maiset olivat kohti Vipavan laaksoa, jossa paljon viinin viljelyä. Ulkoilualueet olivat viimeistellyt ja mökit sopivat hyvin maisemaan. Hintataso: pieni mökki 128 €/yö ja iso mökki (sauna+poreamme) 158 €/yö.

- Ravintolan majoitus oli mielenkiintoista.
- Herätti ajatuksia erilaisista rakennusmateriaaleista (ruosteinen rauta ja puu) ja majoitusvaihtoehdoista.
- Lounasravintolalla oli kylällä mainoskyltti, josta ei kuitenkaan käynyt ilmi, miten pitkä matka sinne on.
- Gostilna Theodosius, mielenkiintoinen kokonaisuus ja majat, jotka rakennettu ”osaksi luontoa”. Idea voisi toimia Suomessa.

3. **Kmetija Tomazic -viinitila**, yritysesittely ja maistiais: www.kmetija-tomazic.com/en/

Maatila on ollut suvun hallussa vuodesta 1850-luvulta saakka. Nykyinen omistajapari otti vastuulleen isoisän viinitilan n. kuusi vuotta sitten. Samaan aikaan investoitu uuteen tuotantorakennukseen, jossa käymisastioita, tilapuoti ja pieni ravintola. Tällä hetkellä kapasiteetti n. 100 000 pulloa vuodessa, peltoala 18 ha ja 6 kpl sonneja. Pääasiallinen kohderyhmä on eri kaupat, sillä ravintoloilla on ollut Sloveniassa maksuvaikeusongelmia. Haetaan uusia mahdollisuuksia ja viiniagenttia, joka avaisi ulkomaan viennin. Slovenialainen viini ei ole niin tunnettua, ja siitä syystä on haastavaa saada

viiniä ulkomaille. Yritys on iso viinitila Sloveniassa, mutta pieni jos esim. Italiaan. Maatilan vanhoja rakennuksia pyritään hyödyntämään ja niihin oli nyt kunnostettu muutama matkailijoille vuokrattava huoneisto. Huoneistojen hinnat vaihtelevat henkilömäärän mukaan, esim. 85 €/ 2hh ja 150 € /5hh.

Vieraita tulee saksa, belgia ja hollanti.

- Viinitilalla homma vielä alussa

4. **Vila Podvin**, yritysesittely klo 18 alkaen, omakustanteinen illallinen: <https://www.vilapodvin.si/EN/>

- Vila Podvin oli hyvä esimerkki siitä, miten iso merkitys on isännällä/emännällä, mutta myös henkilökunnan rooli on merkittävä.
- Emäntä on todella PRO vieraiden huomioinnissa. Erinomainen ja innovatiivinen tarina ja ruoka.
- Vila Podvinin ruokatuote ja tarina oli hyvä. Hyvät kuvat, some hallussa sekä verkostoituminen huippuluokkaa.

Mikä päivän kohteista oli mielenkiintoisimpi? Miksi?

- Vila Podvin oli hyvä esimerkki miten iso merkitys isännällä/emännällä on. Hersyvä persoona! Ja erinomainen, innovatiivinen ruoka.
- Theodosius.
- Gostilna Theodosius -majoitus.

Mitä sovellettavaa löysit päivän kohteista omaan liiketoimintaasi?

- Vastaus löytyy edellisestä eli emännän/isännän, mutta myös henkilökunnan rooli on todella merkittävä.
- Mietittäväksi erilaisia majoitusvaihtoehtoja tai ennemminkin rakennusmateriaalien suhteen.
- Erilaisia majoitusvaihtoehtoja.
- *Postonjan tippukiviluola*: en mitään, perus turistikohde. *Gostilna Theodosius*: majat ja miten oli toteutettu – rautaa ja puuta. Sijainti luonnon keskellä. *Kmetija Tomazic*: isäntäparin läsnäolo ja tarinan kerronta. Hyviä viinejä! *Vila Podvin*: Tuotteistus; kokkikoulut lapsille, yhteistyö kehitysvammaisten kanssa. Paikallisen ”yhteistyöryhmiin” rakentaminen ja annokset paikallisista aineksista.

Miten kohteet ottivat ryhmän vastaan? (esim. opasteet, henkilökunta)

- Tippukiviluola perus turistikohde, jossa perusvarma opastus. Lounasravintola ja viinitila voisivat ehkä merkitä viittoihin matkan metreissä kohteisiin. Viimeisen kohteen emäntä todella pro vieraiden huomioinnissa.
- Kaikki ottivat erittäin hyvin. Tippukiviluola en arvostanut sen osalta.
- Gostilna Theodosius, Kmetija Tomazic ja Vila Podvin ottivat hyvin ryhmän vastaan. Erityismaininta Vila Podvinin naiselle :)
- Postonjan tippukiviluola: oma opas hoiti ”ohjauksen”. Gostilna Theodosius, Kmetija Tomazic ja Vila Podvin: näissä isäntä/emäntä heti vastassa ja otti meidät hyvin vastaan. Intohimo omaan liiketoimintaan selkeä.
-

Millä tavalla tarinat tukivat yritysten ja tuotteiden markkinointia?

- Luolalla + lounaspaikalla perusasiakasryhmät, jotka tulevat joka tapauksessa. Podvinin ruokatuotteet ja sen tarina oli hyvä ja hyvät kuvat, somet, verkostoituminen huippuluokkaa. Viinitilalla vielä homma alussa.
- Tippukiviluola: perus turistiryhmän tyyliin kaikki kaupat myi tippukivikrääsää. Theodosius, Tomazic ja Vila Podvin:lla oli tarina, jota myös isännät ja emännät elivät. Jokaisen tarina kytkeytyi myös ympäristöönsä.

Olivatko valitut kohteet ammatillisesti mielenkiintoisia?

- Kyllä!
- Kyllä, oikein hyviä.
- Tippukiviluolat ei ollut ammatillisesti tärkeä kohde. Muille +.
- Tippukiviluolassa ei mitään ammatillisesti kiinnostavaa. Muut kyllä.

Maanantai 8.4.

Aamiainen hotellissa. Ensimmäinen esittely alkaa klo 8.

Arvioi päivän vierailukohteet asteikolla 1-5. (asteikolla 1-5, 1=huono, 5=erittäin hyvä)

Lambergh Chateau & Hotel	3 – 3 – 3 - 4
Life Adventures:	3 – 2 – 2 – 3
Garden Village Bled:	4 – 4 – 4 – 5
Pri Hrvatu -ravintola:	3 – 2 – 2 – 1
Plansar -ravintola:	3 – 2 – 2 – 1
Bohijnin alue:	3 – 3 – 3 – x

1. Lambergh Chateau & Hotel, <https://fi-fi.facebook.com/lamberghchateau.hotel/>

Kartanolinna on 1000 vuotta vanha, se muutettu sairaalaksi 400 vuotta sitten. Kommunismien aikaan kiinteistön omisti valtio, sen murtumisen jälkeen vanha omistajasuku osti kiinteistön takaisin. Hotellille on tehty mittavia investointeja 4 milj. eurolla 7 vuotta sitten. Hotellin lisäksi rakennettu spaosasto saunoineen, medicalcenter, maanalainen tunneli hotellin ja kartanon välille. Alakerrassa on vielä 500 neliötä hyödyntämättä, sinne oli suunnitteilla kasino. Teslan latauspiste löytyy hotellilta. Hotelli on yksityisomistuksessa, mutta liittynyt markkinoinnin helpottamiseksi osaksi suurempaa hotelliketjua. Suurin osa asiakkaista tulee Saksasta, Belgiasta ja Aasiasta.

Asiakaspalveluun yritetään panostaa, johtava ajatus on: Antakaa heille kaikki, mutta jättäkää asiakkaat rauhaan. Ravintolan raaka-aineet ostetaan lähialueen maataloilta. Ravintolassa on siirrytty buffasta lautastarjoiluun, koska hukkaa oli paljon. Tämä on vaikuttanut positiivisesti myös laatuun.

Hotellin sesonki on kesällä ja se on täynnä lokakuuhun saakka. Johtajan mukaan henkilökunnan sitoutuneisuus on ongelma. Palkat vaihtelevat 1200 -1400 €/kk välillä. Jos esim. tarjoilija saa 100 euroa enemmän muualta, niin helposti lähdetään uuteen paikkaan.

Nähtävyyksiä alueelta löytyy runsaasti, esim. alueella asui kuuluisa kansanmuusikko, joka kuli 3 vuotta sitten. Hänen museonsa sijaitsee 1 km matkan päässä. Ellan hiihtotehdas sijaitsee lähellä ja ala-aulassa oli suksia esillä. Hotellilta voi vuokrata ebiken 40 € hintaan.

Omistajasuku on tehnyt rahansa kollageenin valmistamisella. Siitä syystä hotellilla on medical center. He tekivät sopimuksen belgialaisen klinikan kanssa, joka teki erilaisia hoitoja asiakkailleen heidän tiloissa. Yhteistyö loppui yhtäkkiä, ja heidän oli vaikeaa löytää uutta toimintaa medical centerille. Nyt he ovat saaneet yhteistyön käynnistettyä Slovenian Jalkapalloliiton kanssa, kaikki pelaajien terveystutkimukset tehdään heidän tiloissa.

2. **Life Adventures**, <https://www.lifeadventures.si/>

Life Adventures on toiminut jo 20 vuotta ja heillä on kesäsesongilla toimisto avoinna myös Bled-järvellä. HE ovat täydenpalvelun toimisto, jolla on omat lisensoidut oppaat ja huippulaatuiset varusteet. Yritys on yksityisomistuksessa, ja toimitusjohtaja on kokenut vuorikiipeilijä, joka nauttii arvostusta siinä piirissä. Yrityksen kilpailuetuna pitkä kokemus, ja hyvä palvelun laatu. Se tarjoaa myös graafisia palveluja muille matkailualan toimijoille. Liikevaihto on 1 milj. euroa, asiakkaita 10 000 kpl vuodessa.

Suosituimpia retkiä ovat vuorikiipeily ja Emerald Tour (128 € koko päivän ohjelma, sis. cayoning ja koskenlasku). Lisäksi 1-10 päivän paketit ilman opasta ovat kasvattaneet suosiota. Yritysten suosiossa ovat Team building -paketit ja korkeatasoiset intensive -paketit. Alueella järjestetään erilaisia Outdoor-tapahtumia esim. Bled Bike Festival, maratoonit ja vuorikiipeilyyn Peak-tapahtuma.

Asiakkaat tulevat eripuolilta maailmaa. Suurimmat asiakasryhmät ovat britit, belgialaiset, hollantilaiset, usalaiset, kanadalaiset ja intialaiset. Somemarkkinointiin panostetaan, jotta tavoitetaan ulkomaalaiset asiakkaat. Myynti tehdään monikanavaisesti, käytössä on paljon eri sivuja.

Tulevaisuuden näkökulma on, että self guided toursin suosio nousee entisestään. Lisäksi uutena asiana aloitetaan tarjoamaan Wellnessiä metsässä, esim. metsäkylpyjä, joiden alkuperä on Japanista. Monet aktiviteeteista suoritetaan luonnonpuiston alueella. Siihen tarvitaan lupa, kuitenkin keskusteluyhteys on ollut hyvä viranomaisten ja palveluntuottajien kesken.

Oppaat ovat palkattu freelancer-työsopimuksilla, eli palkkaa maksetaan tehdyistä töistä. Jotta yritys saa parhaat oppaat, tarjotaan heille hyvä palkka ja varma maksu. Yhteishengen kohottamiseksi pidetään aina kauden lopuksi yhteiset juhlat.

3. **Garden Village Bled**, yritysesittely: <https://www.gardenvillagebled.com/>

Garden Village Bled sijaitsee aivan Bled-järven tuntumassa. Myös suomalainen matkailulehti Mondo kertoi uusimmassa numerossa elämyksellisestä kohteesta. Garden Villagessa matkailijat voivat majoittua sekä glamping-teltoissa, puumajoissa että teltoissa kohisevan kosken yllä. Yritys panostaa lähiruokaan ja kasvattaa muun muassa vihannekset omassa kasvihuoneessaan. Vaikka majoittuminen kohteessa on verrattain arvokasta, se on erityisesti perheiden suosiossa. Kohteena Garden Village oli varmasti yksi mielenkiintoisimmista, sekä arkkitehtuurin että ainutlaatuisen asiakaskokemuksen takia.

Garden Village Bled oli ainutlaatuinen kokonaisuus puurakentamista, luksus retkeilyä, ekologisuuutta sekä yrttien ja vihannesten kasvatusta osana näkyvää liiketoimintaa

4. **Pri Hrvatu**, : https://www.tripadvisor.fi/Restaurant_Review-g274865d1099783-Reviews-Pri_Hrvatu-Bohinjsko_Jezero_Upper_Carniola_Region.html

5. **Plansar**, www.plansar.com/en/restavracija.php

6. **Vogelin huippu**, tutustuminen maisemahissillä alueen maisemaan

Huipulta näki upeat maisemat Juliaanisille Alpeille, kauniiseen laaksoon sekä järvelle.

7. **Penzion Berc**, <https://www.penzion-berc.si/en/>

Yhteinen illallinen omalla kustannuksella.

Mikä päivän kohteista oli mielenkiintoisimpi? Miksi?

- Garden Village Bled some hallinnonin voima on merkittävä. Hyvin pienelle alueelle saatu hämmäntävä määrä toimintoja. Olisi kiva nähdä paikka heinäkuussa.
- Garden Village Bled, ammatillisesti ainoa mielenkiintoinen.
- Garden Villa Bled, ammatillisesti tärkeä.
- Garden Village, mikä oli ainutlaatuinen kokonaisuus; puurakentaminen, luksus teltat, ekologisuus, yrtti/vihannes kasvatusta osana näkyvää liiketoimintaa ja luontotuoteravintolaa.

Mitä sovellettavaa löysit päivän kohteista omaan liiketoimintaasi?

- Garden Villagen ravintolasta ideoita. Hotellin johdon + työntekijöiden välinen asetelma – tarkista omat toimintatavat.
- Taas vaihtoehtoja ja ideoita majoituspaikoiksi.
- Markkinoinnin tärkeys. Erottuminen markkinoilla
- Ideoita yrteiden kasvattamiseen ”asiakastuomissa”, olemassa olevan kasvihuoneen käyttö juhlatilana ja yrteikasvattomana, ”metsämeditaation” suosion kasvu -> tuote tähän!

Miten kohteet ottivat ryhmän vastaan? (esim. opasteet, henkilökunta)

- Garden Village Bledin mies oli loistava opas, muut eivät oikein jääneet mieleen.
- Kaikki ottivat hyvin.
- Garden Village Bled: todella hyvä vastaanotto + esittely. Muissakin paikoissa vastaanotto ystävällistä.
- Kaikissa hyvä vastaanotto. Pri Hrvatussa isäntä tuli tapaamaan lounaan jälkeen ja olisi ollut mukavampi tavata heti.

Millä tavalla tarinat tukivat yritysten ja tuotteiden markkinointia?

- Garden Villagen tarina/markkinointi oli kohtaava. Lamberger hotelli oli huonompi kuin markkinointi antoi ymmärtää.
- Lambergerillä kollegan business taustalla mitä eivät hyödyntäneet. Garden Villagessa tarina, toiminta ja tuotteet tukivat toisiaan (myynnissä mm. lintujen ruokintalautoja, luonnonkivistä tehtyjä kaljatuoppeja(?) yms.)

Olivatko valitut kohteet ammatillisesti mielenkiintoisia?

- Ehdottomasti ja monipuolisista!
- Osa oli, osa ei.
- Garden Village Bled olisi ainoa, jonka näistä äänestäisin jatkokon.
- Muut kyllä paitsi lounasravintola ja ”juusto”-ravintola, mikä oli selkeästi täysin turistikohde. Paikka ei edes valmistu juustoa.

Tiistai 9.4.

Aamiaisen hotellissa ja huoneiden luovutus. Bussi ja suomenkielinen opas noutavat ryhmän hotellilta klo 7.30.

1. **Herbal Glamping**, yrteysesittely: <http://www.charmingslovenia.com/en/>

Herbal Glamping on 2015 avattu resortti, jonka ravintola ja vastaanottotila on 200 vuotta vanhassa talossa. Suurin osa asiakkaista tulee Belgiasta tai Hollannista. Alueella on 10 luxustason safaritelttä. Paikka on talven kiinni ja se avautuu asiakkaille 19.4. ja sulkeutuu marraskuussa. Slovenialainen yritys Adria on valmistanut teltat. Hinta on 40 000 euroa + alv ja ne on suojattu talvella Nasan patentoimalla suojakankaalla, josta on rakennettu huppu teltan päälle. Alueeseen on investoitu 2 milj. euroa.

Sloveniassa on tällä hetkellä 5 kpl Glamping resortteja safariteltoilla. Tulevaisuudessa alan toimijat toivovat jostain luokittelua, sillä nykyisin kuka tahansa voi kutsua minkäläistä majoitusta tahansa Glampingiksi.

Resortin majoituskapasiteetti on 90 asiakasta, yleensä huippuaikana on 75-80 asiakasta kerrallaan. Käyttöaste huippusesongilla on 90 %. Pääasiassa asiakaskunta koostuu italialaisista, amerikkalaisista, briteistä ja itävaltalaisista asiakkaista. Jostain syystä heillä ei juurikaan käy saksalaisia asiakkaita. Asiakkaat viiptyvät keskimäärin 4-5 yötä. Pääosa n. 60 % majoitusvarauksista tulee Booking.com kautta. Loput myydään matkanjärjestäjien kautta. Sesongilla töissä on 15 työntekijää ja sen lisäksi myös talvella 3-4 hlöä. Yritys on tehnyt markkinointia hyödyntämällä bloggareita ja tekemällä toimittaja yhteistyötä.

Yritys järjestää toimintaa yrteihin liittyen, esim. yrttiteen valmistuskurssi on 15 € (kesto 1,5 h ja osallistujia 8-10 hlöä). Lisäksi tarjolla on hierontaa ja kasvohoitoja alkaen 50 €.

2. Mozirje: <http://www.apartmajimozirje.si/en/beeland/>

Mozirje on suosittu paikka erityisesti kalastajien keskuudessa, sillä sen läpi virtaa Savinja joki. Yritys sai alkunsa omistajan harrastuksen kautta, hän halusi investoida kylään ja rakentaa majoitus- ja hyvinvointikeskuksen. Vuonna 2011 valmistui päätalo, jossa on huoneistoja 45 yöpyjälle (65 €/yö). Mehiläismajat (4 kpl, hinta vaihtelee 110 €/yö -> huippusesongin 160 €/yö) saivat inspiraationsa alueella suositusta elinkeinosta ja ne valmistuivat vuonna 2014 sekä niiden vieressä oleva uima-allas seuraavana vuonna. Yksi mehiläistalo on tuntivuokralla. Asiakkaat tulevat pääasiassa Italiasta, skandinaaviasta ja Saksasta.

Wellness hoitoja on ollut tarjolla vuodesta 2015 saakka. Ne kaikki liittyvät hunajaan, tarjolla on esim. mehiläismeditaatiota 20 €/tunti. Hoitolan asiakkaista on 60-70 % paikallisia asukkaita. Töissä on 2 hierojaa, veloitus on 30 min hieronnasta 25 euroa.

Yritys on investoimassa omaan ravintolaan, se avautuu 15.5. Menussa käytetään hunajaa. Investointi on 500 000 €. Ravintolan vieressä järjestetään erilaisia tapahtumia, esim. joulunaikaan kukkapuisto, jossa käy 35 000 vierailijaa.

Rakennusalan työntekijöiden kustannus Sloveniassa:

12 euroa tunti rakennusmies

30 euroa tunti putkimies

30 euroa tunti sähkömies

3. Raduha House: <http://www.raduha.com/en/index.php>

Yrityksen toiminnalla on pitkä historia, ravintola on avattu jo vuonna 1875. Tällä hetkellä perheen neljäs sukupolvi työskentelee yrityksessä ja keittiössä. Ravintola on erikoistunut Slow Foodiin ensimmäisenä Sloveniassa. Ravintola oli remontissa, joten emme päässeet sinne vierailulle maistelemaan. Kaikki raaka-aineet tulevat alueen maatioilta.

Yrittäjä osti vanhan slovenialaisen heinäkatoksen takapihalle, sen sisälle on rakennettu lasista ja metallista hieno hotellihuone vuonna 2010. Majapaikka oli niin suosittu, että yritys päätti investoida uusiin puumajoihin vuonna 2014. Sen jälkeen vanhaan hevostalliin on kunnostettu kaksi huoneistoa. Kaikki majoitustilat ovat arkkitehdin suunnittelemat ja hyvin tyylikkää. Majoituskapasiteetti on 25 hlöä, ja hinta on 230 €/yö. Pääsesonki touko-lokakuussa, jolloin kaikki huoneet on myyty loppuun. Pääasiassa asiakkaat ovat kalastajia/vesiaktiiviteettien harrastajia ja heitä kiinnostaa hyvä ruoka, arkkitehtuuri sekä luonto.

4. Trnulja Črna Vas, yritysesittely: <http://www.trnulja.com/sl/trnulja-home.php>

Paikan nimi tarkoittaa villiä luomua. Yrittäjät ostivat maatilan huutokaupassa perikunnalta, jossa oli 46 osakasta vuonna 2002. Ennen yrittämistä omistajat työskentelivät ekonomina ja lentoinsinöörinä. Tilalle on tehty 3-4 milj. euron investoinnit, osaan on saatu 50 % tukea EU:lta. Maatila siirtyi luomutuotantoon vuonna 2004 ja aloitettu hampun kasvatuksen 10-15 ha alalla. Maatilan koko ala on n. 60 ha.

Yritys päätti laajentaa matkailutoimintaa vuonna 2011. Majataloon valmistui 4 huoneistoa (hinta 125 €/yö). Majatalon asiakkaat ovat pääasiassa saksankielisiltä alueita. Lisäksi ravintola palvelee ryhmiä ympäri vuoden. Nyt suunnitteilla on avata ravintola myös muille asiakkaille pe-su.

Yritys on mukana Biohotel-markkinointiyhteisössä. Säännöt ovat tiukat ja heillä on 10000 euron hukkasakko, sääntörikkomusten varalle. Yhteisöllä on omat web-sivut. Sen esitettä painetaan vuosittain 520000 kpl, jota levitetään luomukauppoihin. Kerran vuodessa tapaaminen muiden yrittäjien kanssa. Kustannus on 20 € /sänky + 500 € esite, vuosimaksu 3200 €, lisäksi pitää maksaa nettisivuista: 1000 € saksankieliset, 700 € englanninkieliset ja 700 € italiantieliset. Yhteisölle on tulossa bonussysteemi, siinä on kaikki mukana. Entryfee on 5000 €. Suurin osa asiakkaista tulee Biohotel-markkinoinnin kautta. Loput booking.com kautta ja osa ottaa suoraan yhteyttä.

Suunnitteilla on tarjota venekuljetusta Ljublijanasta ravintolaan. Pakettihinta on 40 €/aikuinen ja 24 €/lapsi. Kesto 4-5 tuntia, venekuljetus, sähkökärryllä kuljetus ravintolalle ja lounas. Lisäksi tarjolla on sup-lautoja, hinta 58 €.

Kuljetus Hotelli Parkiin ja majoittuminen Ljublijanassa.

Keskiviikko 10.4.

Aamiainen hotellissa ja huoneiden luovutus. Kuljetus lentokentälle noin kello **08:30**, josta Finnairin lento AY1202 lähtee Helsinkiin kello 11:10. Saapuminen Helsinkiin kello 14:50.

Lennot Finnair

- 6.4. Helsinki-Ljubljana AY1201, kello 17:00-18:40
- 10.4. Ljubljana-Helsinki AY1202, kello 11:10-14:50

Vastasiko mielikuvasi Sloveniasta paikan päällä?

- Positiivisempi ja monipuolisempi kuin odotin.
- Ruoka oli pettymys. Kalleus yllätti.
- Maisemat ja luonto olivat todella kauniit. Ruoka ei vastannut odotuksia.
- Ei. Oli 100 kertaa parempi ja todellakin yllättävä. Puhtaus, ystävällisyys, toimivuus ja ”moderni maa”. Upeat maisemat ja ruoka tuoreista raaka-aineista.

Mitkä olivat mielestäsi Slovenian matkailuvaltteja?

- Luonto, vuoristo, sijainti ja saavutettavuus autolla, vuodenajat, ystävälliset ihmiset.
- Isoin ehdottomasti luonto, historia ja siisteys.
- Luonto. Rauhallisuus. Siisteys.
- Luonnon monimuotoisuus; vuoret, meren läheisyys ja rauha (metsät – ehkä liikaa turisteja). Tuntemattomat viinilajikkeet. Trendien tiedostaminen matkailussa ja tarjonnan rakentaminen sen mukaan (”delux” glamping, metsätuotteet, erikoiskohteet tarinoin).