

RAZISKAVA PERSON IZOLA DIGITAL

POROČILO RAZISKAVE

10. 10. 2019

KAZALO

<u>Izhodišča</u>	<u>3</u>
<u>Metodologija</u>	<u>4</u>
<u>Struktura gostov</u>	<u>5</u>
<u>Krovni rezultati</u>	<u>8</u>
<u>Turisti Izole</u>	<u>9</u>
<u>Turisti drugih krajev</u>	<u>20</u>
<u>Dnevni obiskovalci</u>	<u>25</u>
<u>Segmentacija</u>	<u>29</u>
<u>Zaključki</u>	<u>35</u>
<u>Vzorec</u>	<u>37</u>

Izhodišča

- **Destinacija Izola** želi **izkoristiti priložnost razvoja turizma**, zato aktivno razvija lastno turistično ponudbo in izvaja aktivnosti za pozicioniranje turistične destinacije Izola kot živahnega mediteranskega in istrskega mesta z ribiško tradicijo.
- Z namenom razvoja destinacije Izola so v Turističnem združenju Izola (TZI) v zadnjih letih izvedli tudi nekaj **strateških projektov**, ki podpirajo načrtovani razvoj. Opredelili so **ciljne persone svojih gostov** in **pripravili strateške smernice za razvoj destinacije**, ki jih že upoštevajo pri izvajanju aktivnosti. Ker so ciljne persone opredelili sami na osnovi lastnega poznavanja, opazovanja gostov, spremljanja turističnih trendov in zelenih rezultatov, so želeli **te persone preveriti tudi v praksi** in na lastnem "terenu" ugotoviti prisotnost, velikost, značilnosti in nakupno pot teh person. Poleg tega so želeli ugotoviti, **ali so v Izoli tudi drugačni gostje**, kot so opredeljeni s personami in **katere je potrebno ciljati oz. na katere se je potrebno osredotočiti** glede na obstoječo in potencialno ponudbo ter pričakovanja in vrednost gostov.
- Strukturo in poznavanje person bodo v TZI **uporabili pri nadaljnjem načrtovanju strateškega razvoja in taktičnih aktivnosti ter pri razvoju ponudbe na destinaciji** v sodelovanju s turističnimi ponudniki, saj ima TZI vlogo DMMO, organizacije za trženjsko upravljanje destinacije, ki je odgovorna tudi za razvoj ponudbe.



Ozadje raziskave: Izbrane persone izolskih gostov, oblikovane na osnovi STO-jevih person turistov v Sloveniji, prilagojene za Izolo*

Joachim, REKREATIVNI ŠPORTNIK



PRIMARNI MOTIV

- Zdrav, športen način življenja
- Športni dosežki

SEKUNDARNI MOTIVI

- Aktivno izkoriščen dopust/čas zase
- Spoznavanje, odkrivanje novega
- Iskanje meja lastnih sposobnosti
- Stik z naravo

PRIČAKOVANJA

- Napolniti se z energijo
- Narediti nekaj drugega zase
- Začutili notranji mir in zadovoljstvo
- Povezati se s prijatelji
- Preizkusiti se v nečem novem ali v čemer se še ni preizkusil (npr. potapljanje, kajtanje)
- Deliti dosežke s prijatelji
- Specializirane trgovine (npr. kolesarjenje, športna prehrana)

POTOVANJE



SPANJE

- Stara Sola (Korte)
- Kmetija Medijan

ČAS BIVANJA

3 dni

ZANIMANJA

aktivnosti, avtentični kraji „z dušo“

- Športne aktivnosti (jadrnanje, kolesarjenje)
- Neodkriti kotički
- Sproščujoča družba
- Športna prehrana
- Stik z avtohtonim okoljem



PRODUKTI

- Kolesarske poti in postojanke
- Športni dogodki
- Vodni športi (potapljanje, jadrnanje, kajtanje)

POTOVALNI STIL



OPIS

Sin se je lansko leto osamosvojil, zato je kot oče manj zaposlen. Na profesionalnem področju je aktiven, a mu ostaja več časa, kot ga je imel v preteklosti, ki ga rad zapolni predvsem s športnimi aktivnostmi. Preko teh je obudil mnogo stike s prijatelji, s katerimi se rad odpravi na športne vikende, kjer podživljajo mladostniško energijo in vedoželjnost. Tako zbeži pred vsakodnevno rutino in doseže svoj mir. Kljub ali zaradi aktivnega načina življenja se raje zadržuje na mirnejših krajih, v času izven sezone.

„Neobičajne situacije mi pomagajo preusmeriti tok misli.“

Športen vedočeljen
ciljno usmerjen sproččen

POKLIC inženir
STATUS poročen
POTUJE nekajkrat letno

PRIHAJA IZ Avstrije, Italije, Nemčije

sam ali s prijatelji

TURISTIČNE POTE

- Kolesarska pot Parenzana: „pot zdravlja in prijateljstva“, različne možnosti in težavnostne stopnje (npr. K-8, „Po izolskem zaledju“).
- Po poteh vodnih virov: s kolesom po podeželju mimo fontan Frata, Zanešta, Fratačo, P'rila in mimo vodnega vira (Cetore); istrsko kosilo na turistični kmetiji.
- Potop k Rimljanom: potop in spoznavanje ostanov rimskega valobrana v arheološkem parku; ribja pojedina.

Elsa, PREPROSTA MAMA



PRIMARNI MOTIV

- Preživljanje počitnic

SEKUNDARNI MOTIVI

- Kakovostno preživljanje časa z otroki
- Gibanje na morskem zraku
- Nova znanja in izkušnje za otroke

PRIČAKOVANJA

- Doživeti nekaj zanimivega z otroki
- Zbližati se z družino
- Aktivno preživeti čas
- Sproščiti si
- Odmisliti vsakodnevne skrbi
- Preživeti nekaj mirnega časa s partnerjem (večerja v dvoje)

POTOVANJE



SPANJE

- Hotel Halietaum / dep. Mirta
- Depandance San Simon
- Belvedere Resort Hotels

ČAS BIVANJA

7 dni

ZANIMANJA

narava, morje, družinske aktivnosti

- Morje in sonce
- Športne in družinske aktivnosti
- Spoznavanje mesta in zgodovine
- Lokalna kulinarika



PRODUKTI

- Družinski športi (kolesarjenje, supanje)
- Aktivnosti za družino in otroke
- Jahanje konj
- Ribarjenje za otroke
- Obisk vinske kleti (Korenika)
- Arheološke in druge otroške delavnice

POTOVALNI STIL



OPIS

Počitnice ji predstavljajo dolgo pričakovani čas, ki ga želi s svojo družino preživeti kar se da polno in aktivno. Blizina morja in ležanje v senci na plaži sta sicer pomembni del počitnic, vendar ji možnost letovanja v notranjost predstavlja dodano vrednost, zato jo dostopnost raznolike pokrajine pritegne. Zavedanje okolja, v katerem se nahaja, si jemlje kot življenjsko načelo, zato si želi, da se kot družina preizkusijo v različnih situacijah. Njen hobi so konji, stik z naravo pa se ji zdi pomemben del vzgoje. Ker so otroci zelo samostojni, nekaj časa rada preživi tudi sama z možem.

„Najbolji se spomnim, ko z otroci lahko počnem kaj zanimivega.“

predana skrbna
vedočeljna preprosta

POKLIC učiteljica
STATUS poročena
POTUJE dvakrat letno

PRIHAJA IZ Slovenije, Italije, Avstrije, Belgije, Nizozemske z družino

s družino

TURISTIČNE POTE (ITINERARIJI)

- Po poteh nekdanje železnice: najem kolesa, obisk bike parka Izola, kolesarjenje do Strunjanja z ogledom solin, muzej Parenzana, fotografiranje.
- Izlet v notranjost: obisk turistične kmetije Medijan s kažeto in jahanjem konjev; istrsko kosilo.
- Arheološko jutro: ogled arheološkega parka Simonov zaliv z delavnicami, ogled barke Biser; kosilo; obisk razgibane obale s klifom.

Zora, AKTIVNA SENIORKA



PRIMARNI MOTIV

- Ohranjanje zdravja, mladostnosti
- Uživanje življenja

SEKUNDARNI MOTIVI

- Druženje
- Uživanje morskega zraka
- Ostali aktivna

PRIČAKOVANJA

- Začutili svojo moč in voljo do življenja in razmišljanj, kaj vse se je spremenilo.
- Okrepi telo in duha
- Družiti se
- Veliko smeha
- Srečanje s starimi znanci in prijatelji
- Nova poznanstva
- Počutili se kot doma
- Nadihati se morskega zraka
- Prisluhniti in uživati v naravi
- Doživeti nekaj novega

POTOVANJE



SPANJE

- Hotel Delfin

ČAS BIVANJA

7-10 dni

ZANIMANJA

narava, aktivnosti

- Družabne aktivnosti (balinanje, kartanje)
- Izleti (npr. v notranjost ali z jadro)
- Zeliščarstvo
- Ustvarjanje in rokodelstvo
- Zmerne športne aktivnosti (sprehodi, joga, aerobika, kolesarjenje)



PRODUKTI

- Telovadba (joga v naravi, vodna aerobika)
- Izolski parki
- Tečajji (istrske kuhinje, zeliščarstva)
- Vodeni ogledi (vodni viri z anekdotami)

POTOVALNI STIL



OPIS

V zreli dobi želi ohraniti svojo energijo in vitalnost. Minljivost življenja ji daje dodatno moč, da izkoristi svoj čas na aktiven način, ki ga rada preživi s starimi znanci, obenem pa nabira nova poznanstva v močno voljo do življenja. Življenje želi zajemati z veliko žlico, vendar je pri tem previdna in ima rada določeno mero predvidljivosti. Po upokojitvi je spoznala dobro prijateljico, s katero običajno skupaj hodita na počitnice v predsezonskem času. Zdravo življenje želi ohraniti tako zaradi sebe kot zaradi svojih vnukov, ki jih včasih vzame s seboj – takrat gre na dopust tudi v sezoni.

„Ko sem naokrog, rada opazujem in razmišljanj, kaj vse se je spremenilo.“

družabna iskriča
spremenljive volje modra

POKLIC upokojenka
STATUS poročena
POTUJE dvakrat letno

PRIHAJA IZ Slovenije

sama, v paru ali z vnuki

TURISTIČNE POTE

- Spomladanski sprehod med zeličji: organizirani in vodeni ogledi parkov in notranjosti z zeliščarskimi delavnicami; zeliščarsko kosilo (Erbe perovi, fritaja).
- Po poteh Usodnega vina: obisk lokacij, vsebinsko vezanih na serijo, obisk tradicionalne tortlike s pokušino oljnih olj in vina.
- Vodni ogled vodnih virov z anekdotami starih časov (v maju).

Franco, AKTIVNI GURMAN



PRIMARNI MOTIV

- Uživanje življenja

SEKUNDARNI MOTIVI

- Druženje, preživljanje časa s prijatelji
- Preizkušanje novih stvari
- Odmik od vsakdana

PRIČAKOVANJA

- Uživati v dobri hrani
- Odkriti novo vinsko klet
- Biti v dobri družbi in se veseliti s prijatelji
- Užiti svobodo
- Privoščiti si
- Se zabavati

POTOVANJE



SPANJE

- Hotel Marina
- Če jo ima, na svoji barki

ČAS BIVANJA

4 dni

ZANIMANJA

kulinarika

- Mediteranska hrana in vino
- Obmorski kraji
- Arhitektura
- Družabni športi



PRODUKTI

- Kulinarični sprehodi
- Iskanje tartufov
- Obisk vinogradov in vinskih kleti
- Pokušine olja in vina
- Vinska pokušina na barki
- Jadrnanje, tenis, športni tečajji

POTOVALNI STIL



OPIS

Lastni interesi in zadovoljstvo so mu v življenju zelo pomembni in predstavljajo vir pozitivne energije, ki jo rad deli z ostalimi. Tako privatno kot poslovno si je življenje vedno znal urediti na tak način, da ga okolica pri tem ni omejevala. Dobra hrana se mu zdi esenca življenja, ki ljudi med seboj povezuje, pri čemer rad eksperimentira in požadva vedno nekaj novega. Kakar pa je na nad nečem zelo navdušen, se bo tja rad vrnil tudi s svojo ženo.

„S prijatelji smo odkrili res neverjetno vinsko klet.“

užitkar svobodnjak
dobrovoljen samosvojen

POKLIC podjetnik
STATUS poročen
POTUJE večkrat letno

PRIHAJA IZ Slovenije, Italije, Nemčije, Avstrije

s prijatelji ali sam, redkeje tudi v paru

TURISTIČNE POTE

- Od oljarka do muzeja: obisk lokalnih oljkarjev in vinarjev z obiskom vinske kleti pri različnih ponudnikih (npr. Medijan, Manzoli).
- Od ribiča do muzeja: obisk ribogojnice ali lokalnih ribičev z barko, ribarjenje in kosilo z morskimi dobrotami.
- Jesenski lov na tartufe: organiziran lov na tartufe z izurjenimi psi ter priprava gurmanskih specialitet z obiskom okoliške vinske kleti.

Metodologija

	Opis
Ciljna skupina	Obiskovalci Izole
Način anketiranja	Spletno anketiranje
Trajanje anketiranja	1. 6. - 30. 9. 2019
Velikost vzorca	593
Povabilo k sodelovanju na/v	Turističnih točkah v Izoli in preko spletnih kanalov: Visitizola.com in Facebook VisitIzola, letaki, Hotel Belvedere, Stara šola Korte, Hotel Marina, Hotel Bernardin, TIC, Hotel Delfin



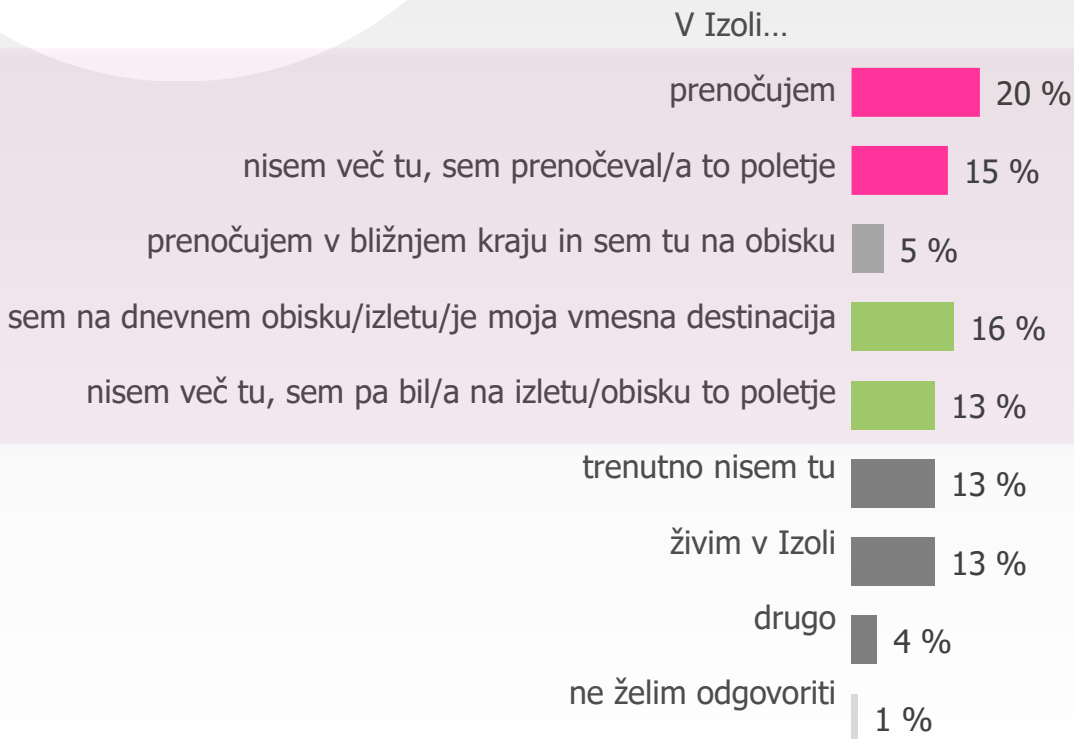


Struktura gostov

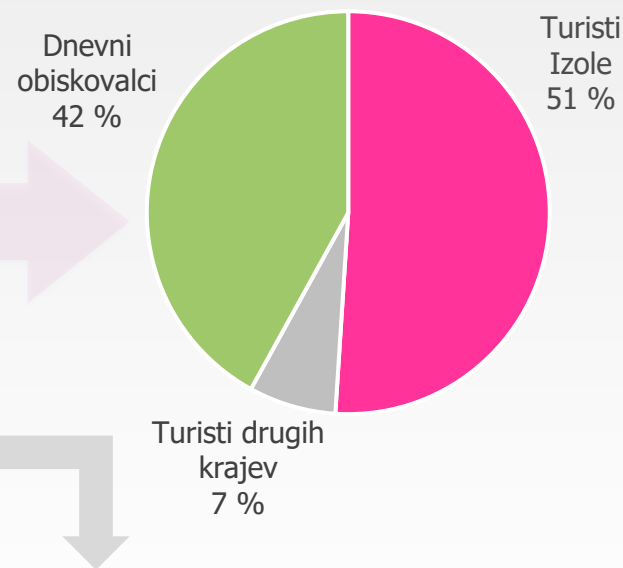
Sodelujoče obiskovalce Izole smo glede na to, ali so v Izoli prenočili ali ne, razdelili v tri skupine. V Izoli jih je prenočila polovica, te smo poimenovali "turisti Izole".

KRITERIJ ZA DOLOČANJE VRSTE GOSTA

Kaj za vas najbolj drži?



Vrsta gosta

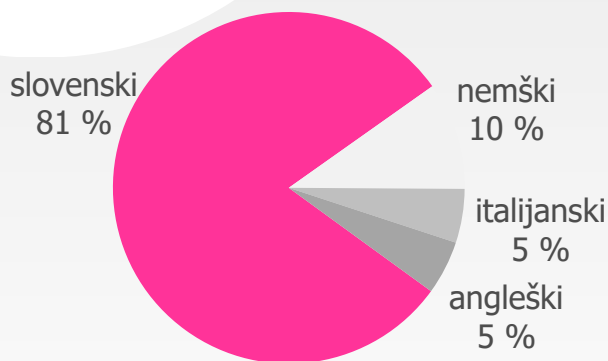


2/3 teh bo Izolo obiskalo to poletje
(v nadaljevanje raziskave niso bili vključeni)



Največ sodelujočih obiskovalcev Izole prihaja iz Slovenije. Med turisti jih je bilo največ nastanjenih v hotelih in apartmajih.

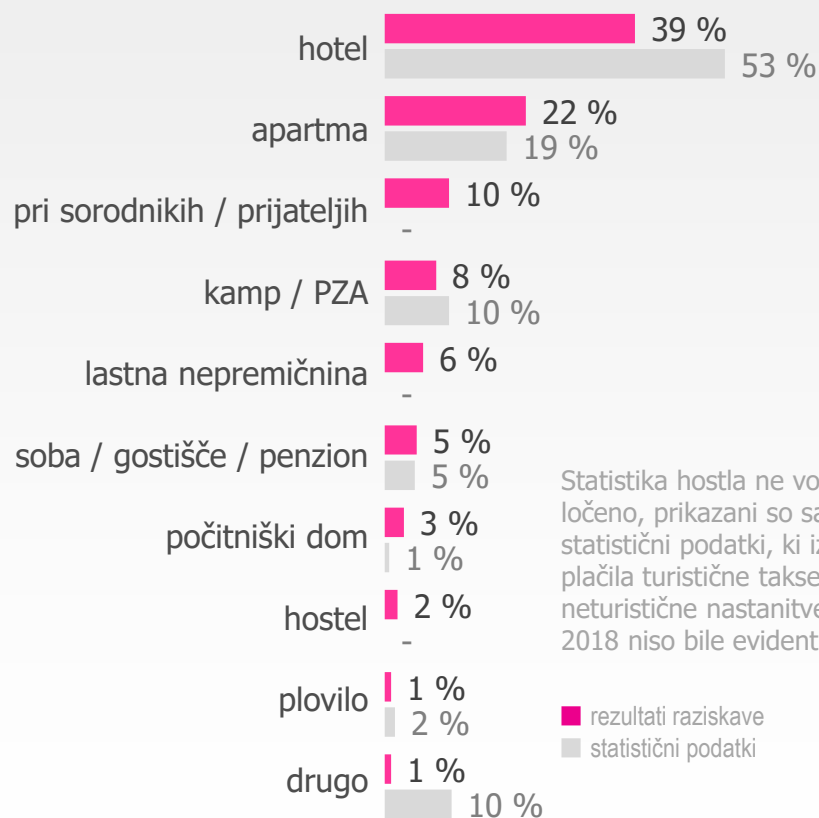
JEZIK ANKETIRANCA



Pri statističnih podatkih iz l. 2018 je razmerje med tujimi in domačimi gosti približno 1:1. V raziskavi je torej sodelovalo več slovenskih gostov.

TIP NASTANITVE

Kje ste bili nastanjeni?



Statistika hostla ne vodi ločeno, prikazani so samo statistični podatki, ki izvirajo iz plačila turistične takse (zato neturistične nastanitve v l. 2018 niso bile evidentirane)

■ rezultati raziskave
■ statistični podatki



Krovnii rezultati

- 1. Turisti Izole**
- 2. Turisti drugih krajev**
- 3. Dnevni obiskovalci Izole**

Turisti Izole skozi nakupno pot



Sprožilec

- Kje ste prvič izvedeli za Izolo? (*turisti iz tujine*)
- S kakšnim namenom ste prišli?

Informiranje in raziskovanje

- Kje ste se informirali?
- O čem ste se informirali?

Odločitev

- Zakaj ste se odločili za Izolo?
- Kaj od naštetega najbolj velja?
- Katere destinacije ste še imeli v izboru?
- Boste obiskali še kakšno destinacijo?

Rezervacija

- Kdaj ste se odločili?
- Kdaj ste rezervirali?
- Kje ste opravili rezervacijo?

Obisk (izkušnja)

- Kdaj ste prispeli?
- Koliko noči ste ostali?
- Kako ste prispeli?
- Kje ste bili nastanjeni?
- Ime nastanitve
- Kako ste imeli urejeno prehrano?
- Kaj ste počeli?
- Koliko denarja ste porabili?
- Koliko denarja ste porabili za aktivnosti?

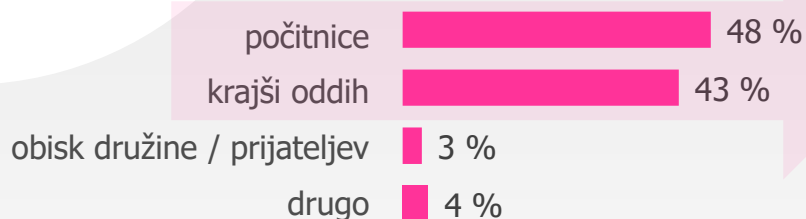
Ocena izkušnje

- Zadovoljstvo
- Priporočilo
- Pohvala
- Vrnitev

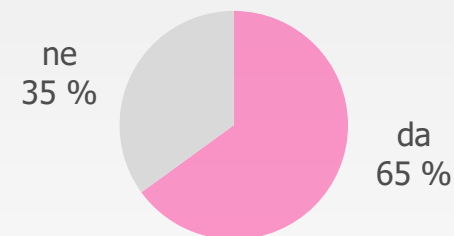
Približno enako turistov je v Izolo prišlo na počitnice ali na krajši oddih, dvema tretjinama je Izola letos predstavljala glavni dopust. Največ turistov iz tujine je za Izolo izvedelo od prijateljev in znancev.

NAMEN OBISKA

S kakšnim namenom ste prišli v Izolo?



Je to vaš glavni poletni dopust?



PRVI VIR

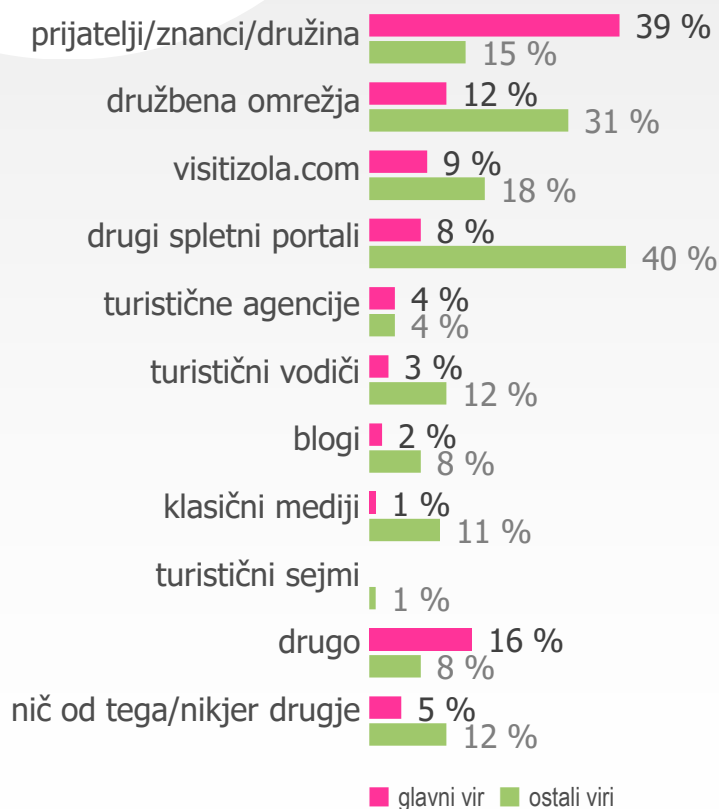
Kje ste prvič izvedeli za Izolo? (odgovarjali so turisti iz tujine, N=50)



Prijatelji, znanci in družina so tudi glavni vir za pridobivanje informacij o Izoli. Sledijo jim spletni portali in družbena omrežja. Turiste so najbolj zanimale plaže, prireditve in kulinarika.

INFORMIRANJE

Kje vse ste pridobivali informacije, na osnovi katerih ste izbrali Izolo?



O čem ste se informirali? O ...



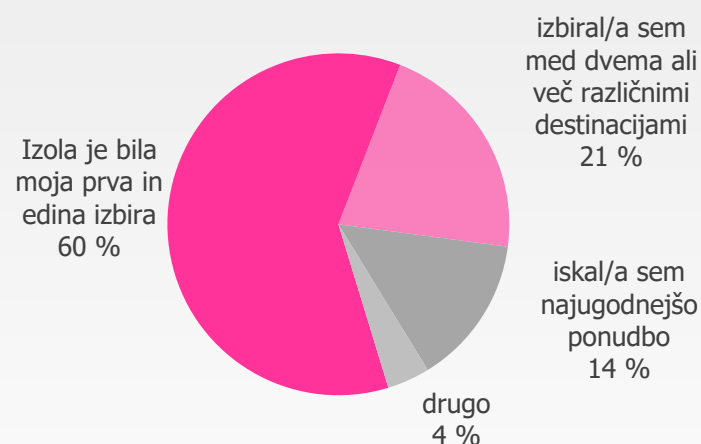
Največ turistom je bila Izola prva/edina izbira. Pritegneta jih narava in klima, plaže in vzdušje, prihajajo zaradi dobrih preteklih izkušenj.

ODLOČITEV

Zakaj ste se odločili za Izolo? Zaradi ...



Kaj od spodaj naštetega najbolj velja za vašo odločitev za Izolo?



To je moja dolgoletna destinacija za počitnice.

Visok nivo čistoče v kampu in zelo prijazen odnos osebja.

... najlepši obmorski kraj zame, nostalgično se vračam vedno znova ...

Enostavno čudovita je.

Turistom, ki jim Izola ni predstavljala edine izbire, so izbirali tudi med Piranom (v največji meri), Portorožem, Ankaranom in Koprom.

Katere druge destinacije ste še imeli v izboru?



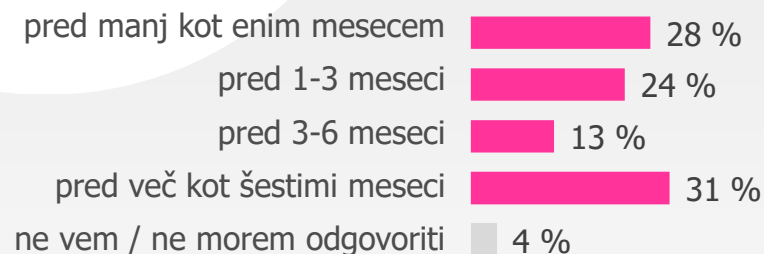
Ste oz. boste tekom tega dopusta obiskali še kakšno destinacijo? Katero?



Tretjina turistov se je za Izolo odločila že več kot pol leta prej, več kot petina bivanja ni vnaprej rezervirala. Polovica turistov, ki so rezervirali, je rezervacijo opravilo direktno pri ponudniku nastanitve.

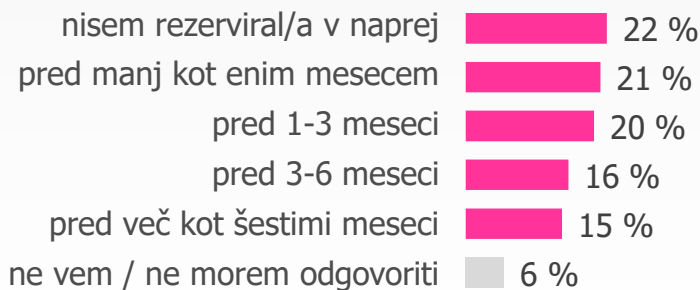
ČAS ODLOČITVE

Kdaj ste se odločili za bivanje / obisk v tem terminu?



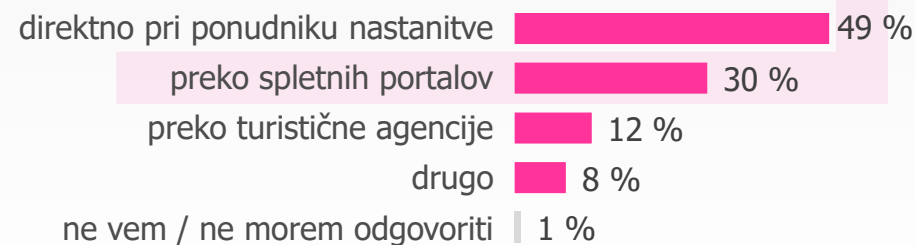
ČAS REZERVACIJE

Kdaj ste rezervirali vaše bivanje v Izoli?



MESTO REZERVACIJE

Kje ste opravili rezervacijo?

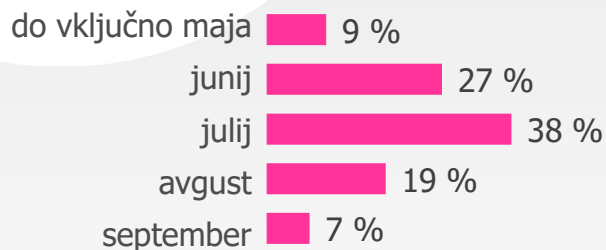


Osnova: Turisti Izole, ki so rezervirali vnaprej, N=145

Sodelovalo je največ turistov, ki so v Izoli počitnikovali julija junija. V Izoli so bili povprečno nastanjeni pet dni, prišli pa so z avtomobilom.

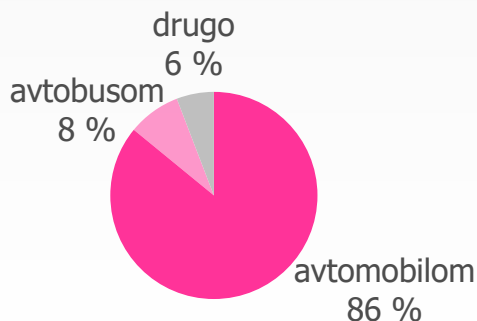
ČAS OBISKA

Kdaj ste prispeli v Izolo?



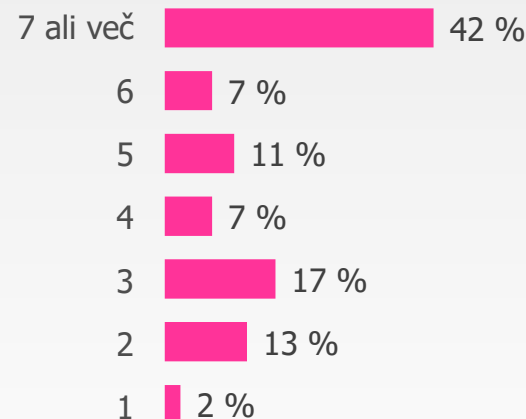
PREVOZNO SREDSTVO

Kako ste prispeli v Izolo? Z ...



ŠTEVILO DNI NOČITEV

Koliko noči (bo)ste preživel v Izoli?



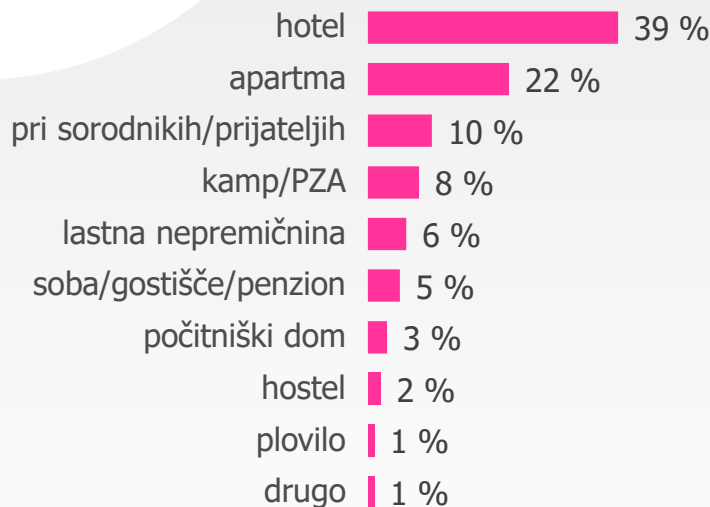
Povprečno št. dni nočitev = 5



Največ turistov je bilo nastanjenih v hotelih – predvsem v **Delfinu** in **Belvedere**. Polovica turistov se je prehranjevala v gostinskih lokalih, veliko pa je takih, ki so si hrano pripravljali sami.

TIP NASTANITVE

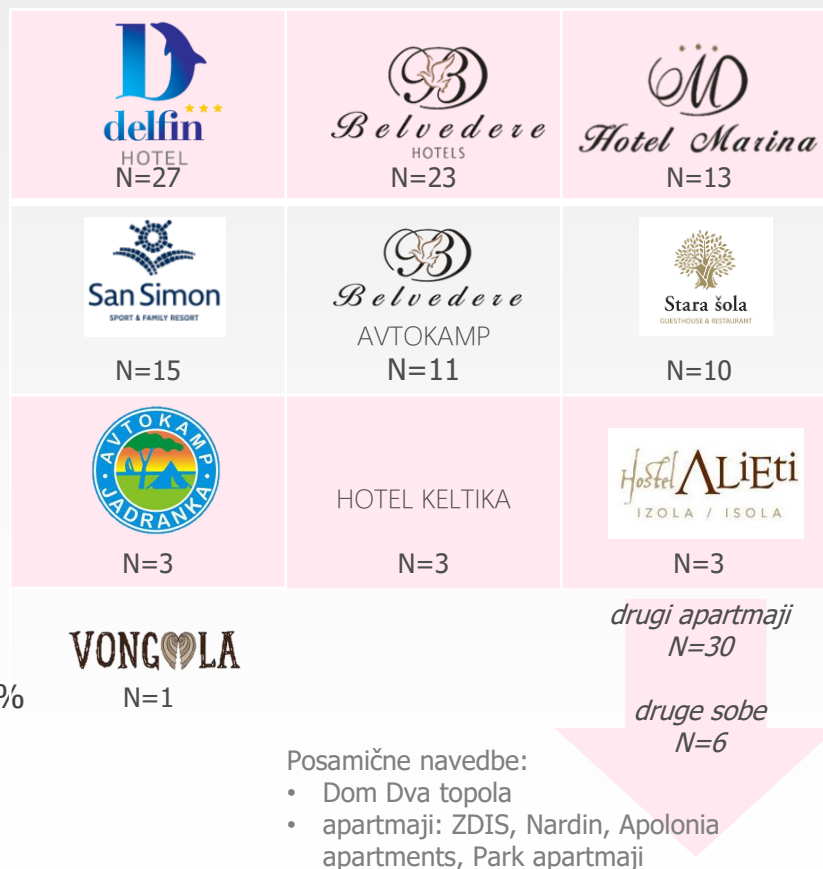
Kje ste (bili) nastanjeni?



Kako imate urejeno prehrano?



IME NASTANITVE



Poleg najbolj priljubljenega kopanja ter sproščanja in počivanja na plaži med aktivnostmi sledita kulinarika in prireditve.

AKTIVNOSTI

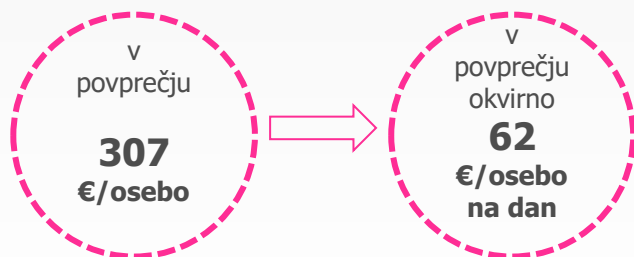
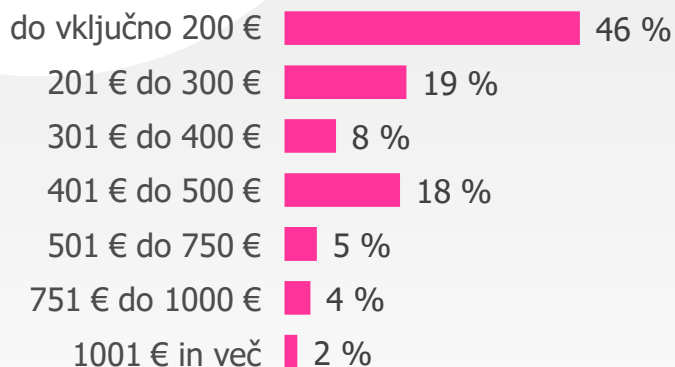
Kaj ste počeli?



Turisti Izole so tekom obiska v povprečju porabili 307 € na osebo; največ za prenočišče, kulinariko in nakupovanje. Največ jih je porabilo do vključno 200 €.

POTROŠNJA

Koliko denarja NA OSEBO približno ste / boste porabili tekom obiska Izole? ?



Povprečno brez prenočišča: **217 €/osebo**

Koliko približno ste / boste porabili za spodaj navedene storitve tekom tega obiska Izole NA OSEBO?

Storitev / aktivnost	Povp. znesek (v €)*
prenočišče (skupaj z vključeno prehrano)	299
kulinarika (poleg prehrane, vključene v prenočišče)	102
nakupovanje	94
wellness storitve	79
vinske kleti	59
kopališča	51
ogledi znamenitosti	50
športne aktivnosti	41
prireditve	35

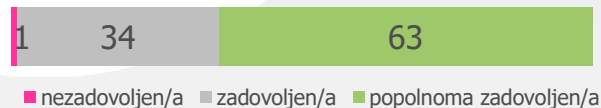
* V povprečju so upoštevani le tisti, ki so za posamezno kategorijo nekaj porabili (torej več kot 0 €).



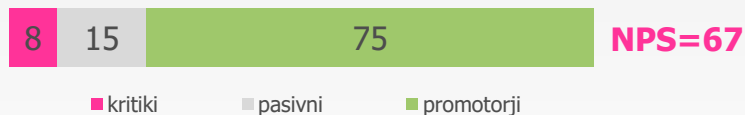
Tri četrtine turistov bi Izolo priporočilo svojim znancem / prijateljem, enak delež pa bi se jih tudi zagotovo vrnilo. Turiste Izole so najbolj navdušile prijaznost, čistoča in urejenost.

OCENA IZKUŠNJE

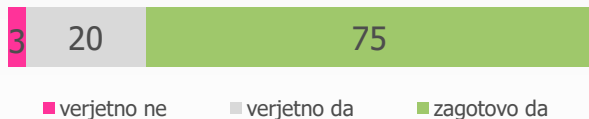
Kako bi ocenili celotno izkušnjo v Izoli?



Kako verjetno je, da boste Izolo priporočili svojim prijateljem / znancem / družini?



Kako verjetno se boste v Izolo še vrnili?



Naša družina prihaja v Izolo že od leta 1989. Otroci so se v Simonovem zalivu naučili plavati in nasploh so uživali v naravi in morju. Odkrivali smo tudi kulturne in naravne znamenitosti v slovenski Istri in ob morju.

NAVDUŠENJE

Je kaj na vas naredilo še posebej dober vtis?

- **PRIJAZNOST** (domačinov, zaposlenih, TIC)
- **ČISTOČA IN UREJENOST** (plaža, mesto, okolica, sprehajalne poti), tudi dostopnost plaže (za otroke, invalide)
- hrana, kulinarika
- kulturna ponudba in dogodki (dnevi domačih pedočev, ribiški dnevi)
- drugo: marina, umirjenost, vzdušje in utrip mesta, nastanitev, stari del mesta, opazen razvoj mesta, možnost rekreacije, narava, vreme, lepo mesto ...

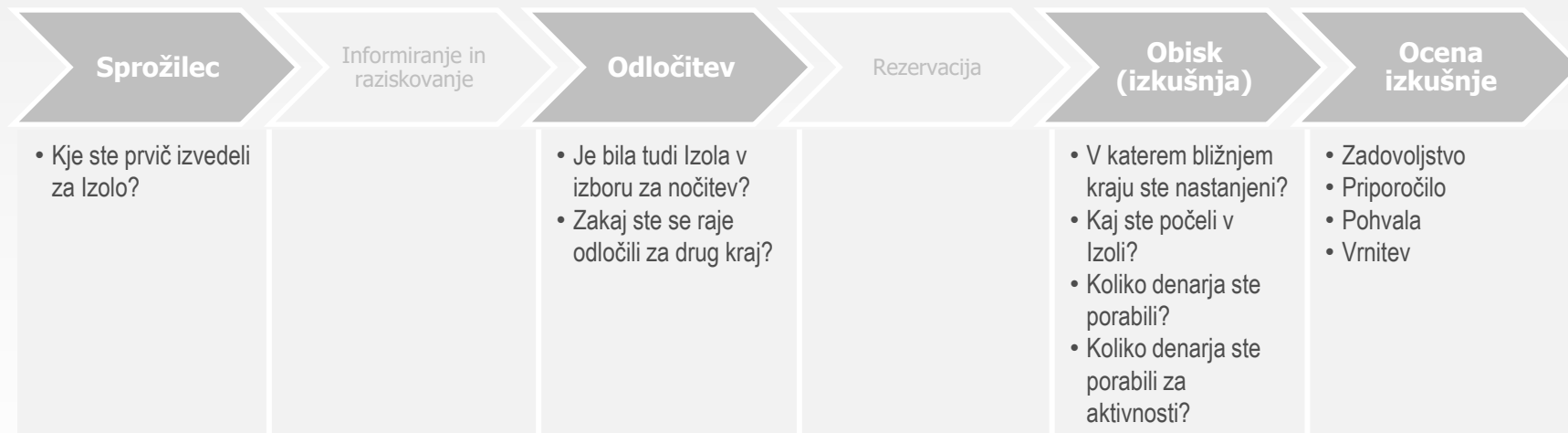
Kje ste oz. boste objavili / podali pohvalo ali pritožbo?

POHVALO:

- v hotelu
- družbena omrežja (FB)
- Booking.com
- prijatelji
- WhatsApp
- Tripadvisor

PRITOŽBO: brez navedb

Turisti drugih krajev skozi nakupno pot (relevantne faze)



Več kot polovica turistov iz drugih krajev je imelo tudi Izolo v izboru za nočitev, a so se za drug kraj odločili predvsem zaradi nastanitvene ponudbe, dobrih izkušenj in vzdušja.

VIR INFORMACIJ

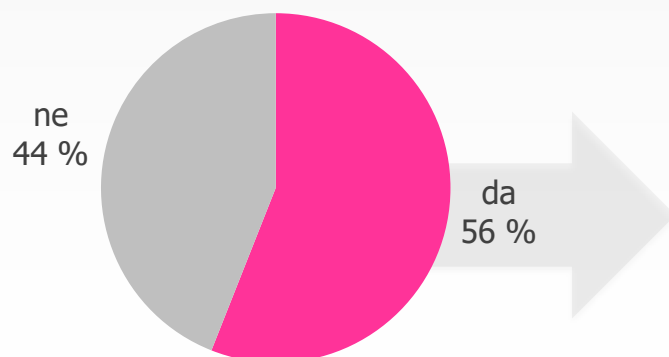
Kje ste prvič izvedeli za Izolo?

(odgovarjali turisti iz tujine, N=13)

- pri **prijateljih / znancih / družini** (N=4)
- na družbenih omrežjih, v turističnih vodičih (vsak odgovor N=2)
- na drugih spletnih portalih, na blogih, na visitizola.com, pri turističnih agencijah, drugje (vsak odgovor N=1)

ODLOČITEV

Je bila tudi Izola v vašem izboru za nočitev?



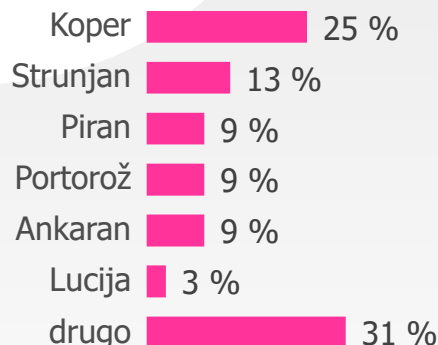
Zakaj ste se raje odločili za drug kraj? Zaradi...



Največ turistov drugih krajev je bilo nastanjenih v Kopru ali Strunjanu. V primerjavi s turisti Izole so v večji meri obiskali kulturne prireditve in znamenitosti, manj pa zabavne prireditve in festivale.

NASTANITEV

V katerem bližnjem kraju ste nastanjeni?



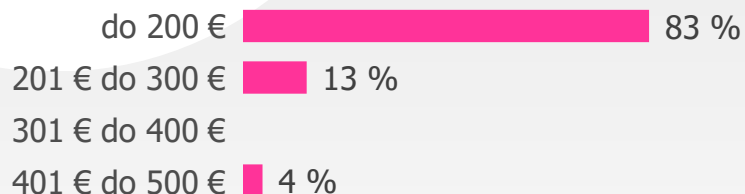
Kaj ste / boste počeli med vašim obiskom Izole?



Turisti drugih krajev so v Izoli največ denarja porabili za kulinariko, za ta namen v povprečju 82 €.

POTROŠNJA

Koliko denarja NA OSEBO približno ste / boste porabili tekom obiska Izole? ?



v
povprečju

109
€/osebo

Koliko približno ste / boste porabili za spodaj navedene storitve tekom tega obiska Izole NA OSEBO?

Storitev / aktivnost	Povp. znesek (v €)*
prenočišče (skupaj z vključeno prehrano)**	128
kulinarika (poleg prehrane, vključene v prenočišče)	82
vinske kleti	70
wellness storitve	65
prireditve	43
nakupovanje	41
športne aktivnosti	13
ogledi znamenitosti	12
kopališča	11

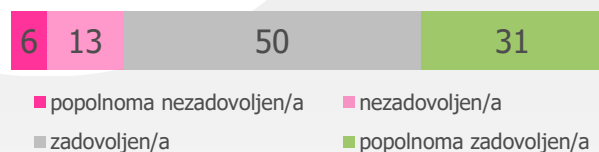
* V povprečju so upoštevani le tisti, ki so za posamezno kategorijo nekaj porabili (torej več kot 0 €).

** Prenočišče v drugem kraju

Med turisti drugih krajev je v primerjavi s turisti Izole polovica manj popolnoma zadovoljnih, tudi delež priporočanja je nižji. Ne glede na to, se jih bo polovica zagotovo vrnila.

OCENA IZKUŠNJE

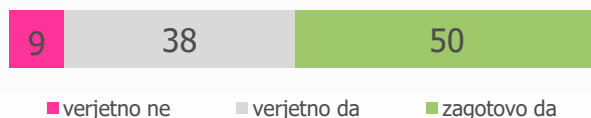
Kako bi ocenili celotno izkušnjo v Izoli?



Kako verjetno je, da boste Izolo priporočili svojim prijateljem / znancem / družini?



Kako verjetno se boste v Izolo še vrnili?



NAVDUŠENJE

Je kaj na vas naredilo še posebej dober vtis?



Fahrradtour durch Korte, Padna, Nova Vas, Sveti Peter. Schöne Orte und Landschaft.

Sprehod ob obali, prijaznost ljudi.

Vsakič, ko obiščem slovensko Primorje, zavijem obvezno še v Izolo.

Dnevni obiskovalci Izole

skozi izkušnjo



V primerjavi s turisti Izole, se dnevni obiskovalci manj ukvarjajo z aktivnostmi v naravi in bistveno manj nakupujejo, kar se odraža tudi pri porabi.

NAMEN OBISKA

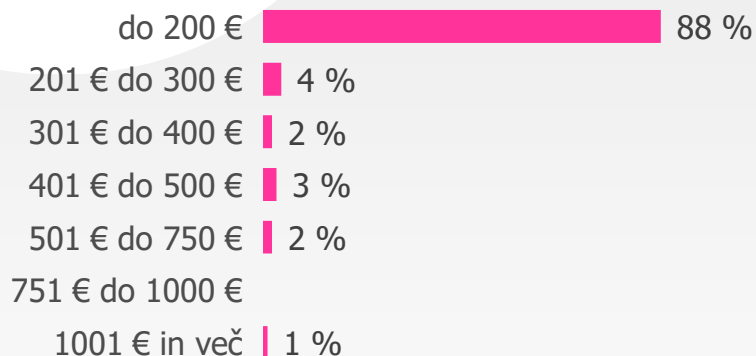
Kaj ste / boste počeli med vašim obiskom Izole?



Večina dnevnih obiskovalcev tekom obiska Izole ni porabila več kot 200 €, največ so porabili za wellness storitve, v povprečju 53 €.

POTROŠNJA

Koliko denarja NA OSEBO približno ste / boste porabili tekom obiska Izole? ?



v
povprečju

115
€/osebo

Koliko približno ste / boste porabili za spodaj navedene storitve tekom tega obiska Izole NA OSEBO?

Storitev / aktivnost	Povp. znesek (v €)*
wellness storitve	53
kulinarika	48
nakupovanje	43
vinske kleti	36
ogledi znamenitosti	24
kopališča	24
prireditve	21
športne aktivnosti	18

* V povprečju so upoštevani le tisti, ki so za posamezno kategorijo nekaj porabili (torej več kot 0 €).

Več kot polovica dnevnih obiskovalcev je bila z obiskom Izole popolnoma zadovoljna in bi jo priporočila drugim, večina se bo zagotovo vrnila (delež teh je še večji kot med turisti Izole).

OCENA IZKUŠNJE

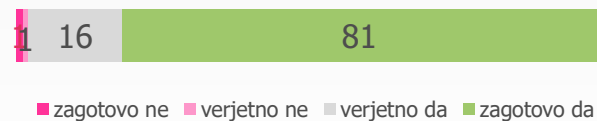
Kako bi ocenili celotno izkušnjo v Izoli?



Kako verjetno je, da boste Izolo priporočili svojim prijateljem / znancem / družini?



Kako verjetno se boste v Izolo še vrnili?



NAVDUŠENJE

Je kaj na vas naredilo še posebej dober vtis?

- **UREJENOST in ČISTOČA** (plaža, mesto, okolica, sprehajalne poti, parkirišče)
- **PRIJAZNOST** (domačinov, zaposlenih)
- hrana, kulinarika
- **drugo:** stari del mesta, samo mesto, kultura in dogodki (Izolana, prireditve na prostem, Dnevi Špargljev, Dnevi pedočev, ...), marina, lepo mesto, pokrajina

Kje ste oz. boste objavili / podali pohvalo ali pritožbo?

POHVALO:

- **družbena omrežja (FB)**
- Booking.com
- Tripadvisor
- prijatelji

PRITOŽBO: brez navedb



Samo mesto in prijaznimi domačini ti dajejo občutek domačnosti, kljub temu, da je to turistična destinacija.

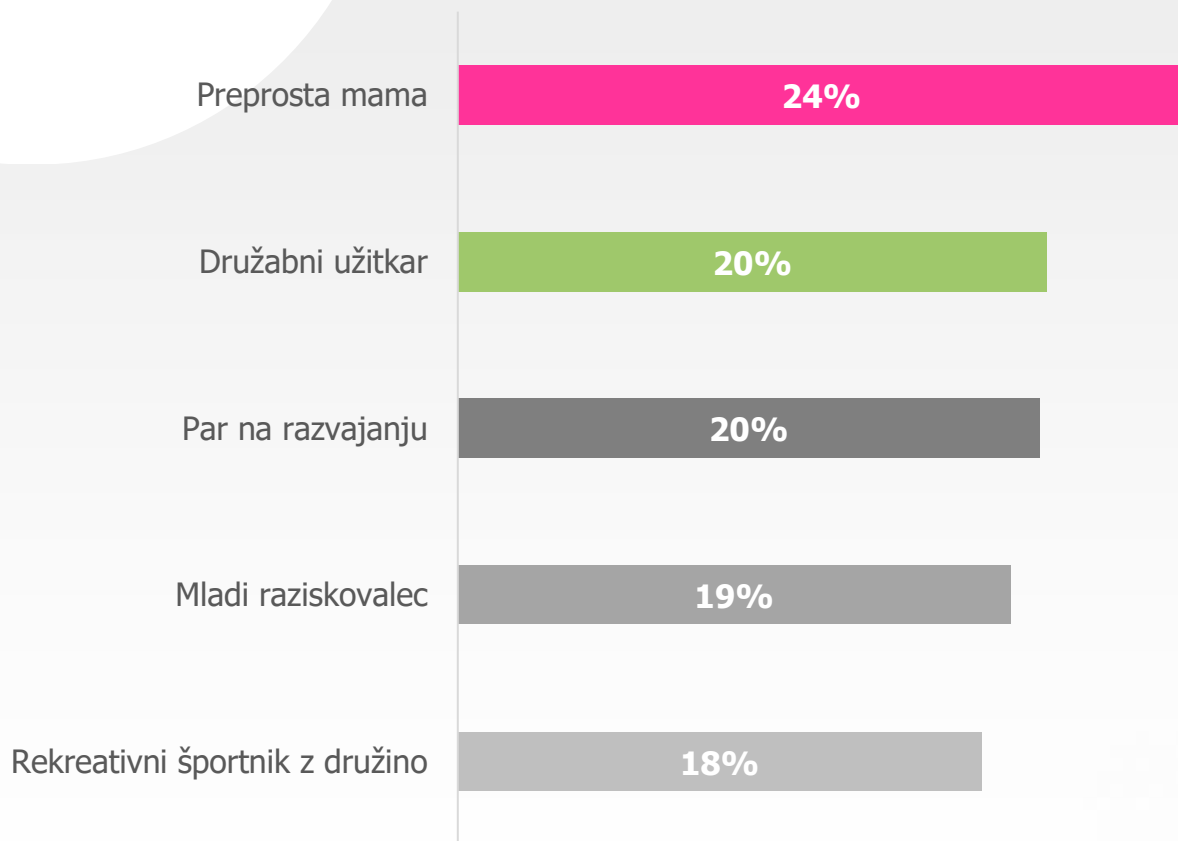
Izola, kot kraj sam po sebi vedno pusti dober vtis, saj je vedno kaj novega in polna novih doživetij, zato se že kar nekaj let zapored vračamo.



Segmentacija



Sodelujoči gostje Izole se razdelijo na pet približno enako velikih segmentov. Največji predstavlja četrtno, ostali vsak petino gostov.



1

Mladi raziskovalec



Profil gosta

Moški do 34 let,
samski ali v paru, brez
otrok,
iz tujine

Cene, **znamenitosti**,
kultura ljudi,
priporočila, dediščina,
arhitektura, vodeni
ogledi, zabava

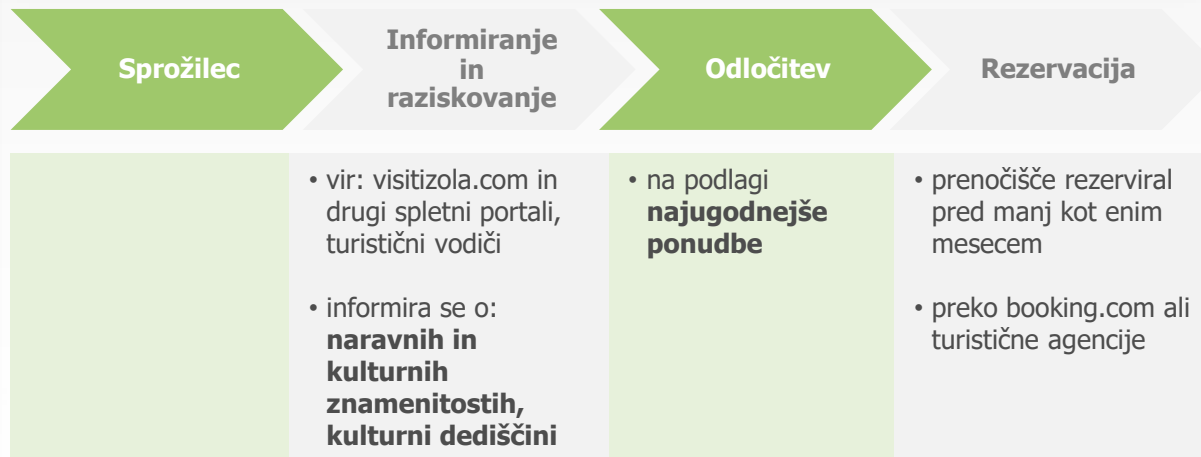
Odkrivanje novih
krajev, obisk naravnih
in kulturnih
znamenitosti

POMEMBNO

AKTIVNOSTI

Izola znamenitosti, kultura, zabava

Turist v Izoli, na dopustu	Biva v sobi	Manj zadovoljen
<ul style="list-style-type: none"> v Izoli je turist, prišel na dopust (krajši dopust ali obisk prijateljev), obiskal bo tudi druge destinacije prišel je s prijatelji ali v paru 	<ul style="list-style-type: none"> prišel za nekaj dni (4-6), biva v sobi, prišel z avtobusom, vlakom, letalom največ denarja porabi za kulinariko in nakupovanje povprečna poraba: 252 € 	<ul style="list-style-type: none"> izmed segmentov drugi najmanj zadovoljen (NPS=47) v Izolo se bo še vrnil



2

Družabni užitkar



Profil gosta

35 - 44 let,
jezik: slovenski

Kulinarična / gostinska ponudba, obisk kulturnih dogodkov in prireditev, kultura ljudi, zabava, kulturna dediščina, kulturne znamenitosti, **ponudba vodenih ogledov**

Kulinarika, obisk festivalov, kulturnih prireditev, kulturnih znamenitosti, vinskih kleti, športnih prireditev, zdravljenje, obisk poslovnih dogodkov

POMEMBNO

AKTIVNOSTI

Izola

plaže, priporočila, kulinarična / gostinska ponudba

Dnevni obiskovalec / prenočuje v bližnjem kraju	Biva v apartmaju	Zadovoljen
<ul style="list-style-type: none"> v Izoli na dnevnem obisku oz. je Izola vmesna destinacija, sicer na glavnem dopustu, potuje s prijatelji, je v gostinskih lokalih potuje v paru ali z družino 	<ul style="list-style-type: none"> na obali prenočuje 7 ali več dni nastanjen v apartmaju, prišel s plovilom/ kolesom/ avtodomom/ motorjem na dopustu največ denarja porabi za nakupe in wellness storitve povprečna poraba v Izoli: 130 € 	<ul style="list-style-type: none"> drugi najbolj zadovoljen segment (NPS=52) v Izolo se bo zagotovo še vrnil

Sprožilec

Informiranje
in
raziskovanje

Odločitev

Rezervacija

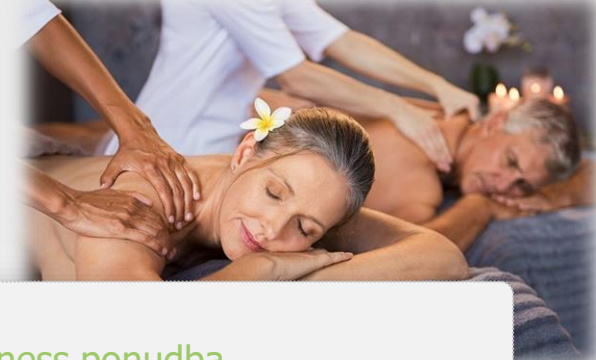
- vir: visitizola.com, turistični vodiči, blogi
- informira se o: **prireditvah /dogodkih, prebivalcih, vodenih ogledih**

- Izola je **prva in edina** izbira
- za obisk se je odločil pred 3 meseci ali več

- prenočišče rezerviral 1-3 mesece prej
- direktno pri ponudniku nastanitve

3

Par na razvajanju



Profil gosta

Moški, 55-64 let,
zaposlen,
jezik: nemški

Plaže, wellness,
toplice, zdravilišče

Kopanje,
nakupovanje,
obisk wellness-a,
kulinarika

Izola vzdušje, kultura ljudi, wellness ponudba

Turist Izole	Biva v apartmaju / hotelu	Zadovoljen
<ul style="list-style-type: none"> v Izoli je na dopustu sprošča se v wellnessu / zdravilišču potuje v paru 	<ul style="list-style-type: none"> pride za 1-6 noči, nastanjen v apartmaju / hotelu na dopustu največ denarja porabi za kulinariko povprečna poraba: 252 € 	<ul style="list-style-type: none"> 3. najbolj zadovoljen segment (nps=51) verjetno se bo še vrnil

Sprožilec

Informiranje in raziskovanje

Odločitev

Rezervacija

- prvič izvedel za Izolo na družbenih omrežjih in v turističnih vodičih

- vir: družbena omrežja, turistični vodiči, blogi
- informira se o: **nastanitveni ponudbi, cenah, wellness ponudbi, plaži**

- izbiral je** med več destinacijami
- za Izolo se je odločil zaradi **kulture ljudi in wellness ponudbe**
- pred 1-3 meseci

- tudi rezervacijo je opravil 1-3 mesece pred obiskom preko turistične agencije

POMEMBNO

AKTIVNOSTI

4

Preprosta mama



Profil gosta

Ženska, 45-54 let,
potuje z družino,
jezik: slovenski

Na počitnicah si želi počivati in biti v stiku z naravo, destinacijo izbere na podlagi dobrih izkušenj, cen, ponudbe za družine in razpoložljivosti nastanitve

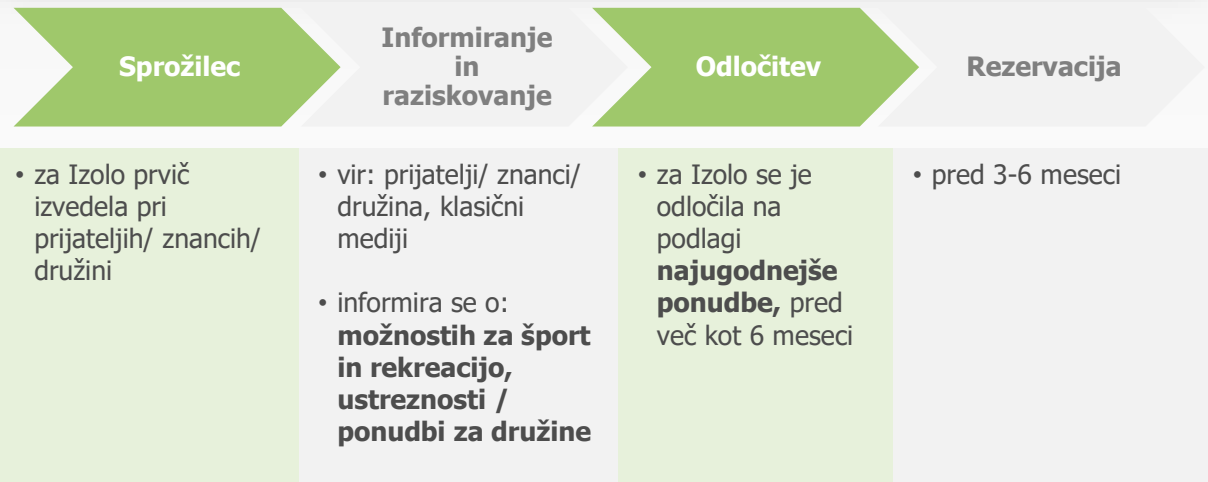
Sproščanje in počivanje na plaži, šport in rekreacija, aktivnosti z otroki

POMEMBNO

AKTIVNOSTI

Izola
dobre izkušnje iz preteklosti, cene, dostopnost

Turistka v Izoli	Biva v hotelu ali kampu	Najbolj zadovoljna
<ul style="list-style-type: none"> v Izolo prišla na počitnice, v glavnem zaradi sproščanja na plaži, bo pa tudi obiskala naravne in kulturne znamenitosti potuje z družino 	<ul style="list-style-type: none"> v Izoli prenočuje 4-5 dni, nastanjena v hotelu ali kampu največ denarja porabi za kulinariko povprečna poraba: 182 € 	<ul style="list-style-type: none"> najbolj zadovoljna med segmenti (NPS=60) zagotovo se bo še vrnila



Sprožilec

Informiranje
in
raziskovanje

Odločitev

Rezervacija

- za Izolo prvič izvedela pri prijateljih/ znancih/ družini

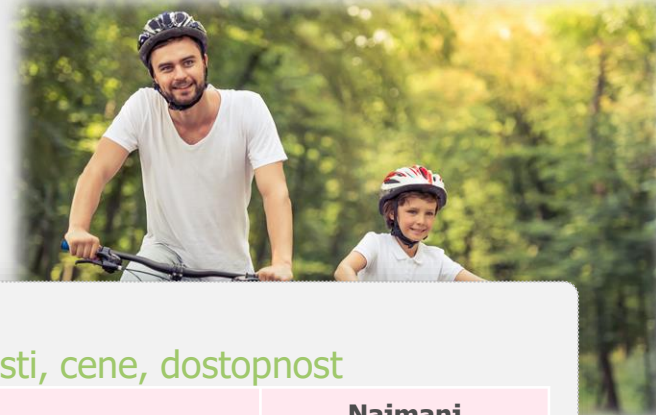
- vir: prijatelji/ znanci/ družina, klasični mediji
- informira se o: **možnostih za šport in rekreacijo, ustreznosti / ponudbi za družine**

- za Izolo se je odločila na podlagi **najugodnejše ponudbe**, pred več kot 6 meseci

- pred 3-6 meseci

5

Rekreativni športnik z družino



Profil gosta

Moški, 25-44 let,
poročen in ima otroke,
jezik: nemški

Od destinacije
pričakuje ponudbo
različnih možnosti
zabave za vso
družino, ustreznost
ponudbe za družine,
zanima ga marina

Aktivnosti z otroki

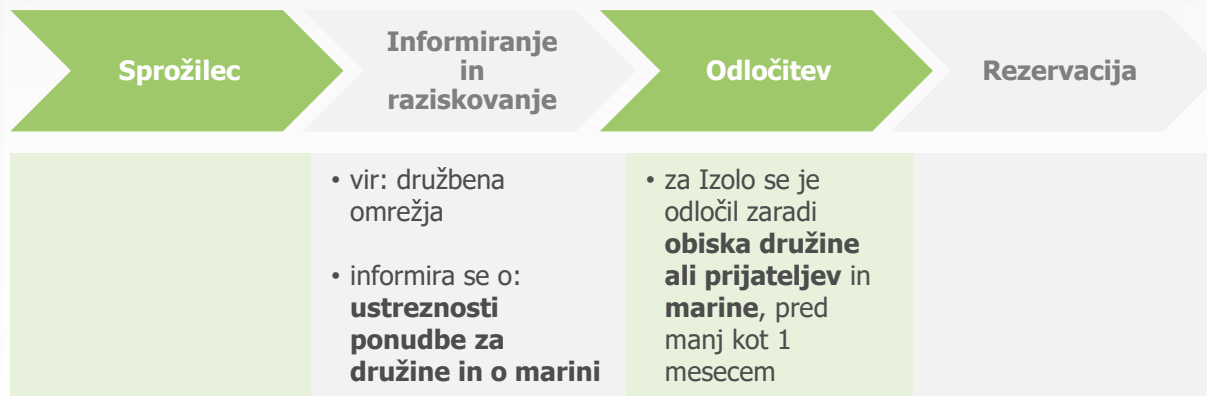
POMEMBNO

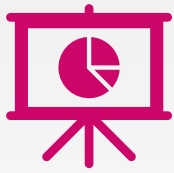
AKTIVNOSTI

Izola

dobre izkušnje iz preteklosti, cene, dostopnost

Na krajšem oddihu	Biva pri prijateljih	Najmanj zadovoljen
<ul style="list-style-type: none"> nastanjen je v bližnjem kraju in je v Izolo prišel na krajši oddih/ obisk /izlet v Izoli bo počel aktivnosti z otroki, se ukvarjal s športom in rekreiral ter udeležil športnih prireditev, obiskal marino ... potuje z družino 	<ul style="list-style-type: none"> na obisku prijateljev, prenoči 2-3 dni nastanjen je pri sorodnikih/ prijateljih, prišel je z avtomobilom največ denarja porabi za obisk vinskih kleti, pripravljen je porabiti tudi za športne aktivnosti, prireditve in kopališča povprečna poraba: 205 € 	<ul style="list-style-type: none"> najmanj zadovoljen segment (NPS=32)





Zaključki

Izola ima zveste goste, ki se vračajo. Razlogi za obisk kažejo, da se je že uspela pozicionirati v smeri kulinarične destinacije s pestrim dogajanjem.

- Med njihovimi aktivnostmi so poleg morja močno izraženi **dogodki in kulinarika**, kar kaže na to, da je Izola uspelo doseči premik iz morskega kraja v avtentično destinacijo z močno kulinarično tradicijo in pestrim dogajanjem. Tudi obisk naravnih znamenitosti in aktivnosti v naravi jim tesno sledijo, manj pa se gostje ukvarjajo s športom in rekreacijo, aktivnostmi z otroki in z obiskom kulturnih znamenitosti. Gost v povprečju navaja 4 aktivnosti, turisti Izole skoraj 5, turisti drugih krajev pa 3,5.
- **Cena ni med glavnimi razlogi** za obisk izole, kar kaže na to, da Izola poleg zvestih gostov privablja profil gosta, pri katerih imajo drugi kriteriji izbire prednost pred ceno. Vseeno pa je cena še vedno pogostejši razlog kot kulinarika.
- Izolski turisti v večji meri kot turisti ostalih krajev **Izolo izbirajo zaradi kulinarike in za kulinariko tudi porabijo več**. Gostje, ki prenočujejo drugje (največ jih pride iz Kopra in Strunjana), navajajo razlog, da **v Izoli ni ustrezne nastanitve**.
- Gostje se pri zbiranju informacij zanimajo predvsem za plažo, dogodke ter gostinsko in namestitveno ponudbo, **manj pa se informirajo o znamenitostih, aktivnostih in vodenih ogledih**.
- **Ponudniki nastanitve imajo pomembno vlogo pri rezervacijah**, saj polovica rezervacijo opravi direktno pri njih.
- **Spletni portali in družabna omrežja so glavni vir informiranja** trenutnih strank, kar sicer odraža tudi vire, iz katerih so prišli sodelujoči v raziskavi.
- Velik delež gostov si **hrano pripravljajo sami** – teh je toliko kot gostov nehotelskih namestitev.
- V raziskavi je sodeloval nadpovprečni delež gostov, ki **biva več kot tri dni** (tudi po en teden), kar v primerjavi s statistiko kaže nadpovprečno trajanje bivanja in na to, da zvesti gostje, ki so v raziskavi bolj izraziti, ostajajo dlje.



Med izolskimi gosti so segmenti Preprosta mama, Par na razvajanju, Rekreativni športnik z družino in Družabni užitkar.

Največji segment je Preprosta mama, ki predstavlja slabo četrtno gostov, ostali segmenti so veliki vsak približno petino.

- 1. Preprosta mama** je v Izoli na počitnicah z družino. Je najbolj zadovoljen segment, ki ima tudi pretekle dobre izkušnje z Izolo, vendar relativno malo porabi. Preprosta mama je tudi ena od izolskih ciljnih person.
- 2. Družabni užitkar** je v Izoli na dnevnem obisku, zanimajo ga kulinarika in prireditve, z Izolo je zadovoljen, porabi pa manj kot tisti, ki v Izoli bivajo. Je blizu ciljni personi aktivni gurman, vendar bi potreboval "nadgradnjo".
- 3. Par na razvajanju** v Izoli preživlja dopust, kjer se sprošča v wellnessu. Porabi največ med segmenti (skupaj enako kot Mladi raziskovalec, vendar več na osebo), največ za kulinariko, je pa srednje zadovoljen segment. Med ciljnimi personami tega segmenta ni, je pa najbližje Aktivni seniorki.
- 4. Mladi raziskovalec** je segment, ki na dopustu v Izoli s prijatelji odkriva nove kraje in obiskuje znamenitosti. Ta segment sicer gleda na ceno, vendar med segmenti največ porabi, je pa med manj zadovoljnimi segmenti. Verjetno se bo vrnil, zato ima Izola pri njem še eno priložnost. Segment odkriva novo persono, ki je v Izoli do sedaj še niso oblikovali.
- 5. Rekreativni športnik z družino** je najmanjši segment, v Izoli na krajšem oddihu ali na obisku pri prijateljih z družino. Glede na čas bivanja porabi relativno veliko, vendar je najmanj zadovoljen segment in tudi ni prepričan, da se bo vrnil. Pričakuje različne možnosti in aktivnosti za družino, rekreacijo in šport.



Med segmenti izolskih gostov najdemo vse ciljne persone, ki so jih opredelili v Izoli, vendar razen Preproste mame vsi potrebujejo nadaljnji razvoj, da se lahko razvijejo v želeni profil.

Segment **Preprosta mama** predstavlja istoimensko persono, ostalim ciljnim personam pa se približajo naslednji segmenti:

- **Par na razvajanju je blizu Aktivni seniorki**, vendar v paru, manj aktiven in bolj usmerjen v wellness. Aktivno seniorko bi najverjetneje prav tako našli med izolskimi gosti, vendar smo v vzorcu zajeli manj samskih in manj starejših nad 65 let, zaradi česar je najverjetneje nismo dosegli. Par na razvajanju je torej mlajši in (še) v paru, kar lahko kaže na to, da je ta persona predhodnik Aktivne seniorke. Slednja preko obiska v paru doživlja pozitivno izkušnjo Izole in s tem ustvarja tudi prihodnja pričakovanja.
- **Rekreativni športnik z družino je blizu Rekreativnemu športniku**, vendar namesto sam pride z družino in so njegove potrebe temu prilagojene (razširjene na družino), športne aktivnosti so manj izražene.
- **Družabni užitkar se približa Aktivnemu gurmanu**, vendar je manj zahteven in pride predvsem v kontekstu obiska prijateljev, manj pa z neposredno gurmanskimi motivi.

Izola ima pri **svojih turistih** tri izzive: 1) Odlično izkušnjo zvestih gostov prenesti na nove 2) Povečati raznolikost aktivnosti in s tem doseči, da gost koristi več ponudbe 3) posledično krepiti ciljne segmente in pritegniti bolj profiliranega gosta.

- 1) Zvesti gostje so tisti, iz katerih se Izola lahko "uči", kako jim ponuditi več in doseči večjo vrednost. **Dodatna raznolika ponudba** za zveste goste bo pritegnila tudi ostale in jih približala ciljnim segmentom. Potrebno pa se je zavedati, da so zvesti gostje manj zahtevni, saj so že "prepričani" in je **dodano vrednost potrebno dosežati predvsem pri novih gostih** iz tujine.
- 2) Pri tem je pomembna **komunikacija ponudbe**, ne le s strani TZI, temveč tudi **s strani ponudnikov namestitev**, ki morajo poleg namestitve predstavljati tudi kulinarično ponudbo in raznoliko ponudbo aktivnosti, za katero mora biti interes vzbujen **že v fazi zbiranja informacij**, dodatno pa med samim obiskom. Potrebni bo **več spodbud v fazi raziskovanja** gosta, da si bodo gostje že vnaprej želeli ponujene aktivnosti, s tem pa bo ponudba pritegnila ustrezen profil gosta. Tak profil gosta zahteva tudi **druge vire informiranja**, ki niso omejeni na spletno stran in družabna omrežja. Gosta je potrebno spodbujati k ostalim aktivnostim tudi v času obiska.
- 3) Dodatno potrebo po izpostavljanju dodatne ponudbe se kaže iz obstoječih segmentov, ki niso tako "profilirani" uporabniki raznolike ponudbe, kot jo nudi Izola. Izola bi lahko segmente približala ciljnim personam ravno s tem, da jih **dodatno spodbudi s ponudbo**, ki je sedaj še ne koristijo ali morda niti ne poznajo oziroma privabi drug demografski **profil gostov z istimi motivi**, s katerimi je pridobila obstoječe (sploh zveste) goste:
 - Par na razvijanju lahko postane **Aktivni senior** s ponudbo dodatnih in raznolikih aktivnosti;
 - S ponudbo, ki zadovolji motive slovenskega Družabnega užitkarja, naj pritegne tuje goste, ki bodo ustrezali profilu **Aktivnega gurmana** in 'nadgradili' sedanjí segment v segment z višjo vrednostjo in bodo v Izoli tudi prenočili;
 - **Rekreativnega športnika** z družino naj pritegne k ponovnem obisku brez družine, na kratek oddih z močnejše izraženim motivom za športne aktivnosti;
 - Izola lahko z raznoliko in predvsem drugačno ponudbo zadrži in v prihodnje bolj navduši tudi **Mladega raziskovalca**, ki je vsekakor zanimiva persona z vidika porabe in zanimanj (odkrivanje novega).



Tudi **obiskovalci** so v Izoli dobrodošli: preko njih se lahko širi sezona, povečuje obisk prireditev in bolje izkoristi gostinske kapacitete.

- 1. Dnevni obiskovalci:** Ali bo Izola še naprej privabljala s kulinariko in dogodki in bo to njena ključna "znamenitost" ali pa želi več doseči s športom in rekreacijo ter npr. odkrivanjem novih krajev, s čimer bi dnevne obiskovalce od obale razpršili v zaledje in jih od gostinskih ponudnikov usmerili k ostalim ponudnikom (vino, aktivnosti za otroke, športna ponudba ...), kar bi posledično lahko prineslo tudi večjo porabo. Dnevni obiskovalci so dobrodošla dopolnitev izolskih turistov, saj lahko pri uporabi gostinskih storitev 'nadomestijo' tiste turiste, ki kuhajo sami, zato lahko Izola štejemo kot uspeh, da je te obiskovalce pritegnila. Če si Izola želi več rekreativnih športnikov oz. aktivnih obiskovalcev, je potrebno ponudbo za dnevne obiskovalce dopolniti s športnimi dogodki in ponudbo za rekreativce in/ali tudi za njihove spremljevalce oz. spremljevalke. Dodatno lahko Izola s ponudbo dogodkov in aktivnosti te goste pritegne takrat, ko je destinaciji to najbolj v interesu, npr. čez teden in izven sezone.
- 2. Turisti drugih krajev** so dobrodošli gostje za boljši turistični utrip mesta, brez potrebe po povečanju namestitvenih kapacitet in s tem posledično lahko prevelike gostote turistov. Ti turisti v največji meri prenočujejo v okoliških krajih in Izola jim lahko ponudi drugačno, bolj avtentično izkušnjo. Tudi ti turisti dopolnjujejo povpraševanje po gostinskih storitvah in prispevajo k večjemu obisku dogodkov, z zagotavljanjem odlične izkušnje pa mora Izola tega gosta navdušiti in mu vzbuditi zanimanje za ponovni obisk. Slednje lahko enako kot pri turistih doseže z raznolikostjo ponudbe (poleg avtentičnosti). Ta skupina je zanimiva za nadaljnje raziskovanje (npr. z intervjuji), da ugotovimo, zakaj bi si Izola želela teh gostov in kaj želi z njimi doseči, hkrati pa bi ti gostje podali tudi pogled od zunaj in v kontekstu kraja, kjer prenočujejo, da lahko Izola odkrije še morebitne druge prednosti in posebnosti, ki jih lažje vidi nekdo "od daleč".



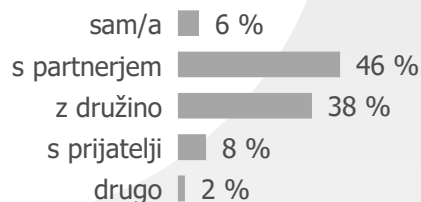


Vzorec



Vzorec – počitniške navade

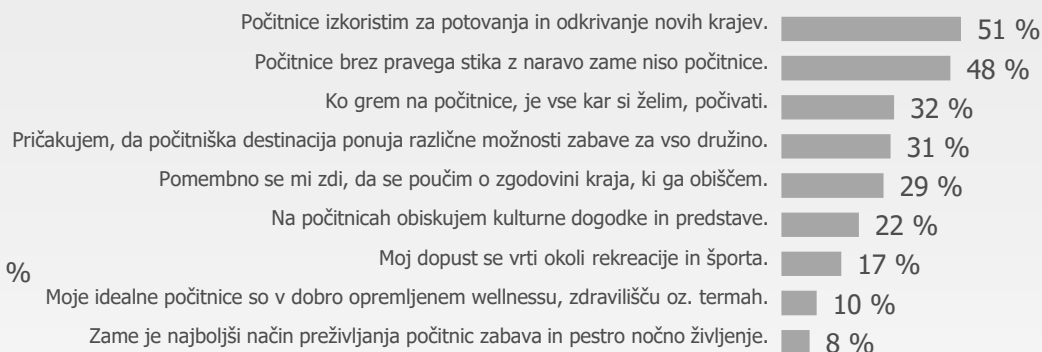
POTOVANJE S / Z



INTERESI, HOBIJI



ODNOS DO POČITNIC

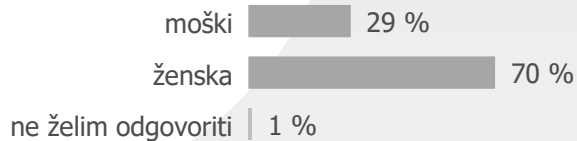


UPORABA DRUŽBENIH OMREŽIJ

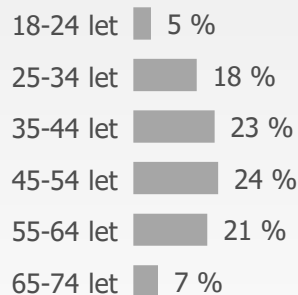


Vzorec – socio-demografija

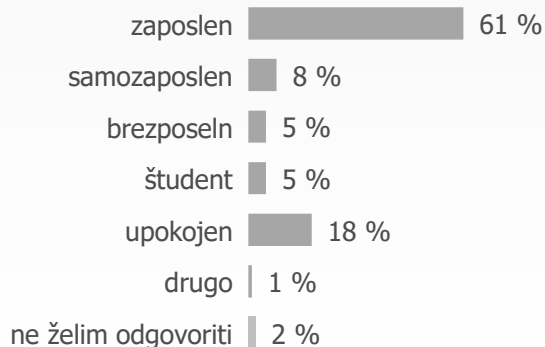
SPOL



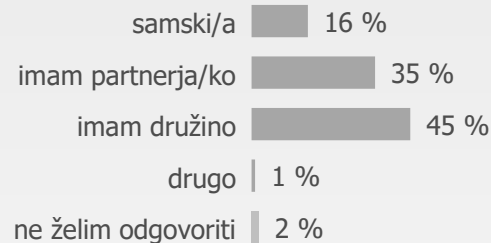
STAROST



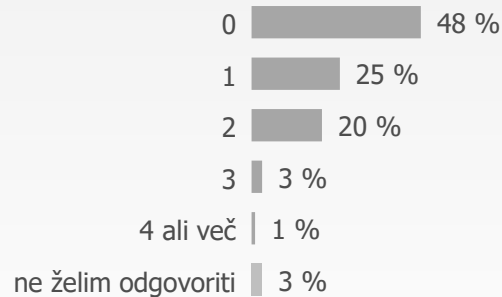
ZAPOSLITVENI STATUS



STATUS



ŠTEVILO OTROK V GOSPODINJSTVU





Hvala
za zaupanje!



| **ARHEA.SI**

Arhea Solutio d.o.o.
Leskoškova 9E, Ljubljana