

BLAGOVNA ZNAMKA HORSE BASED TOURISM – HBT

Dobra in privlačna storitev ni dovolj!

Pomembno je, da storitev predstavimo na pravi način, ob pravem času in pravim ljudem.

Za dosego tega cilja pa potrebujemo močno blagovno znamko.

Celostna grafična podoba gradi identiteto blagovne znamke, le-ta pa odseva strategijo, vizijo, karakter in poslanstvo blagovne znamke.

OSREDNJI CILJ

Namen HBT blagovne znamke je vzpostavitev povezovanja in doseganje prodornosti na trgu, trajnostnega učinka ter prepoznavnost novih turističnih programov, ki se povezujejo v privlačno, raznoliko, kakovostno, zaupanja vredno in specializirano ponudbo, primerno za raznolike ciljne skupine: družine z majhnimi otroki, večje zaključene skupine otrok in mladostnikov, mlade popotnike, starejše osebe, osebe s posebnimi potrebami, "Incentive" in "team building" skupine.



VIDEZ



Logotip blagovne znamke HBT združuje ime, kratico in znak oz. prepoznavno obliko. Logotip je okrogle oblike. Simbolizira torej turistično doživetje v svetu konj in sinergijo z naravo. Zelena barva se navezuje na naravo, predstavlja svežino, trajnostni razvoj in sožitje z naravo. Modra barva uprizarja vodo oz. reko, ki prav tako kaže na naravo, trajnostni razvoj, sožitje, sobivanje z naravo in okoljem. Psihološki učinek modre in zelene barve pa je umirjenost, sprostitvev, svoboda in zadovoljstvo. Del logotipa sta tudi ime blagovne znamke »Horse Based Tourism« in kratica HBT.

OSEBNOST BLAGOVNE ZNAMKE

Osebnost blagovne znamke je celota notranjih (vrednote, filozofija, kultura), zunanjih (celostna podoba, zgradbe) in vedenjskih značilnosti znamke. Že samo ime znamke sporoča, da gre za doživetja s konji na področju turizma. Glede na izbrano tipologijo ima znamka HBT robustno osebnost. Potencialnim strankam – turistom torej sporoča, da je športna, močna, naravna in »zunanja« (je rada zunaj). Naslavlja torej ciljne skupine, ki si želijo doživetij, raziskovanja in oddiha v naravi s konji, so aktivni ter pustolovsko in ekološko naravnani, hkrati pa cenijo tradicijo, lokalno ponudbo in dediščino določenega okolja. Kombinacija barv odseva trajnostno naravnost oblikovanih produktov in integriranost naravnih danosti, kar daje vedeti, da HBT znamka gradi na zelenih oblikah turizma in sledi trendom razvoja.

ZAŠČITA IMENA IN PODOBE

Blagovna znamka je ena izmed intelektualnih lastnin organizacije in predstavlja pomemben del premoženja, saj gre za neopredmeteno dobrino, ki jo je za doseganje optimalne vrednosti treba zaščititi. Optimalno upravljanje z intelektualno lastnino pomaga umestiti podjetje med vodilne v panogi - poveča prepoznavnost izdelkov oz. storitev, prinaša komercialno prednost pred konkurenti in zagotavlja svobodo delovanja na trgu. Blagovna znamka HBT je zaščitena pri Uradu RS za intelektualno lastnino.

USPEŠNA TURISTIČNA DESTINACIJA HORSE BASED TOURISM - HBT

Sodobni turisti se na pot odpravijo zato, da pretrgajo enoličnost vsakdana, pri čemer se čedalje bolj odločajo za aktivni počitek, prav tako pa si želijo kreativnosti in raznolikosti. HBT programi ponujajo doživetje v naravi, ki tradicionalne elemente dopolnjuje s sodobnejšimi rešitvami in stremijo k vzpostavitvi uspešne ter atraktivne čezmejne destinacije. Blagovna znamka HBT tako odseva kreativnost, trajnost in inovativnost uspešne turistične destinacije, združujoč elemente t.i. MODELA 10A.



Awareness - Zavedanje oz. obveščanje: Bistvenega pomena je, da so turisti, uporabniki in izvajalci HBT programov dobro seznanjeni z njihovo vsebino, možnostmi in zavezami. Omenjeno zagotavljamo z delavnicami in programi usposabljanja za strokovne delavce na področju turizma in konjenišva ter celostnim pristopom obveščanja javnosti. HBT vsebine temeljijo na zelenih oblikah dediščinskega turizma, s čimer prispevajo k ohranjanju naravne in kulturne dediščine in večanju zavedanja o trajnostnih pristopih.



Attractiveness - Atraktivnost: HBT programi bogatijo obstoječo turistično ponudbo z inovativnimi pristopi (razvoj 3 inovativnih modelov kočije 21.stoletja, glamping konjeniški park, razstavno-doživljajski kočijaški center), povezujejo obstoječe lokalne ponudnike z novim turističnim programom (vzpostavitev kočijaških poti, ki gradijo na lokalni ponudbi in elementih naravne in kulturne dediščine) in s svojo atraktivnostjo privabljajo različne ciljne skupine.



Activities - Aktivnosti: Integralni turistični programi HBT vključujejo raznolike aktivnosti s pomočjo konja (vožnje s kočijo, jahanje, sprehodi s konjem, ogled kočijaške razstave), pri čemer vključujemo lokalne ponudnike.



Availability - Razpoložljivost: Čezmejni HBT programi so predstavljeni v skladu s celovito komunikacijsko strategijo, ki vključuje obveščanje ciljnih skupin preko različnih kanalov (medijski prispevki, družbena omrežja, HBT spletna stran, publikacije in sejemski nastopi).



Access - Dostopnost: Zagotavljanje dostopa do turistične ponudbe osebam s posebnimi potrebami za neodvisno uporabo turističnih storitev. HBT programi so, v nasprotju s klasičnim konjeniškim turizmom, primerni za širšo ciljno skupino. Model kočije 21. stoletja je opremljen z mehanizmom spuščanja, kar gibalno oviranim osebam omogoča lažji dostop, pri čemer je v notranjosti mogoče namestiti tudi voziček.



Appearance - Pojavnost, videz: Prepoznavnost oblikovanih produktov, skupna pojavnost in ustvarjanje pozitivnega vtisa. Prepoznavnost HBT programov temelji na skupnem logotipu blagovne znamke, skupnih medijskih in sejemskih nastopih, kot tudi povezovanju deležnikov.



Appreciation - Vrednost: Ustvarjanje oz. povečanje vrednosti in kvalitete oblikovanih turističnih programov. Omenjeno zagotavlja ustanovljeno neformalno interesno združenje organizacij HBT, katero omogoča oblikovanje podpornega okolja za zagotavljanje rasti in trajnosti.



Action - Udejanjenje: Realizacija strateških in marketinških načrtov na podlagi novega HBT poslovnega modela za zagotavljanje konkurenčnosti in uspešnega trženja HBT produktov in storitev.



Assurance - Varnost: Skladnost z varnostnimi zahtevami in načeli transparentnosti ter verodostojnosti. Koncept HBT je plod sodelovanja organizacij, ki že vrsto let profesionalno delujemo na področju konjenišva in turizma.



Accountability - Učinkovitost, nadzor: Merjenje kvalitete in ustreznosti programov na podlagi evalvacijskega načrta za vrednotenje koncepta HBT.