

Marketing plan

Kuće za odmor Svetozarević

selo Zubetinac, opština Knjaževac

1. Rezime Marketing plana

Kuća za odmor porodice Svetozarević je započela bavljenje turizmom još 2010. godine i od tada otvara vrata velikom broju gostiju. Nalazi se u selu Zubetinac, opština Knjaževac, selu na pet rečica u čijem ataru se uzdižu dva planinska vrha sa preko hiljadu metara nadmorske visine. Ova dva vrha predstavljaju najveću turističku vrednost jer se različite planinarske akcije organizuju u cilju njihovog osvajanja. Kako je Kuća za odmor Svetozarević jedina u selu koja pruža usluge smeštaja i jedina koja se bavi ruralnim turizmom, razvoj turizma je upućen na ovu kuću i njihove vlasnike – porodicu Svetozarević. Poslovanje kuće za odmor Svetozarević organizuju zajednički članovi porodice Svetozarević, bračni par u šezdesetim godinama, bračni par u tridesetim sa dvoje dece koja pomažu u služenju gostiju.

Kuća se sastoji od dve sobe sa ukupno osam ležajeva i odvojenim kupatilima. Zajednička kuhinja služi gostima da, po želji, sami organizuju svoje obroke. U podrumskom delu kuće nalazi se vinski podrum koji po opremljenosti ne zaostaje za muzejima vina koji se nalaze u ovom vinskom kraju. Različita ponuda vrhunskih vina dolazi iz obližnjeg vinograda. Drugi podrum je opremljen u stilu barova sa prepoznatljivim šankom, omiljenim mestom gostiju. Cela kuća je građena od kamena i blata, te se i u najtoplijim vremenskim uslovima u kući oseća prirodni hlad. Dvorište ispred kuće osvaja svojom uređenošću i lepotom. Na nekoliko opremljenih mesta za odmor na suncu ili u hladu, moguće je obedovati, čitati ili uživati u prelepom pogledu na dolinu jedne od rečica. Uz to, stalno prisustvo ptica pevačica u dvorištu pruža odlično audio uživanje. Večeri su rezervisane za razgovor ili gitarsku muziku pored mesta za vatru sa kamenim klupama.

Prednost kuće za odmor Svetozarević je u stručnom i profesionalnom upravljanju i vođenju poslovanja (član domaćinstva je diplomirani turizmolog). Druga prednost je odlično opremljeno dvorište i okućnica gde gosti mogu provesti dobar deo dana uživajući u prirodi i miru.

2. Analiza situacije

Turizam kao privredna grana je u porastu. Turistički trendovi pokazuju porast interesovanja i za ruralni turizam. Poslednjih godina istočna Srbija i opština Knjaževac postaju sve značajnija turistička destinacija i broj turista iz godine u godinu raste.

Kuća za odmor Svetozarević prepoznaje svoju šansu među planinarima i planinarskim društvima iz Srbije i okruženja (Bugarske i Rumunije). Drugi tip turista sa kojima kuća za odmor Svetozarević najviše saraduje su grupe prijatelja.

2.1. SWOT Analiza

Ova analiza određuje glavne prednosti i šanse koje poseduje kuća za odmor Svetozarević, ali daje na uvid i nedostatke i buduće pretnje koje treba analizirati.

2.1.1. Prednosti – jake strane

- * profesionalno upravljanje i vođenje poslovanja
- * kvalitetna ponuda smeštaja i dobro opremljena okućnica

2.1.2. Nedostaci – slabe strane

- * mali broj turista zna za postojanje kuće za odmor Svetozarević
- * mikrolokacija sela još uvek nije turistički prepoznatljiva kao destinacija

2.1.3. Mogućnosti

- * razvoj turističkih paketa za druge (nove) grupe turista
- * proširiti marketing kampanju i informisati više potencijalnih turista o kući za odmor Svetozarević

2.1.4. Pretnje

- * smanjenje broja turista usled lošeg životnog standarda

2.2. Rezime tržišta

Kuća za odmor Svetozarević poseduje znanje i iskustvo kojim određuje tržišno stanje u ruralnom turizmu. To pomaže pri definisanju trenutnih i postavljanju ciljeva za turiste u budućnosti. Do sada, kao najzastupljeniji tržišni segment u poslovanju profilisu se sledeće grupe turista: planinari i grupe prijatelja.

2.2.1. Demografska slika tržišta

Geografija - Turisti uglavnom dolaze iz Srbije. Ima posetilaca iz Beograda i Vojvodine, ali najviše ih je iz okoline – iz istočne Srbije, Niša i okoline. Turista iz inostranstva ima u manjem broju i oni su u najvećem broju iz Bugarske, Rumunije i Slovenije.

Demografija - Planinari kao tržišni segment čine osobe svih uzrasta – od 7 do 80 godina, mada su najzastupljenije osobe između 30 i 50 godina. Grupe prijatelja su uglavnom starosti od 30 do 55 godina. Javlja se visok procenat turista sa završenom visokom školom (preko 50%).

2.2.2. Potrebe tržišta

Kuća za odmor Svetozarević prati potrebe turista i trudi se da unapredi poslovanje prema njihovim željama. Kroz naredne faktore, kuća za odmor Svetozarević, pozicionira se na ciljanom tržištu:

- * pored dva planinska vrha preko hiljadu metara nadmorske visine u neposrednoj okolini kuće za odmor, na samo par kilometara nalazi se i planina Tupižnica, takođe sa vrhom preko hiljadu metara. Ove činjenice privlače turiste da u dva ili tri dana boravka u kući za odmor Svetozarević osvoje tri značajna vrha.

- * svojim uređenim dvorištem i okućnicom i uz korišćenje specijaliteta iz vinskog podruma, grupe prijatelja ovde dobijaju intimni komfor i mogućnost organizovanja tematskih večeri po izboru.

2.2.3. Tržišni trendovi

U poslednjih nekoliko godina, na nacionalnom nivou, beleži se porast popunjenosti smeštaja u ruralnom turizmu. Godinama su turisti, kada odluče da odu na neku destinaciju, uglavnom rezervisali hotele ili motele. U poslednjih nekoliko godina ova praksa se menja i turisti sve češće rezervišu privatne smeštaje poput vila, pansiona i apartmana. Takođe, praksa pokazuje da turisti koji dolaze iz regiona, najčešće koriste privatni smeštaj pre velikih hotela (najčešće zbog odnosa kvaliteta i cene usluga).

2.2.4. Tržišni rast

U modernim društvima postoji trend „brzog“ života, života koji ostavlja malo vremena za odmor i rekreaciju, za zdrave stilove života. Zbog toga se često pribegava provođenju vikenda i slobodnih dana u prirodi, van buke i svakodnevnog „ubrzanog“ okruženja. Zbog toga smeštaj u ruralnom turizmu i

dobija na značaju jer pruža ljudima bekstvo iz svakodnevnice. Ovakva „bekstva“ se realizuju sve češće i time tržište ruralnog turizma beleži sve veći rast.

2.3. Konkurencija

Konkurencija u ruralnom turizmu postoji i svakim danom je sve jača. Kako sama grana turizma jača, sve više osoba se odlučuje da pokrene ili obogati svoju ponudu u ruralnom turizmu. Za kuću za odmor Setozarević, glavni konkurenti su slični objekti u ruralnom turizmu u istočnoj i južnoj Srbiji.

2.3.1. Konkurentne usluge

Kuća za odmor Svetozarević se nalazi u selu na pet rečica i u čijem ataru se uzdižu dva planinska vrha sa preko hiljadu metara nadmorske visine. Kao takva, jedina se bavi ruralnim turizmom u selu. Ponudom koja obuhvata mogućnost provođenja dana na samom imanju sa puno aktivnosti, čini je konkurentnom u odnosu na slične kuće za odmor u okolini.

3. Marketing strategija

Kuća za odmor Svetozarević je svoju marketing strategiju formirala na osnovu dosadašnjeg poslovanja i na osnovu projektovanih ciljeva za budućnost. Marketing strategija se oslanja na poboljšanje i proširenje saradnje sa planinarskim klubovima iz Srbije i inostranstva. To će se postići boljim promotivnim nastupom ka ciljanom tržištu. Skoro svako planinarsko društvo ima svoju Facebook stranicu, što je dobra mogućnost prezentacije sopstvenih resursa kuće za odmor Svetozarević ciljanom tržištu.

4. Marketing ciljevi

4.1. Mislja

Naš gosti dolaze tokom svih godišnjih doba i odlaze zadovoljni i sa željom da nas opet posete.

4.2. Ciljevi marketinga

- * poboljšati popunjenost tokom svih godišnjih doba
- * uspostaviti saradnju sa više planinarskih klubova iz inostranstva

4.3. Finansijski ciljevi

- * finansijska stabilnost za celu porodicu kroz bavljenje ruralnim turizmom

4.4. Ciljani marketing

Turisti koji posećuju kuću za odmor Svetozarević uglavnom su grupe planinara i grupe prijatelja. Kuća je već prepoznata među planinarima i planinarskim društvima iz istočne Srbije. Planinarska društva svakog vikenda organizuju svoje akcije i time se pozicioniraju na turističkom tržištu kao veoma aktivna grupa. Kroz razvoj internet marketinga, lakše se dopire do ove ciljane grupe, jer velika većina koristi internet svakodnevno.

Grupe prijatelja su česti gosti kuće za odmor Svetozarević. Brzo se organizuju i često donose odluke dan ili dva pre samog dolaska. Kako kuća posluje od 2010. već je dosta turista posetilo ovu kuću, pa je trenutno najbolja reklama kod ove grupe turista preporuka onih koji su je posetili. Česta je pojava i ponovno posećivanje ove kuće od strane „starih“ klijenata.

4.5. Strateški koraci

Prvi strateški korak koji će kuća za odmor Svetozarević realizovati je poboljšanje internet vidljivosti. Napraviće se moderno dizajnirana internet stranica koju će pratiti Facebook

stranica. Za ovaj posao biće angažovano stručno lice. Naredni korak bi bio plaćanje internet reklame preko Facebook-a kako bi se približili ciljnim grupama.

5. Marketing mix

* *proizvod* – Kuća za odmor Svetozarević se nalazi u selu Zubetinac, selu na pet rečica i u čijem ataru se uzdižu dva planinska vrha sa preko hiljadu metara nadmorske visine. Kuća za odmor Svetozarević jedina u selu koja pruža usluge smeštaja i jedina koja se bavi ruralnim turizmom. Poslovanje kuće za odmor Svetozarević organizuju zajednički članovi porodice Svetozarević, bračni par u šezdesetim godinama, bračni par u tridesetim (sin i snaja) i dvoje dece. Kuća za odmor se sastoji od dve sobe sa ukupno osam ležajeva i odvojenim kupatilima. Zajednička kuhinja služi gostima da, po želji, sami organizuju svoje obroke. U podrumskom delu kuće nalazi se vinski podrum koji po opremljenosti ne zaostaje za muzejima vina koji se nalaze u ovom vinskom kraju. Različita ponuda vrhunskih vina dolazi iz obližnjeg vinograda. Drugi podrum je opremljen u stilu barova sa prepoznatljivim šankom, omiljenim mestom gostiju. Cela kuća je građena od kamena i blata, te i u najtoplijim vremenskim uslovima, u kuću se osuća prirodni hlad. Dvorište ispred kuće osvaja svojom uređenošću i lepotom. Na nekoliko opremljenih mesta za odmor na suncu ili u hladu, moguće je obedovati, čitati ili uživati u prelepom pogledu na dolinu jedne od rečica. Uz to, stalno prisustvo ptica pevačica u dvorištu pruža odlično audio uživanje. Večeri su rezervisane za razgovor ili gitarsku muziku pored mesta za vatru sa kamenim klupama

* *cena* - Kuća za odmor nudi sezonske i vansezonske cene. Cene u letnjoj sezoni su za 30% više od onih tokom hladnijih meseci. Cene su usklađene sa resursima koji se nude, kao i sa sličnim objektima u opštini Knjaževac.

* *mesto* - kuća za odmor je smeštena na asfaltnom putu, 3km od puta koji povezuje opštine Knjaževac i Boljevac. U okruženju od 5km nalaze se tri vrha od preko hiljadu metara nadmorske visine (Slemen, Krstatac i Tupižnica).

* *promocija* – Do sada, promocija se uglavnom odvijala preko internet adrese i od preporuka zadovoljnih gostiju. U narednom periodu planirano je koordinisano prisustvo na Facebook-u i ostalim društvenim mrežama.

5.1. Marketing istraživanje

Vlasnici kuće za odmor Svetozarević često razgovaraju sa kolegama koji se bave sličnim poslovima. Praksa vlasnika je da sa svojim turistima nenametljivo razgovara o unapređenju ponude i tako dobijaju vredne informacije. Internet istraživanje potreba ciljanog tržišta se takođe realizuje.

6. Implementacija i kontrola

Implementacija i kontrola Marketing plana će se vršiti od strane vlasnika kuće za odmor Svetozarević prema utvrđenim pravilima. Kako je više članova porodice Svetozarević uključeno u samu realizaciju marketing plana, posebne obaveze su podeljena prema mogućnostima i sposobnostima. Kontrolu realizacije plana će vršiti oni članovi koji nisu bili odgovorni za realizaciju date obaveze.

7. Finansijska analiza

Kuća za odmor Svetozarević ima mesečne fiksne troškove od 70.000 dinara. Prosečna cena usluga po turisti u prethodnoj godini iznosila je 1.500 dinara. Varijabilni troškovi su procenjeni na 500 dinara.

$$Op = Ftr / (C - Vtr)$$

$$Op = 70.000 \text{ RSD} / (1.500 \text{ RSD} - 500 \text{ RSD})$$

$$Op = 70.000 \text{ RSD} / 1000 \text{ RSD}$$

$$Op = 70$$

Ovim računanjem se dolazi do podatka da je kući za odmor Svetozarević neophodno da ugosti i naplati od 70 turista godišnje prosečnu cenu kako bi poslovanje pokrilo sve troškove. Svako povećanje prodaje dovelo bi do zarade.