



Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“

Zagreb, 10. 02. 2015.

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

1. Uvod

2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija



- Ciljevi istraživanja su bili **utvrditi stavove i mišljenje o aktivnostima** provedenim u okviru **PPS pilot projekta „Hrvatska 365“** kod **3 vrste dionika** koji su sudjelovali u projektu: **koordinatori PPS destinacija, direktori predstavništava HTZ-a i strani turopertori** koji su sudjelovali na prezentacijama PPS destinacija.
- Tijekom prosinca 2014. provedeno je **on-line kvantitativno istraživanje (CAWI)**

	Koordinatori PPS destinacija	Direktori predstavništava	Strani turopertori
Broj ispitanika	22	7	40

Strani turopertori	Br. ispitanika
Slovenija	2
Austrija	1
Italija	12
Njemačka	7
Francuska	5
UK	4
Skandinavija	9





U fokusu istraživanja bili su:

- **organizacija i kvaliteta prezentacija** pilot projekta „Hrvatska 365“
- **interes za sudjelovanje** u pilot projektu
- **studijska putovanja** novinara i agenata
- **promotivne aktivnosti** vezane uz pilot projekt
- **odabir geo-zona i proizvoda** za projekt „Hrvatska 365“

Dodatno od koordinatora PPS destinacija prikupljeni su podaci važni za **planiranje aktivnosti** vezanih uz PPS projekt u **2015.**

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

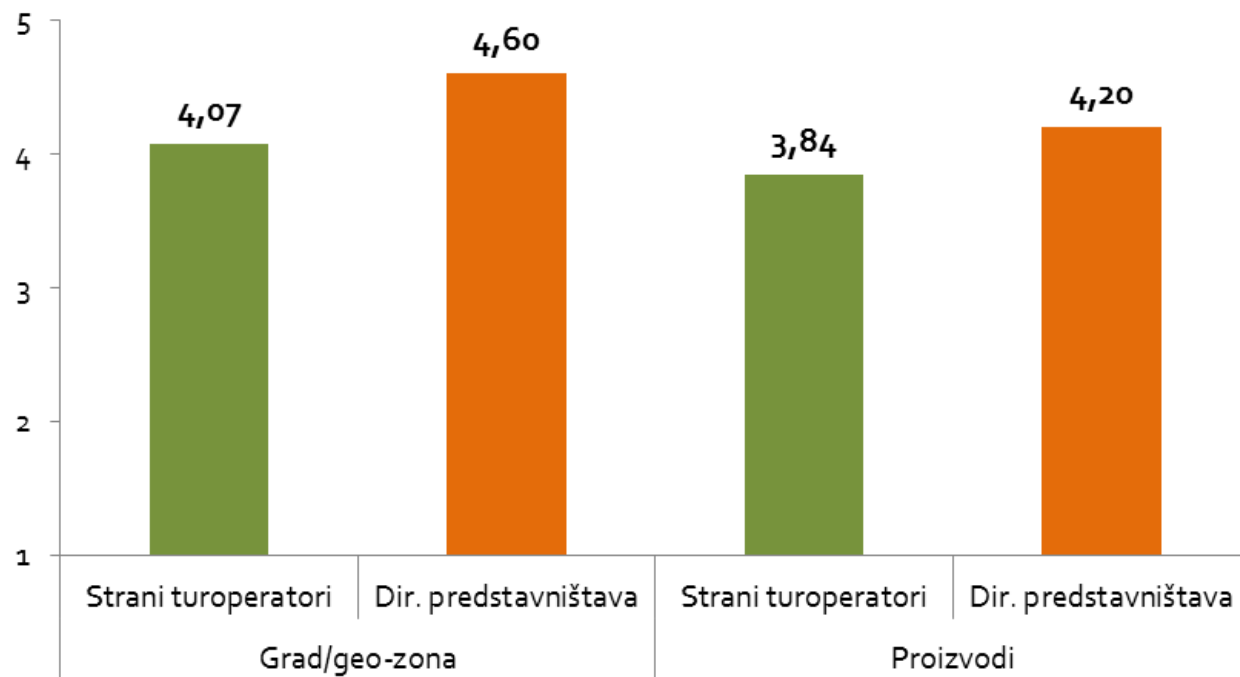
1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija

Odabir geo-zona i proizvoda



HRVATSKA365

Primjerenost odabranih geozona i proizvoda za prezentaciju pilot projekta "Hrvatska 365"



- strani turopertori smatraju da su geo-zone dobro odabrane, a proizvodi ocjenjuju nešto nižom ocjenom

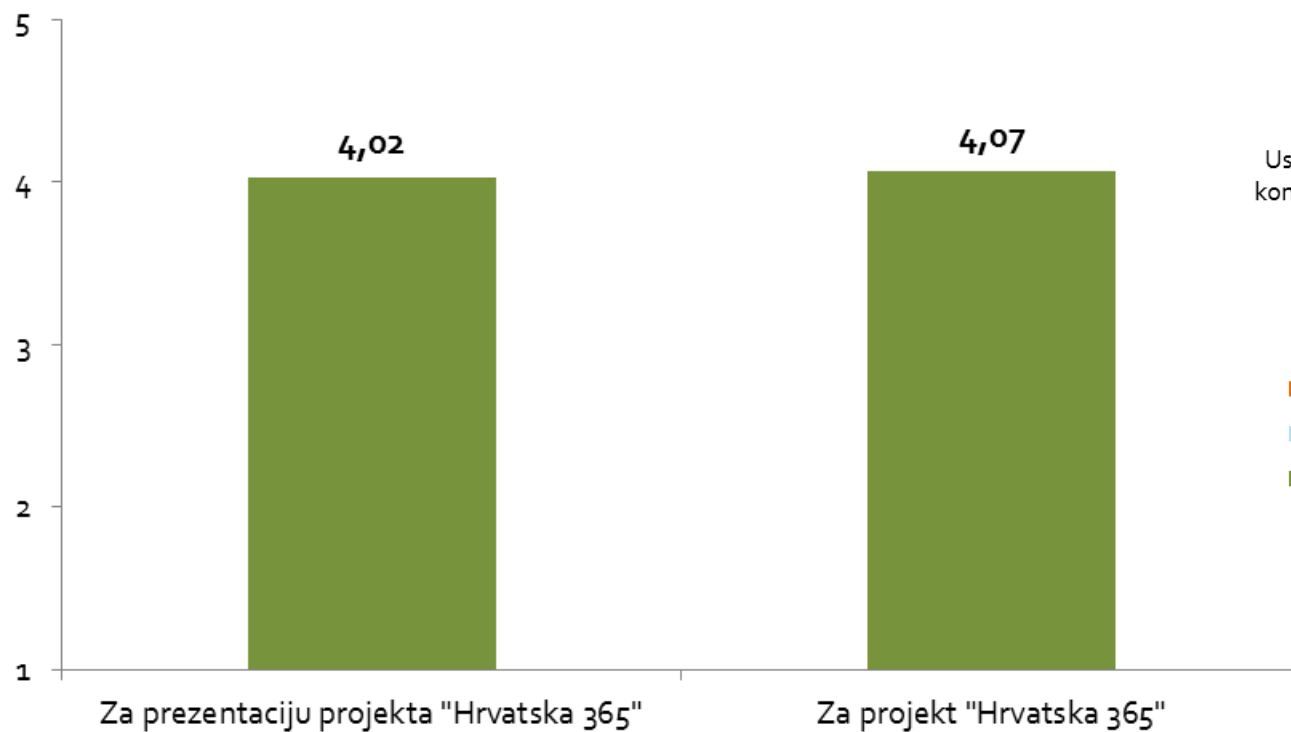
- direktori predstavništava smatraju da su geo-zone izvrsno, a proizvodi vrlo dobro odabrani

Interes stranih tuoperatora za pilot projekt „Hrvatska 365“ i komparativna prednost hrvatskih PPS proizvoda

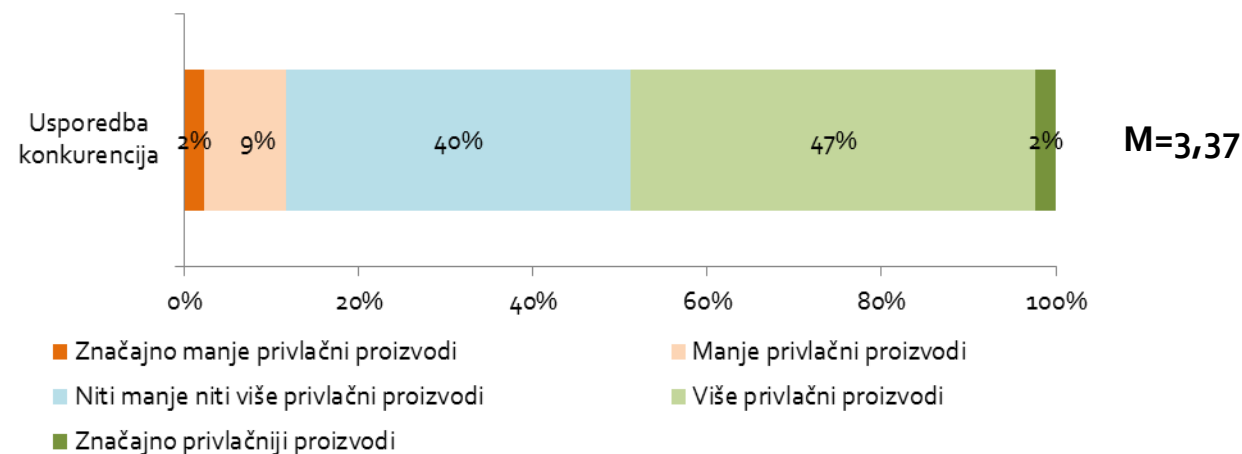


HRVATSKA365

Interes stranih tuoperatora za prezentaciju pilot projekta i sam projekt "Hrvatska 365"



Privlačnost prezentiranih proizvoda u odnosu na usporedivu ponudu konkurencije - strani tuoperatori



- interes stranih tuoperatora za prezentaciju i sam pilot projekt „Hrvatska 365“ je relativno visok

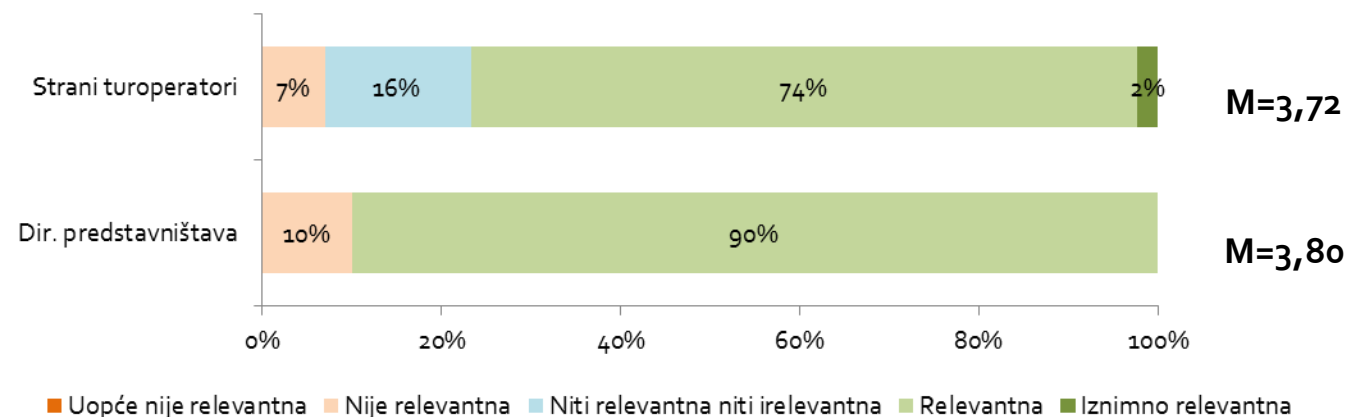
- ocjena komparativne prednosti u odnosu na konkurenciju je prosječna; francuski i skandinavski tuoperatori iznad, a talijanski i britanski ispod prosjeka

Relevantnost i korisnost prezentacije



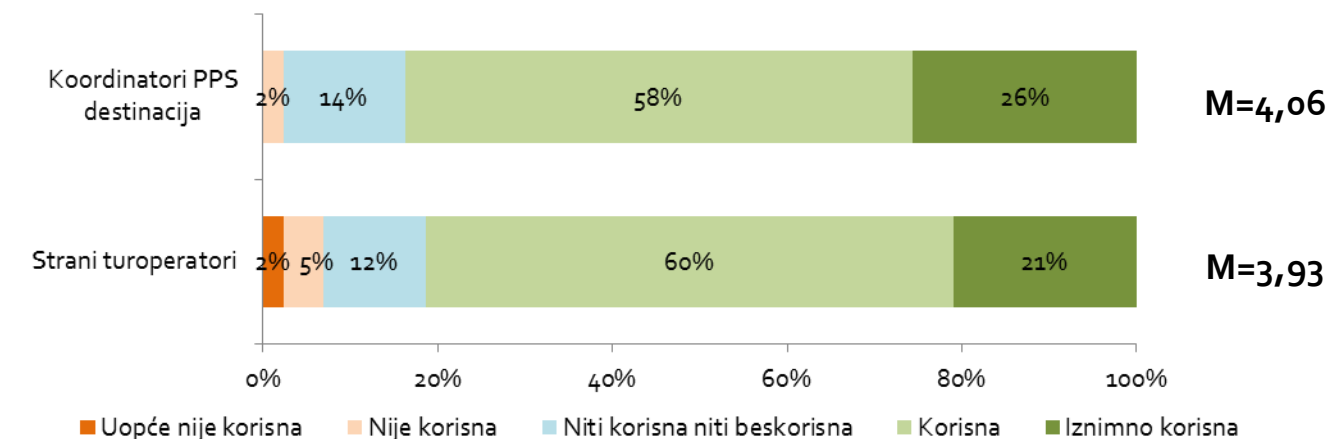
HRVATSKA365

Ocjena relevantnosti prezentacije



- prezentacija je relevantna – iznad prosjeka kod francuskih turopertora, a ispod prosjeka kod njemačkih turopertora

Ocjena korisnosti prezentacije



- održane prezentacije su korisne – iznad prosjeka kod francuskih i skandinavskih turopertora, a ispod prosjeka kod njemačkih i britanskih turopertora

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

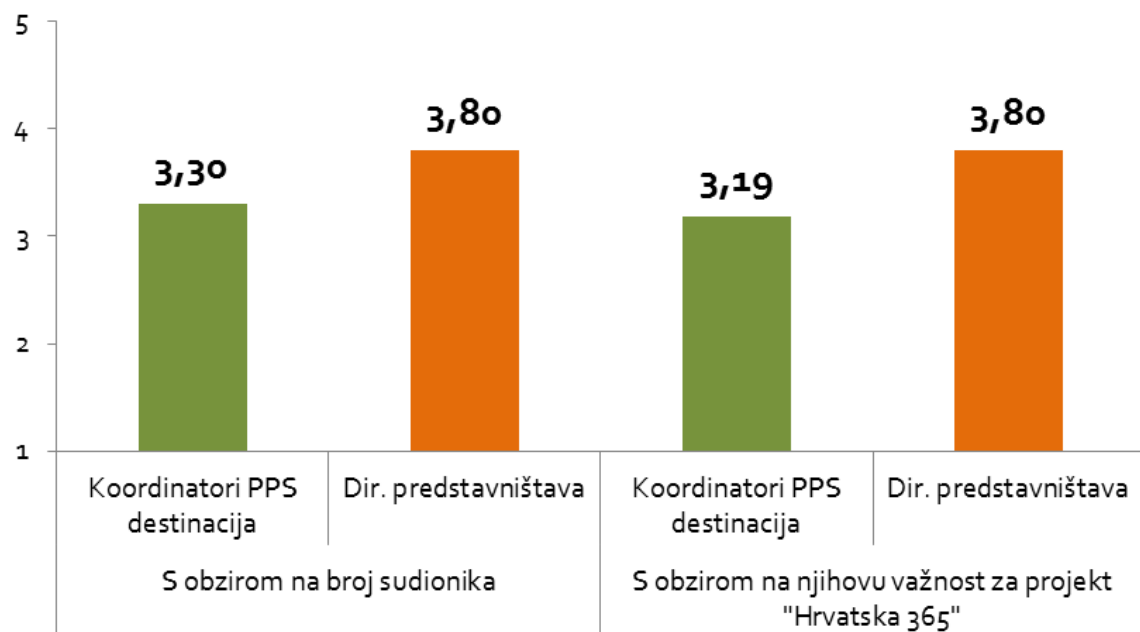
1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
- 3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“**
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija

Odaziv i interes medija za prezentaciju pilot projekta „Hrvatska 365“

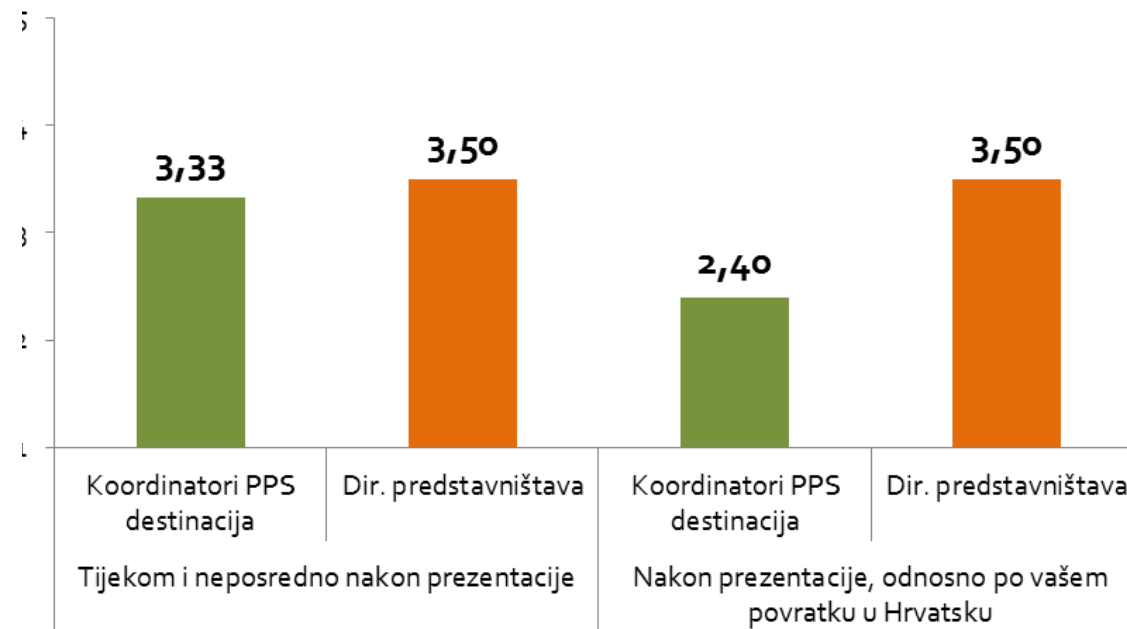


HRVATSKA365

Ocjena odaziva medija za prezentaciju pilot projekta "Hrvatska 365"



Ocjena interesa stranih med za prezentirane PPS destinacije



- direktori predstavništava odaziv medija ocjenjuju znatno boljim nego koordinatori PPS destinacija

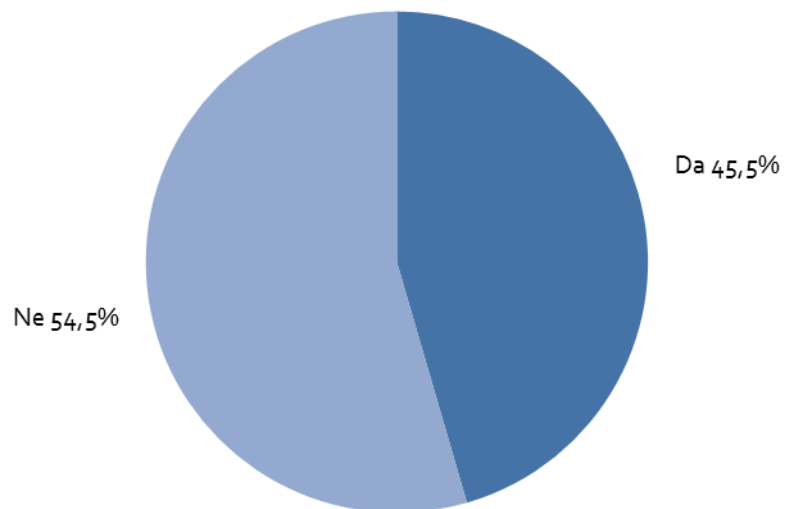
- ispodprosječan interes medija nakon prezentacije

Rezultati studijskih putovanja novinara



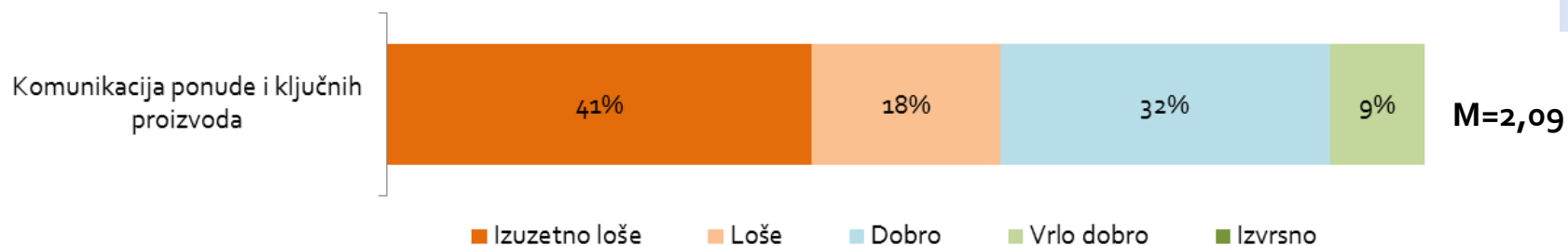
HRVATSKA365

Je li studijsko putovanje rezultiralo objavom teksta ili tekstova o destinaciji?



PPS destinacija	Br. članaka
Klaster Sjeverozapadna Istra	8
Šibenik-Vodice	3
Splitska rivijera	3
Cresko-lošinjski arhipelag	3
Dubrovnik i rivijera	2
Biokovo	2
Labin-Rabac	1
Dalmatinska zgora	1
Opatija i Rijeka	1

Koliko dobro su objavljeni tekstovi komunicirali ponudu i ključne proizvode PPS destinacije



- 9 PPS destinacija prezentirano u člancima temeljenim na studijskim putovanjima

- članci loše komuniciraju ponudu i ključne proizvode PPS destinacije

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

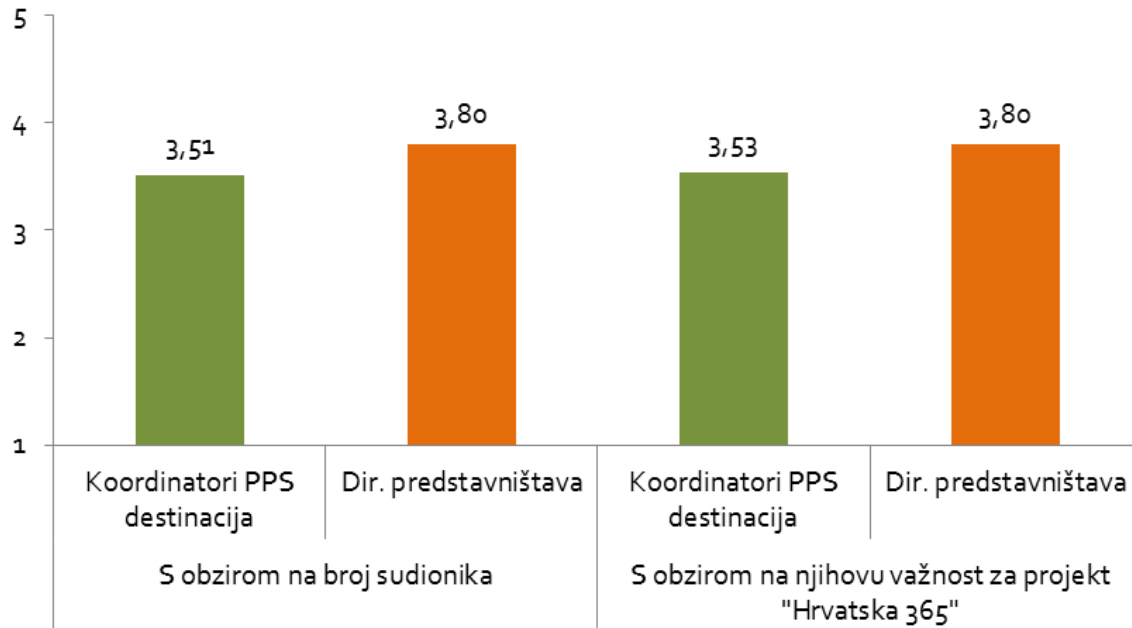
1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
- 4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“**
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija

Odaziv i interes poslovnih partnera za prezentaciju pilot projekta „Hrvatska 365“

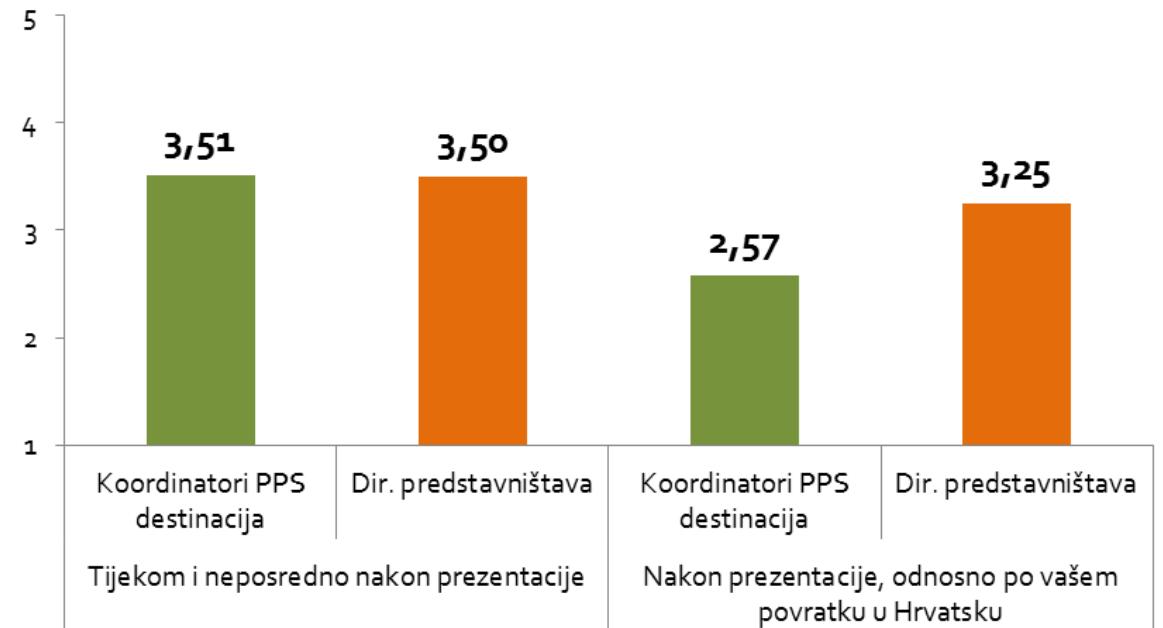


HRVATSKA365

Ocjena odaziva poslovnih partnera za prezentaciju pilot projekta "Hrvatska 365"



Ocjena interesa stranih poslovnih partnera za prezentirane PPS destinacije



- direktori predstavništava odaziv poslovnih partnera ocjenjuju boljim nego koordinatori PPS destinacija

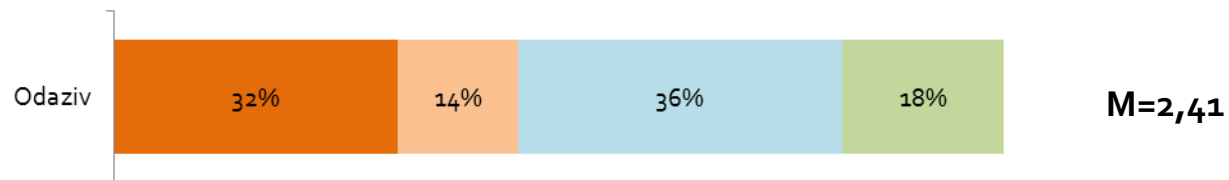
- ispodprosječan interes poslovnih nakon prezentacije

Interes i odaziv poslovnih partnera – studijska putovanja



HRVATSKA365

Odaziv agenata/predstavnik tuoperaora i turističkih agencija za studijsko putovanje - koordinatori PPS destinacija



■ Izuzetno loš odaziv ■ Loš odaziv ■ Niti dobar niti loš odaziv ■ Dobar odaziv ■ Izuzetno dobar odaziv

- loš odaziv agenata za studijsko putovanje

Interes agenata/predstavnik tuoperaora i turističkih agencija za posjećene PPS destinacije - koordinatori PPS destinacija



■ Izuzetno slab interes ■ Slab interes ■ Niti slab niti veliki interes ■ Veliki interes ■ Izuzetno veliki interes

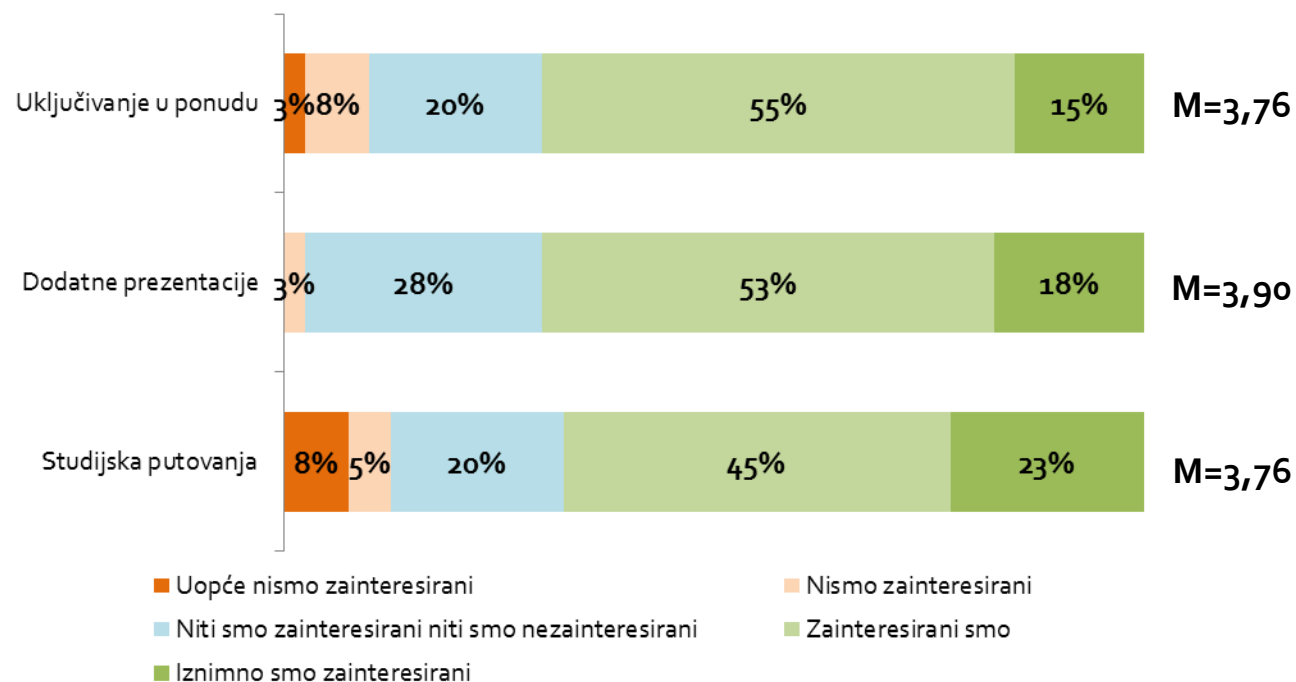
- niti slab niti veliki interes agenata za posjećene PPS destinacije

Interes stranih tuoperatora za dodatnim upoznavanjem PPS proizvoda i uključivanjem u ponudu



HRVATSKA365

Interes tuoperatora za uključivanje PPS proizvoda u ponudu i interes za dodatnim upoznavanjem PPS destinacija - strani tuoperatori



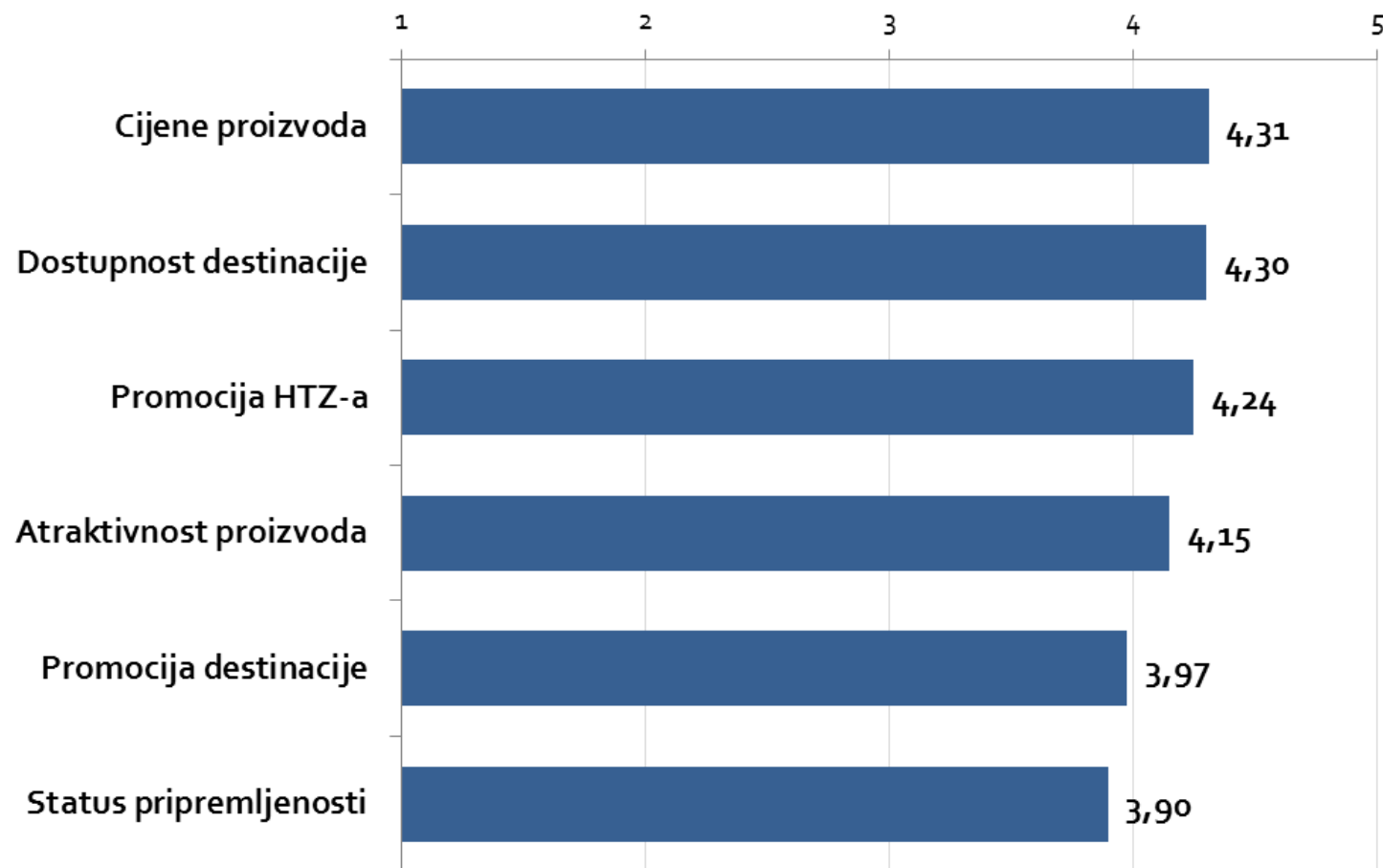
- Interes za dodatnim prezentacijama, te nešto niži interes za uključivanje u ponudu i studijska putovanja

Važnost faktora za uključivanje PPS destinacije u program stranih tuoperatora



HRVATSKA365

Važnost faktora pri odlučivanju o uključivanju PPS destinacije u program tuoperatora - strani tuoperatori



Najvažniji faktori:

1. cijene proizvoda
2. dostupnost destinacije
3. promocija HTZ-a
4. atraktivnost proizvoda

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“

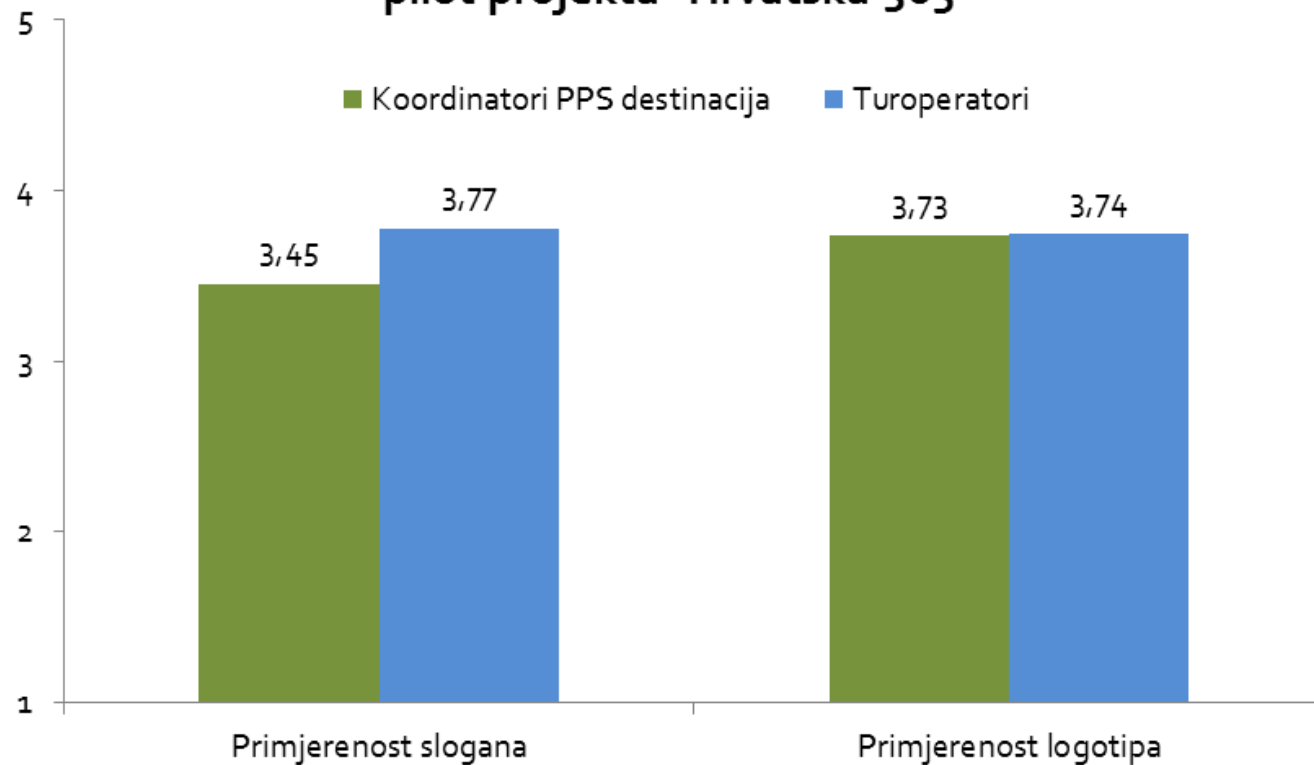


HRVATSKA365

1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
- 5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“**
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija



Ocjena kreativnih rješenja pilot projekta "Hrvatska 365"



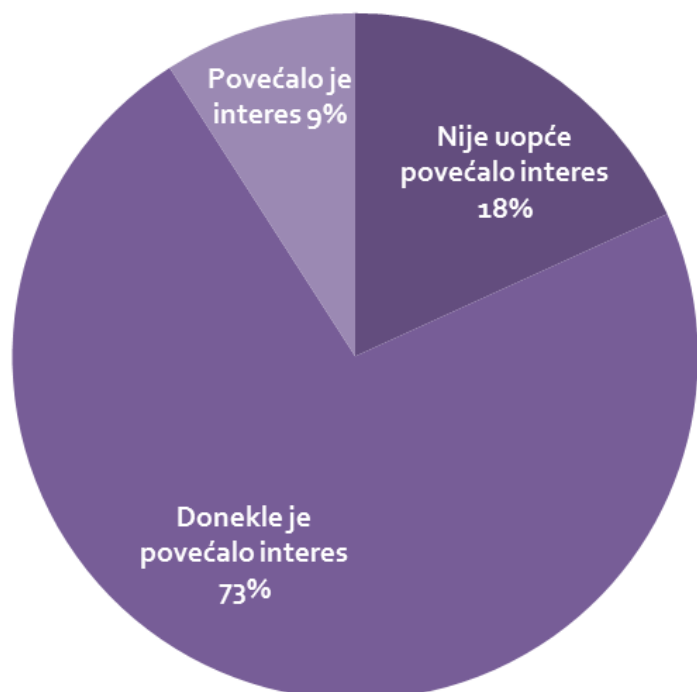
- koordinatori PPS destinacija ocjenjuju primjerenost slogana nešto niže nego logotip
- turoperatori podjednako dobro ocjenjuju primjerenost slogana i logotipa

Utjecaj oglašavanja na interes za PPS destinaciju



HRVATSKA365

Procjena utjecaja oglašavanja na interes za destinaciju u PPS razdoblju - koordinatori PPS destinacija



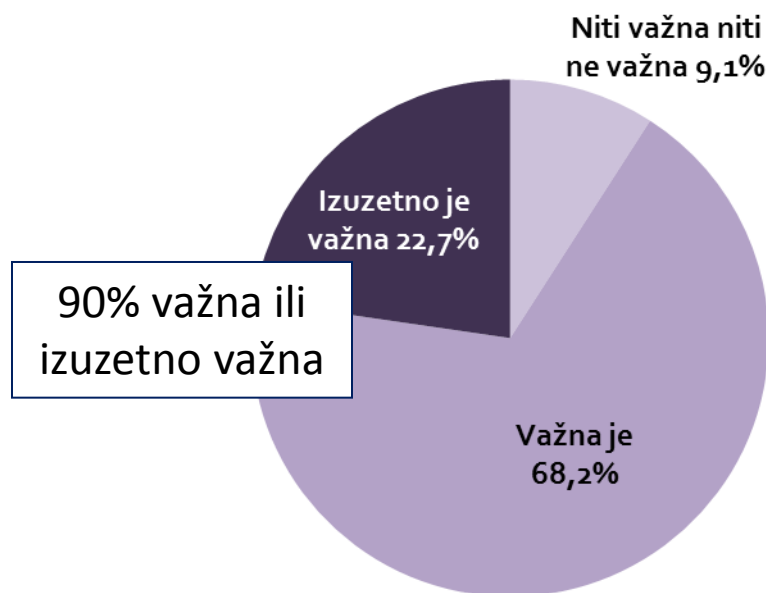
- oglašavanje je donekle povećalo interes za destinacije u PPS razdoblju

Važnost web podstranice i ocjena web podstranice pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

Važnost web podstranice za promociju pilot projekta "Hrvatska 365" - koordinatori PPS destinacija



- web podstranica je vrlo važna za promociju PPS projekta

Ocjene karakteristika web podstranica projekta "Hrvatska 365" - koordinatori PPS destinacija



Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



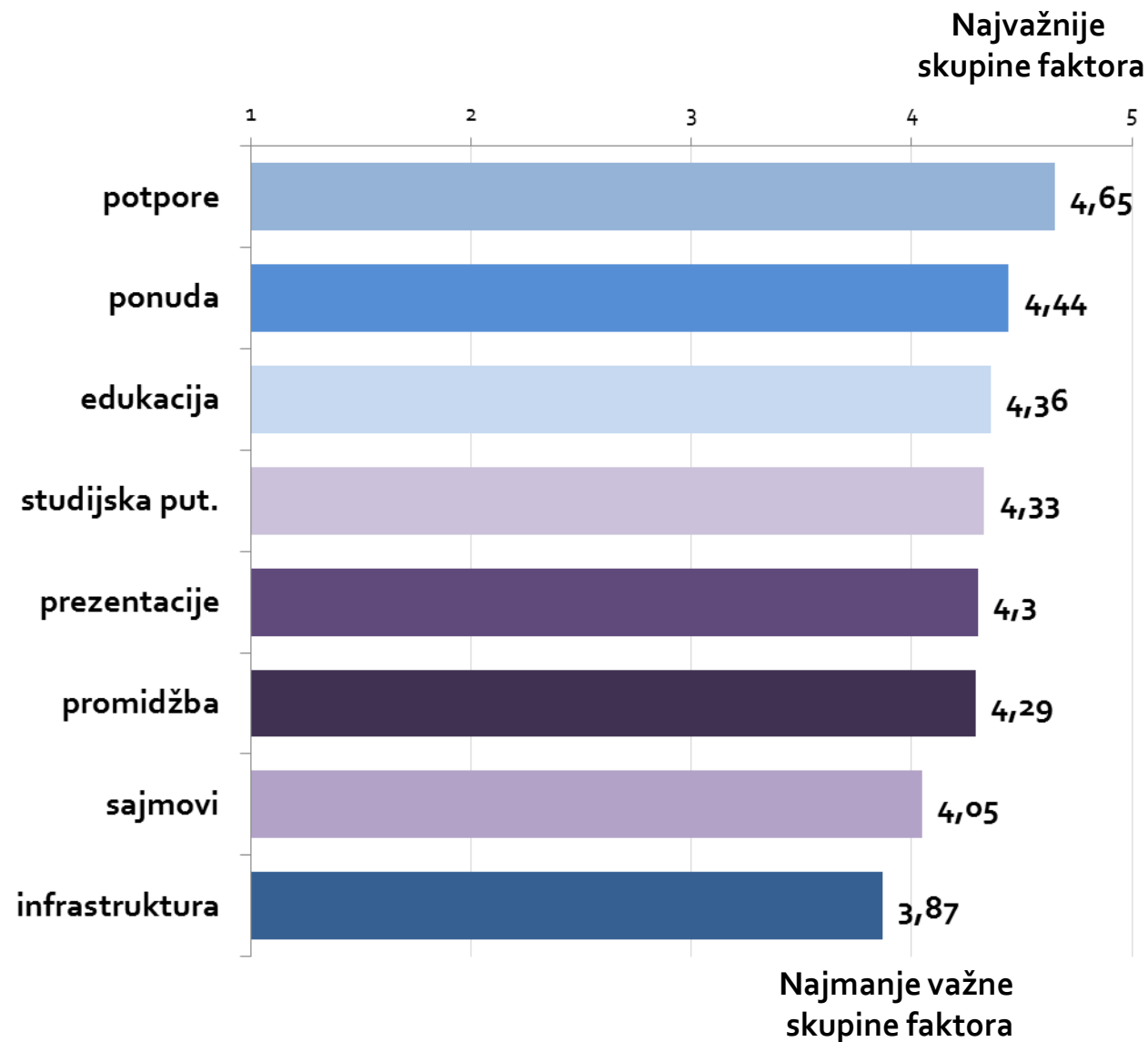
HRVATSKA365

1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
- 6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“**
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija

Važnost skupina faktora za daljnji razvoj PPS projekta prema mišljenju koordinatora PPS destinacija



HRVATSKA365



- poboljšanje ponude turističkih agencija najvažniji faktor
- faktori vezani uz potpore izrazito važni
- zajedničko oglašavanje, studijska putovanja i posebne prezentacije istaknute kao najvažniji faktori u promidžbi
- najmanje važni nastupi na općim sajmovima i faktori vezani uz infrastrukturu

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“

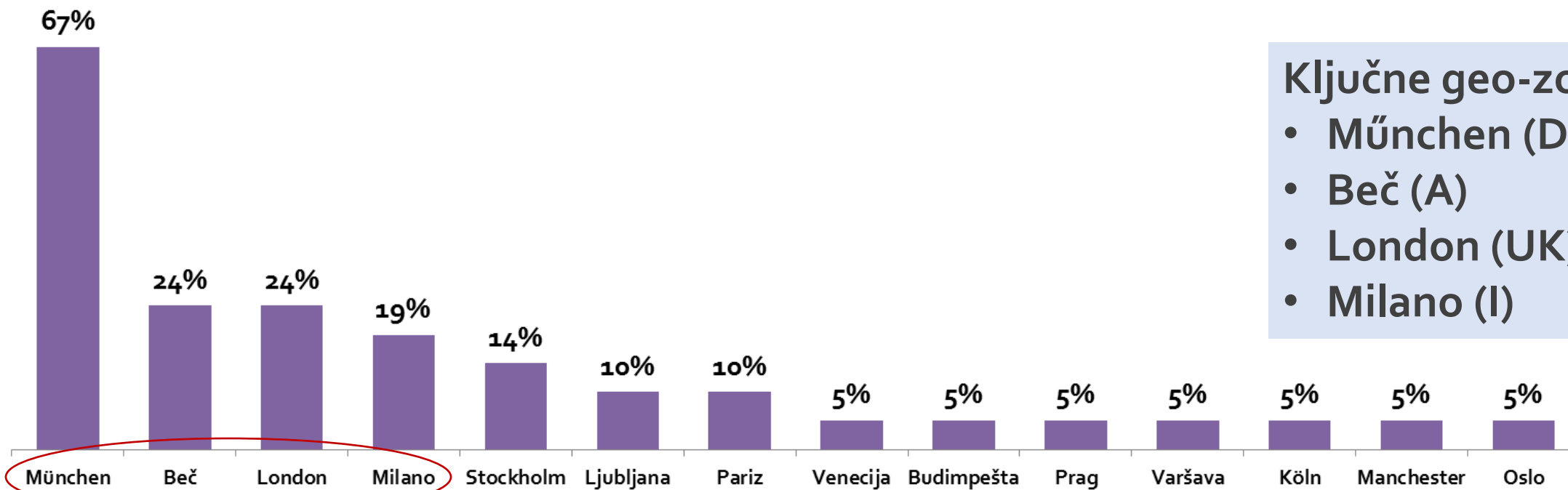


HRVATSKA365

1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
- 7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju**
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija



Planirane geozone za 2015. - koordinatori PPS destinacija



Ključne geo-zone u 2015.

- München (DE)
- Beč (A)
- London (UK)
- Milano (I)

Usporedba geo-zone u 2014. i u 2015.



HRVATSKA365

PPS destinacija	2014.		2015.	
<u>Zelena rivijera</u>	<u>DE</u>	<u>ITA</u>	<u>DE</u>	<u>ITA</u>
<u>Sjever Hrvatske</u>	<u>A</u>	<u>ITA</u>	<u>A</u>	<u>ITA</u>
<u>Splitska rivijera</u>	<u>SWE</u>	<u>NO</u>	<u>SWE</u>	<u>NO</u>
<u>Dalmatinska zagora - splitsko zaleđe</u>	<u>DE</u>	<u>FRA</u>	<u>DE</u>	<u>FRA</u>
<u>Dubrovnik i rivijera</u>	FRA	UK	DE	UK
<u>Klaster sjeverozapadne Istre</u>	UK	DE	DE	SWE
<u>Zeleno srce Hrvatske</u>	A	ITA	UK	A
<u>Cresko-lošinjski arhipelag</u>	SWE	NO	A	SWE
<u>Labin - Rabac</u>	A	SLO	DE	A
<u>Wine Tour Slavonije i Baranje</u>	SLO	UK	DE	UK
<u>Opatija i Rijeka</u>	A	ITA	DE	ITA
<u>Rovinj</u>	A	ITA	DE	UK
<u>Biogradska rivijera - srce Jadrana</u>	ITA	SLO	DE	FRA
<u>Šibenik - Vodice</u>	SWE	NO	DE	ITA
<u>Zadar</u>	SWE	NO	DE	UK
<u>Plitvička jezera</u>	A	SLO	DE	ITA
<u>Krk - Crikvenica - Vinodol - Rab: Gdje odmor znači više</u>	A	SLO	PO	DE
<u>Južna Istra</u>	ITA	FRA	UK	A
<u>Korčula & Pelješac</u>	FRA	UK	DE	SLO
<u>Daruvar-Bjelovar-Garešnica</u>	A	ITA	SLO	CZ
<u>Srijem i Slavonija</u>	A	ITA	DE	HUN

4 PPS destinacije nisu promijenile geo-zone

7 PPS destinacija promijenilo 1 geo-zonu

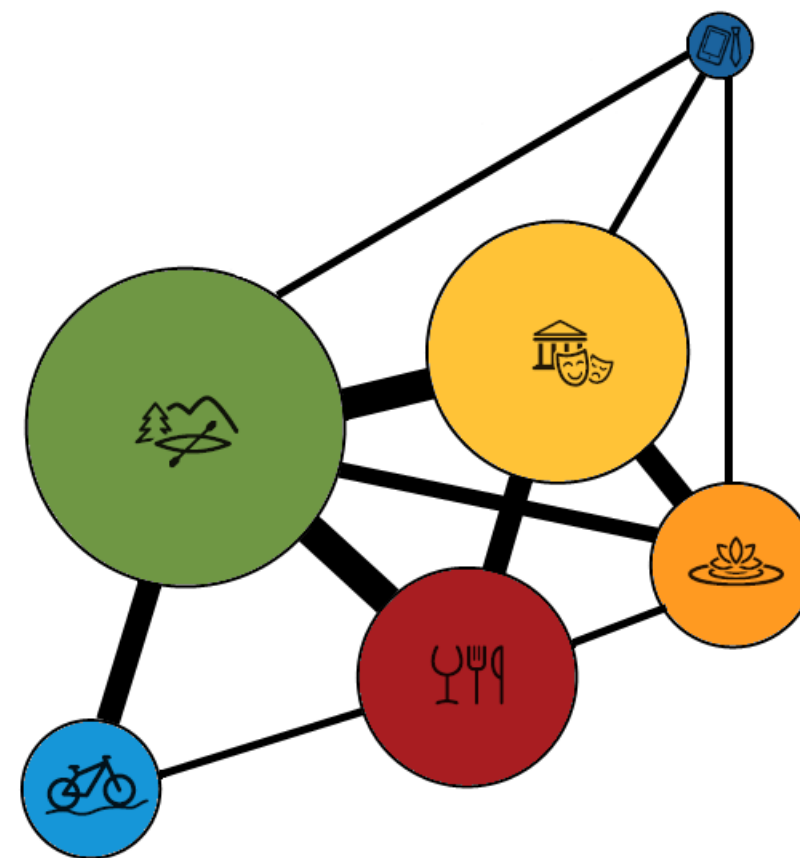
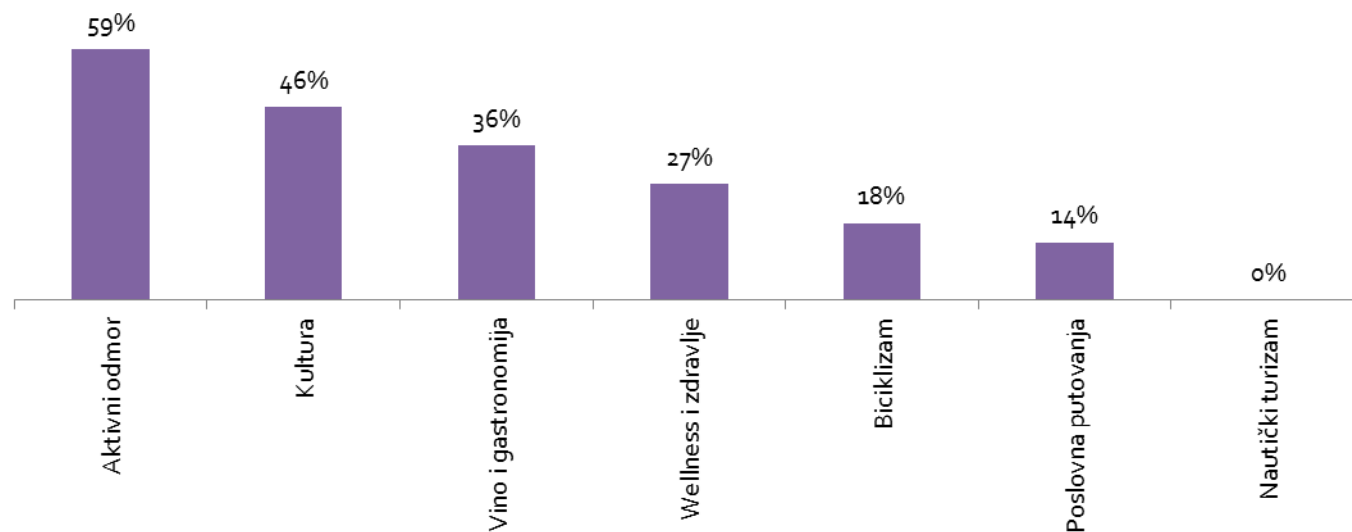
10 PPS destinacija potpuno nove geo-zone

Ključni proizvodi u 2015.



HRVATSKA365

Ključni proizvodi destinacija u PPS razdoblju u 2015.
- koordinatori PPS destinacija

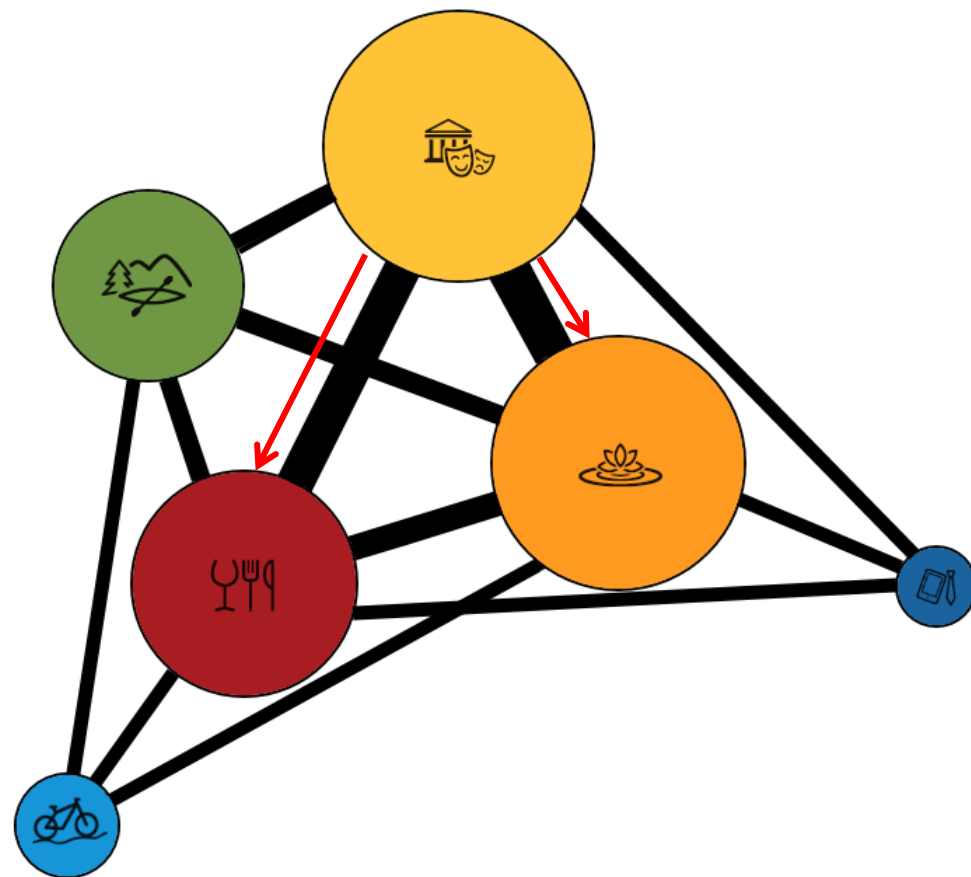
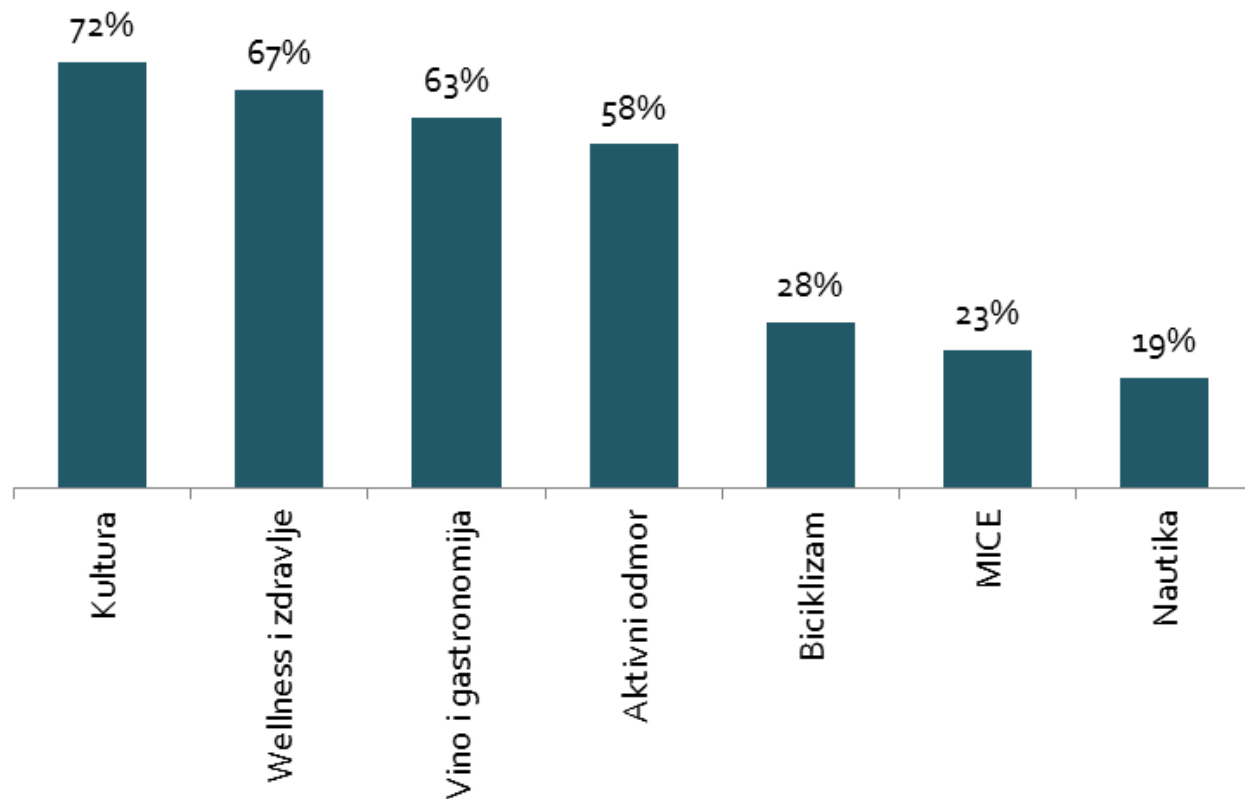


Interes stranih tuoperatora za turističke proizvode u PPS razdoblju



HRVATSKA365

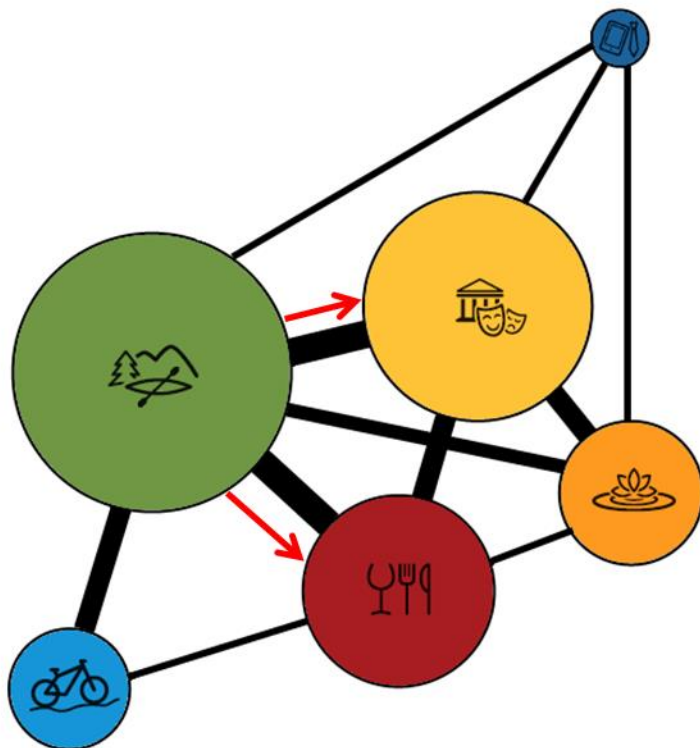
Interes stranih tuoperatora za pojedine turističke proizvode u PPS razdoblju





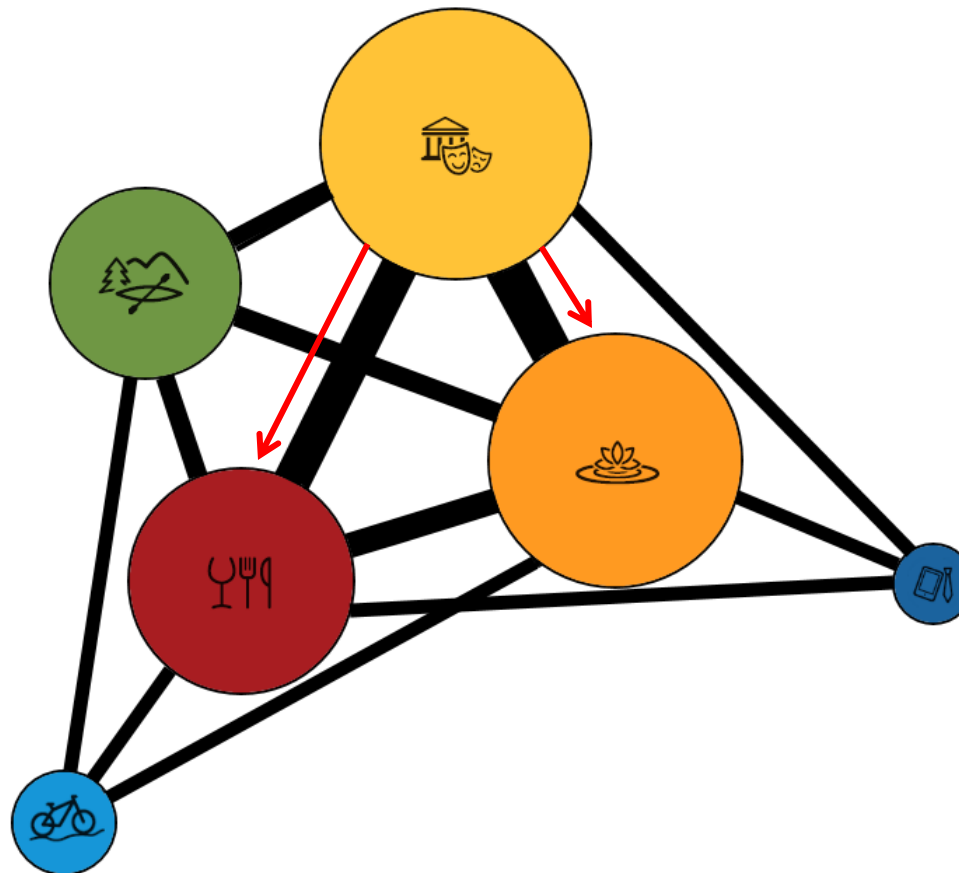
Top proizvodi PONUDA

Aktivni odmor + Kultura + Vino i gastronomija



Top proizvodi POTRAŽNJA

Kultura + Wellness + Vino i gastronomija



Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

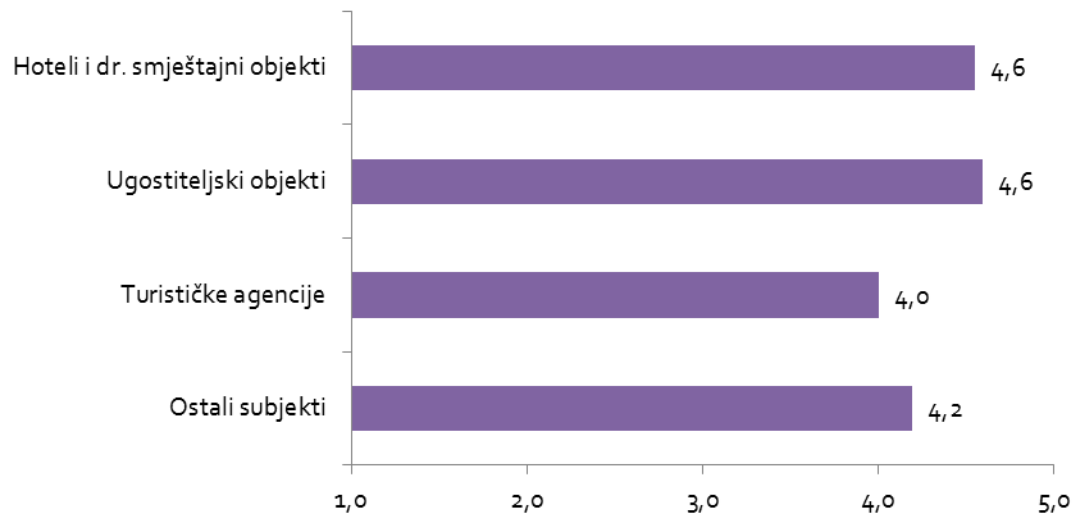
1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
- 8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“**
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija

Poslovna aktivnost tijekom PPS razdoblja jesen 2014.



HRVATSKA365

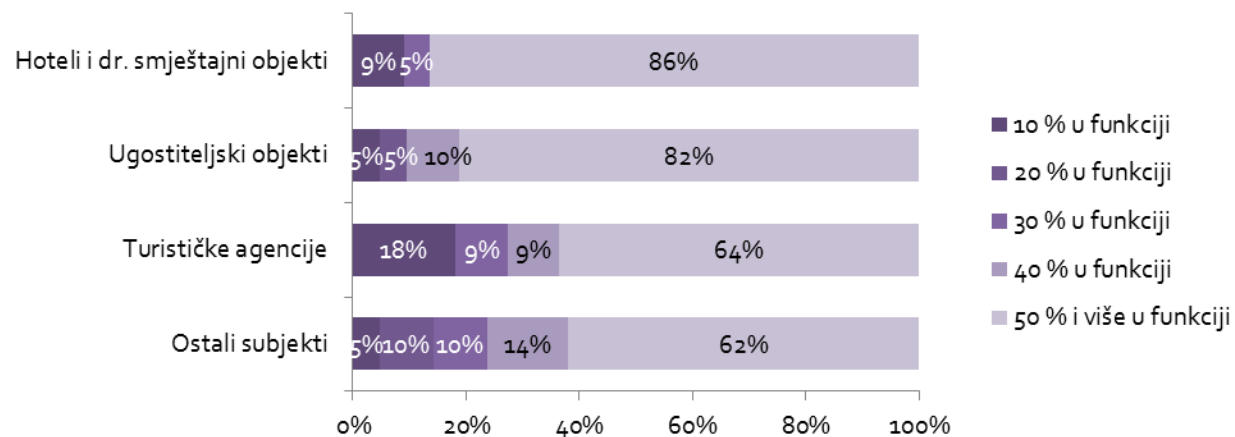
Poslovna aktivnost objekata i sadržaja članova PPS kluba u PPS razdoblju - koordinatori PPS destinacija



U PPS razdoblju 2014. najaktivniji su bili hoteli i drugi smještajni objekti te ugostiteljski objekti. Značajno niže je ocjenjena poslovna aktivnost turističkih agencija.

Na većini PPS destinacija (više od 80%) smještajni i ugostiteljski objekti su bili 50 % i više u funkciji tijekom PPS razdoblja.

Poslovna aktivnost objekata i sadržaja članova PPS kluba u PPS razdoblju - koordinatori PPS destinacija

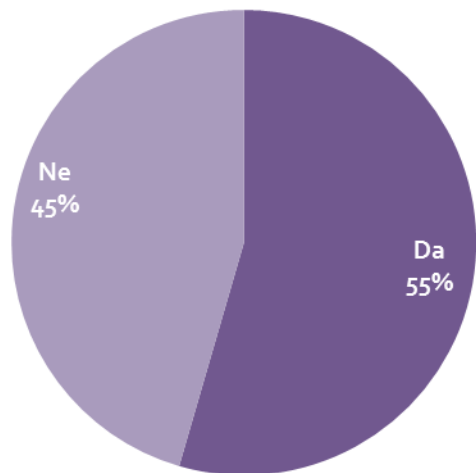


Interes za sudjelovanje u PPS klubu

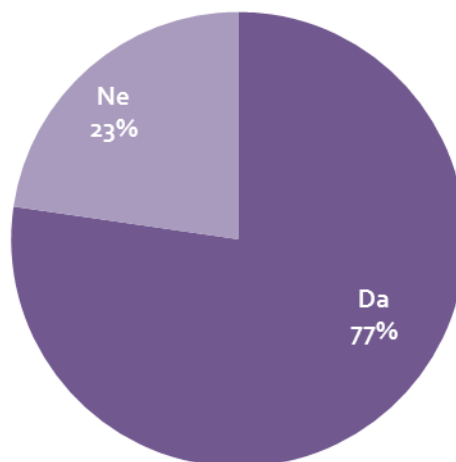


HRVATSKA365

Interes drugih destinacija za priključivanje PPS klubu - koordinatori PPS destinacija



Interes za prihvaćanje drugih destinacija u PPS klub - koordinatori PPS destinacija



- veći interes za priključivanjem pokazuju već oformljene PPS destinacije koje bi željele priključiti nove destinacije svom PPS klubu

Interes destinacija

Obostrani interes – 7 PPS destinacija i 16 destinacija izvan PPS-a

Jednostrani interes (PPS) – 6 PPS destinacija

Jednostrani interes – 4 destinacije

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
- 9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.**
10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija

Nova ponuda izleta na PPS destinacijama u 2015.



HRVATSKA365

Broj destinacija	17
Broj novih izleta	88

Vrsta izleta	Unutar PPS destinacije	Izvan PPS destinacije	U inozemstvo	Ukupno
kultura	22	1	2	25
enogastro	17			17
prirodne ljepote	12	5	1	18
aktivni	13			13
posebni interesi	9			9
ostalo	6			6
UKUPNO	79	6	3	88

- većina novih planiranih izleta biti će unutar PPS destinacije
- prema vrsti izleta najviše je vezano uz kulturu, zatim slijede eno-gastronomski izleti te obilasci prirodnih ljepota

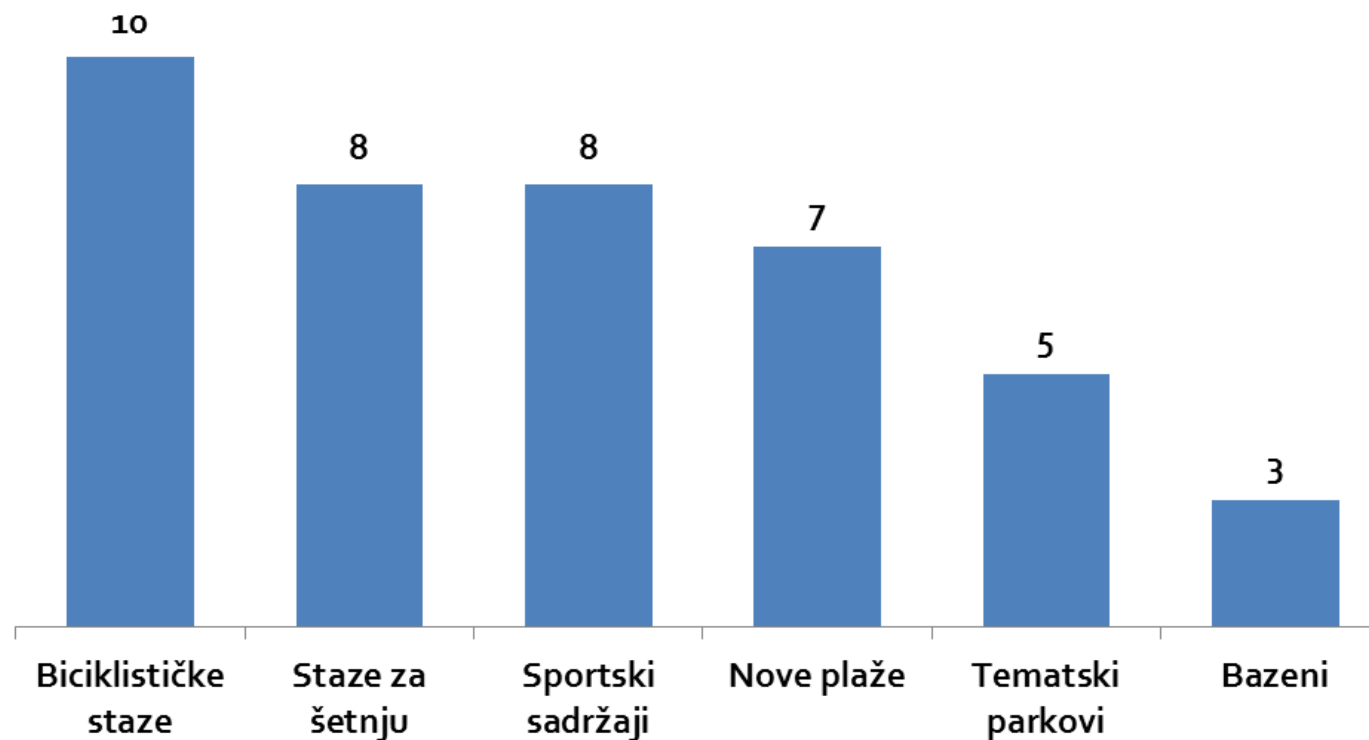
Nova tematska ponuda i ostali novi sadržaji na PPS destinacijama u 2015.



HRVATSKA365

Broj destinacija	18
Broj novih tematskih proizvoda	72

Novi sadržaji na PPS destinacijama u 2015.

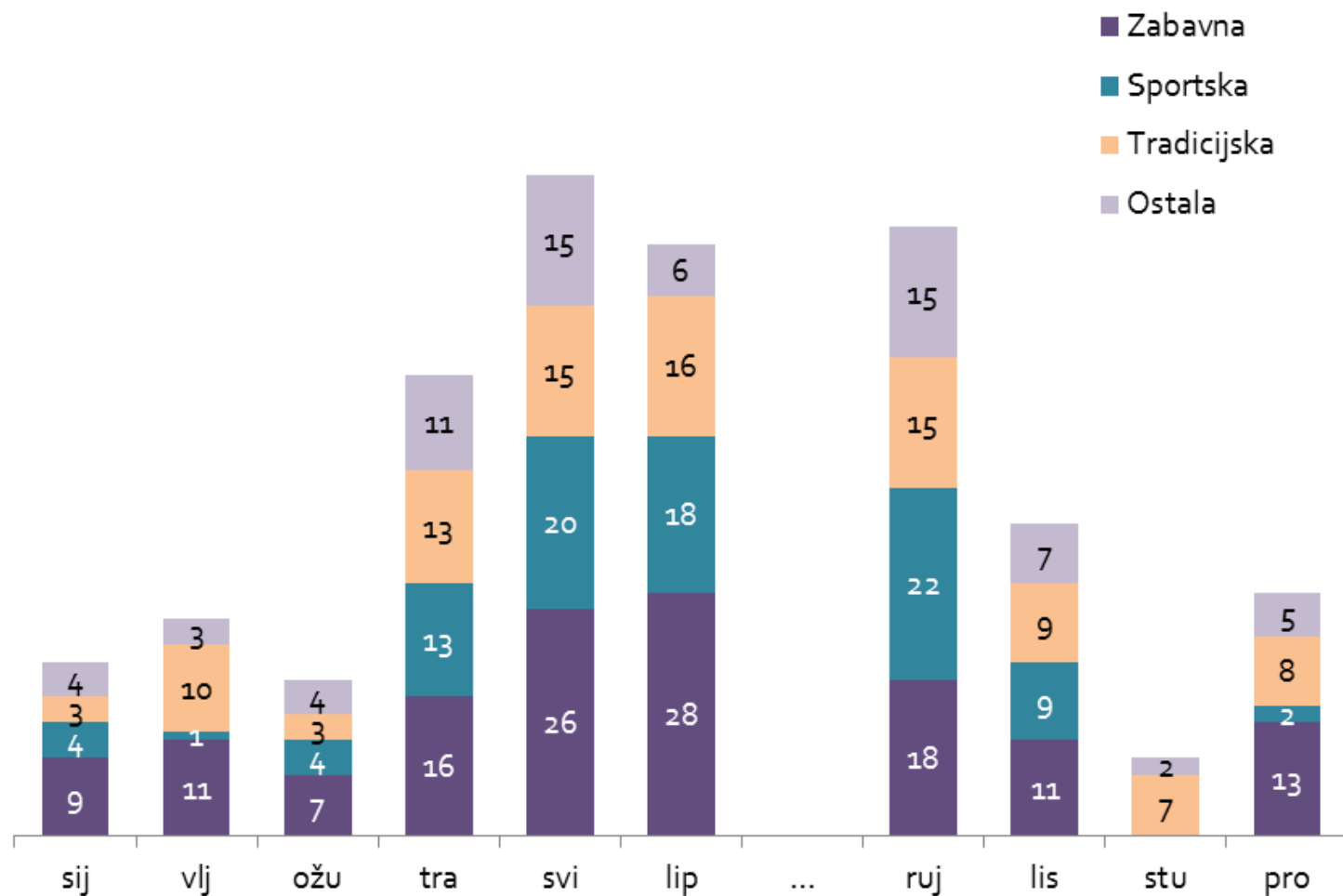


Događanja na PPS destinacijama u 2015.



HRVATSKA365

Broj događanja na PPS destinacijama u PPS razdoblju 2015. po mjesecima



- tijekom PPS razdoblja najveći broj događanja u razdoblju travanj-lipanj te ruj
- najmanji broj događanja studeni i ožujak
- prosinac (Advent) i veljača (Fašnik/poklade) dobro pokriveni

Evaluacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“



HRVATSKA365

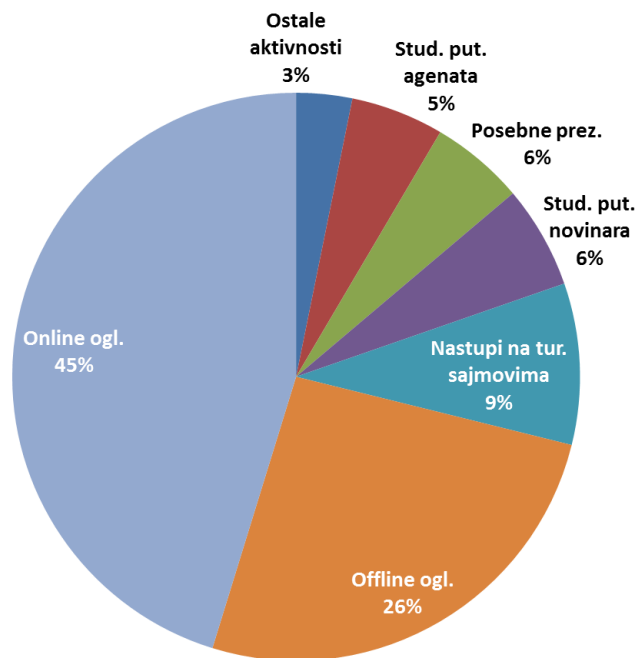
1. Uvod
2. Ocjene prezentacija PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
3. Sudjelovanje stranih medija u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
4. Sudjelovanje poslovnih partnera u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
5. Ocjena kreativnih rješenja PPS pilot projekta „Hrvatska 365“
6. Važnost faktora za daljnji razvoj i uspjeh PPS projekta „Hrvatska 365“
7. Ključni proizvodi i geo-zone u 2014. i 2015. u PPS razdoblju
8. Sudjelovanje u PPS pilot projektu „Hrvatska 365“
9. Nova ponuda i sadržaji u PPS razdoblju u 2015.
- 10. Planirana vlastita promocija PPS projekta „Hrvatska 365“ u 2015. od strane PPS destinacija**

Planirana vlastita promocija PPS projekta od strane PPS destinacija



HRVATSKA365

~ 7 milijuna kuna



- najveći udjel on-line oglašavanja - 45%
- fokusiranje na manji broj kanala kod dijela PPS destinacija
- PPS destinacije koje planiraju manja sredstva više se oslanjaju na posebne prez.

Udjeli planiranih sredstava za promociju PPS projekta u 2015. prema vrstama promocije i PPS destinacijama (u %)

