

Projekt TT

Projekt "TT" je rezultat študije in analiz, ki so bile opravljene v minulih petih letih na področju turistične dejavnosti in posredno tudi vseh drugih, ki so povezani tako ali drugače s turizmom. Tako imenovana "rdeča nit" pri tem projektu in pri vseh opravljenih delih je ves čas -Turistični Telefon- kateremu manjka vsebina, ki pa je sicer na splošno ne manjka in bi bila ob ustrezni organiziranosti in tehnični podpori lahko na voljo vsem zainteresiranim.

Preizkusno izvajanje projekta je že zelo kmalu potrdilo, da je izvedbena opcija povsem realna in v praksi zelo primerna za izbrano ciljno skupino. Na uporabniški ravni je bilo ugotovljenih nekaj pomanjkljivosti, ki pa se nanašajo zgolj na dostop (na brezplačno številko v Sloveniji tujci ne morejo klicati) oziroma tehnologijo telekomunikacij, ki je sicer enostavno rešljiva.

Projekt "TT" lahko tako ob upoštevanju danih možnosti in vzpostavitvi ustrezne poslovne naveze, ter organiziranosti v izjemno kratkem času ponudi zelo prepoznavne in učinkovite rešitve oziroma rezultate.

TURISTIČNI TELEFON

□ Situacija

Poslanstvo turističnega telefona je bilo prvotno mišljeno kot naslov, kamor bi lahko vsi, ki bi to želeli, poklicali in sporočili svoja mnenja, pobude, kritike in druge vrste predloge. V ta namen je bila postavljena brezplačna telefonska številka s podporo avtomatskega odzivnika in snemalne naprave, ki je zabeležila prispele klice oziroma njihovo vsebino.

V začetku leta 2002 je bil za tehnično podporo turističnemu telefonu dodan klicni center, ki je tako zagotavljal možnost neposredne komunikacije kličočega z agentom v klicnem centru, torej "pogovor v živo".

Po predstavitvi navedene pridobitve v nekaj medijih se je število klicev bistveno povečalo, čeprav je številka turističnega telefona sicer objavljena ves čas na oglasnih tablah TIPS-a (počivališča ob avtocestah in drugod) in tudi v drugih publikacijah TZS in STO.

Največ vprašanj, kritik in pobud se je ves čas nanašalo prav na dejstvo, da turistični telefon nikakor ne more biti brez informacij oziroma vsaj tiste vsebine, ki lahko turistu služi kot dober kažipot na njegovi poti.

□ Opcija

Pobude, predlogi in tudi kritike so narekovale iskanje ustreznih rešitev in idej, ki smo jih lahko kmalu preizkusili in so v veliki večini odgovorile na vrsto vprašanj, ter tako zadovoljile večino uporabnikov turističnega telefona.

Izoblikovali smo model oziroma način pristopa, ki je ob dejanskem izkoristku kapacitet in vsebin, ki so že na voljo ustregel skoraj vsem povpraševanjem.

Turistični telefon – klicni center - TiC

□ Turistično Informacijski Center – TiC

Pri iskanju informacij za potrebe turističnega telefona smo kaj kmalu ugotovili, da imajo še najbolj zanesljive informacije v lokalnih turističnih organizacijah (TiC, LTO, društva, ipd.), ki pa niso vedno dosegljive. Razlog je zelo preprost in tiči skoraj v celoti v delovnem času informacijskih pisarn. Večina klicev je namreč prav ob koncu dneva oziroma vikendih, ko imajo ljudje največ priložnosti za izkoristek svojega prostega časa, informacijske pisarne pa imajo takrat vrata zaprta.

Po opravljeni anketi za katero smo poklicali prav vse turistične informacijske centre, turistična društva in druge, smo našli nekaj preprostih in precej učinkovitih rešitev. Že samo prejeto gradivo, ki so nam ga nekateri izmed klicanih poslali je bilo dostikrat povsem dovolj za odgovor uporabniku, ki je želel vedeti le to, kaj se bo dogajalo oziroma se dogaja v določenem kraju in izbranem času.

□ Klicni center – dežurni informacijski center

Skupaj s TiC Izola smo pripravili poslovni model, ki je njihovim uporabnikom omogočil 24 urni klicni dostop do informacij, ki jih imajo na voljo oziroma so jih posredovali klicnemu centru v ta namen.

Ob prenehanju delovnega časa njihove informacijske pisarne so vse telefonske klice preusmerili na klicni center v katerem se opravlja 24 urno dežurstvo za turistični telefon in druge naročnike, ter je seveda ves čas na voljo agent, ki se lahko pogovori z uporabnikom.

Dosegli smo dvojni učinek, saj so bile tako informacije iz TiC Izola hkrati na voljo na turističnem telefonu, kot tudi njihovem. Pomembno pa je tudi to, da nismo preusmerjali uporabnikov na telefonsko številko, kjer se nihče ne javi.

TT – poslovna naveza

Glede na to, da sami izvajamo storitve dežurnega centra za druge naročnike že dobro poznamo dejanski strošek agenta v klicnem centru. Poleg tega pa je potrebno upoštevati še investicijo v znanje in opremo, ki sešteto vse skupaj največkrat odvrne še tako dobro stoječi informacijski center.

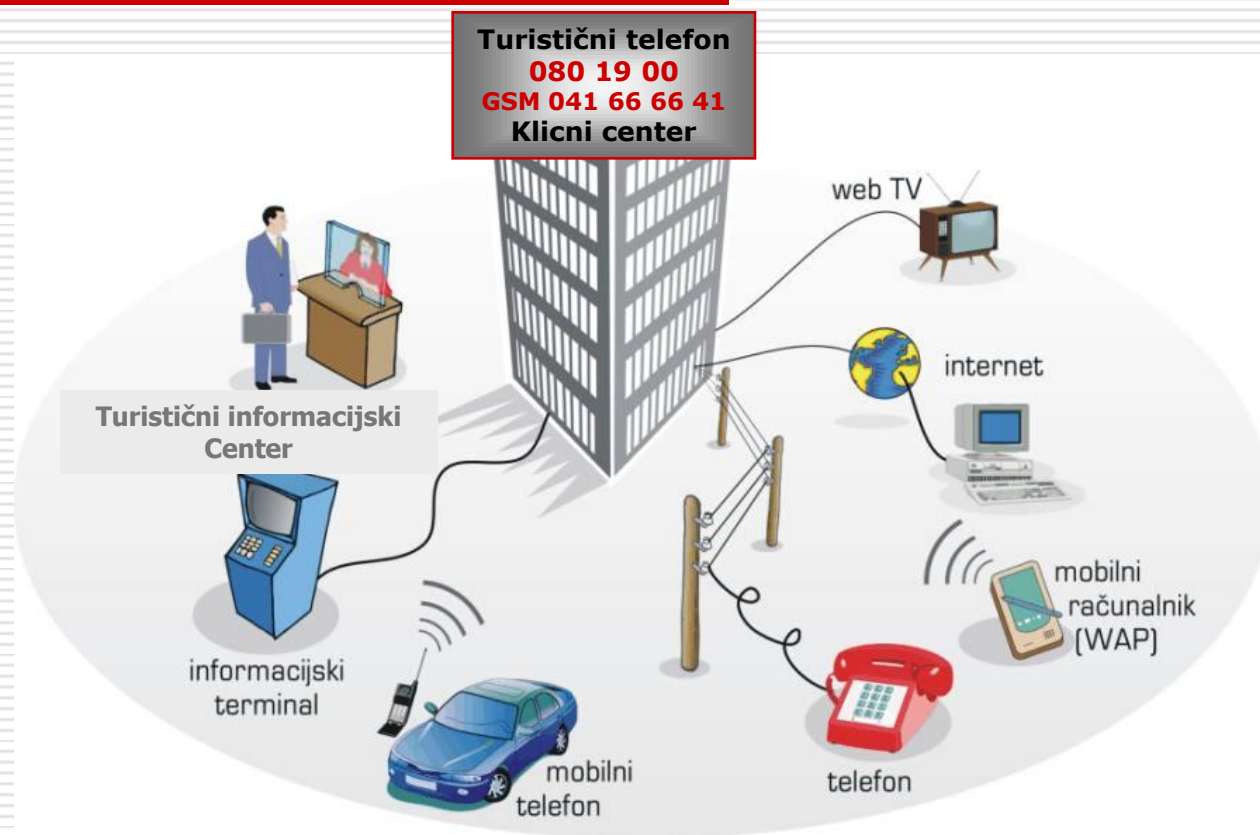
Število turističnih informacijskih centrov, informacijskih točk društev in drugih podobnih pisarn je v Sloveniji dovolj, da bi si ob sorazmerni delitvi stroškov zagotovili stalno podporo klicnega centra oziroma na tak način učinkovit informacijski center.

Rezultati ankete so pokazali, da bi bilo več kot polovica vprašanih (TIC-i, LTO-ji, turistična društva, ipd.) sposobnih zagotoviti znesek v višini 1.000,00 EUR, ki bi zadostoval za plačilo storitev klicnega centra za celo leto. Tak znesek bi ob samostojnem izvajanju informacijske pisarne 24/7 zadoščal le za 14 dnevno pokrivanje stroškov.

Nakazani rezultati so bili tako dovolj, da smo se odločili sprejeti poslovni izziv in smo v ta namen pripravili posebno delovno skupino, ki bo skrbela za nemoteno delovanje klicnega centra za posredovanje vseh informacij, ki nam jih bodo posredovali turistično informacijski centri oziroma naši naročniki.

Pri dosedanjih razgovorih in raznih posvetih smo ugotovili, da se kljub enaki dejavnosti s katero se ukvarjajo turistično informacijski centri, način organizacijske oblike razlikuje. Zaradi tega se bomo z vsakim posebej pogovorili in pripravili obliko sodelovanja, ki je najbolj ustrezna in tako tudi najbolj učinkovita.

Pozitivne lastnosti in sinergijski učinki sodelovanja



Poleg že navedenih načinov objave številke turističnega telefona smo v minulem letu dobili na voljo možnost objave na mejnih turističnih servisih, bencinskih servisih, poštah, železniških in avtobusnih postajah in drugih številnih tranzitnih mestih, kjer se ponavadi turisti zadržujejo oziroma se ustavljajo.

Turistični informacijski Center tako s povezavo na klicni center oziroma posredovanjem Turističnega telefona pridobi izjemno velik potencial, ki je že ob povsem preprosti primerjavi kar nekajkrat (lahko tudi nekaj tisoč-x) večji od njegovega siceršnjega.

Primer v praksi – opcije sodelovanja

- TiC posreduje klicnemu centru vse podatke, ki jih ima na voljo za svoje področje (program prireditvev, sezname drugih turističnih ponudnikov in zanimivosti (muzeji, razstave, ipd.) z naslovi in telefonskimi številkami
- Klicni center, ki deluje 24/7, torej vse dni v letu, lahko vsem, ki kličejo na turistični telefon posreduje že osnovne podatke o kraju in dogodkih za katere sprašuje uporabnik, ali pa pove številko TiC na tistem področju in ga hkrati seznaniti z delovnim časom omenjenega TiC-a.
- Turistični informacijski Center po končanem delovnem času preusmeri vse klice na klicni center oziroma na vhodna vrata napiše kam lahko pokličejo obiskovalci TiC, ko je pisarna zaprta. Enako lahko stori seveda tudi takrat, ko ima odmor, večjo skupino turistov in podobno, le da prej obvesti klicni center o izrednem dogodku.
- Klicni center ima na voljo tudi druge koristne informacije, ki lahko vsem uporabnikom pomenijo asistenco tudi v drugih situacijah, ki niso zgolj iz turistične dejavnosti in tako ves čas nudi pomoč tako TiC, kot njihovim gostom.
- Turistični informacijski Center ima s tehnologijo klicnega centra in njihovim agentom možnost vzpostavitve konferenčne zveze (več TiC hkrati, prevajalci, serviserji, hoteli) za istočasno izmenjavo podatkov, znanja in druge pomoči.
- Navedene opcije sodelovanja predstavljajo zagotovo pomembno in verjetno potrebno pomoč vsakemu Turističnemu informacijskemu centru, lokalni turistični organizaciji, društvu ali katerikoli drugi organizaciji, ki skrbi oziroma je zadolžena za promocijo svojega kraja.
- Glede na to, da gre za vsakodnevno podporo vse dni v letu je morda še najbolj primerna predstavitev stroška – na dan – torej znaša strošek podpore klicnega centra z vso opremo, tehnologijo in ljudmi za TiC le dobre tri evre na dan.

Vzpostavitev naveze

- Vodja projekta in koordinator je Darko Kendič
– GSM 031 66 66 60
- Pogodba o izvajanju storitev se podpiše neposredno s klicnim centrom
- Izmenjava podatkov poteka preko vseh medijev (telefon, faks, elektronska pošta, klasične poštne storitve in druga gradiva)
- Določijo se kontakne osebe, ki so na voljo za 24 urni dostop v nujnih primerih in druge ustrezne oblike za nemoteno komunikacijo