



SREDNJA
DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije

Priručnik za vlasnike obiteljskog smještaja



Ana Brničević, Tomislav Zović, Barbara Marković



Ana Brničević, Tomislav Zović, Barbara Marković

Priručnik za vlasnike obiteljskog smještaja





Splitsko-dalmatinska županija sa više od stoljeća tradicije turističkog gostoprimstva u obiteljskom turizmu i danas je vodeća u Hrvatskoj u toj vrsti smještaja u kojoj imamo oko 26 tisuća iznajmljivača koji na tržište svake godine stavljaju oko 167 tisuća postelja. Naši obiteljski domaćini među najboljima su u Hrvatskoj i iz svijeta dobivaju nagrade i priznanja za svoj rad, a prije svega za činjenicu da se kod njih naši gosti osjećaju sigurni i dobrodošli. Jer, naši domaćini žive turizam.

Kako bi im pomogli u savladavanju turbulencija na tržištu, promjena propisa, upoznavanja novih trendova, sagledavanja tržišnih interesa, ali i načina kako svoje cijene i uslugu učiniti što dostupnijima suvremenim kanalima promocije te je obogatiti novom kvalitetom, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije od 2013. godine omogućava vlasnicima obiteljskog smještaja svake godine stalne besplatne edukacije i usavršavanja u tom poslu i to najmanje po 15 takvih predavanja godišnje. Pred nama je novi ciklus takvih edukacija namijenjen domaćinima, ali i agencijama koje posreduju u punjenju obiteljskog smještaja, a sve sa zajedničkim ciljem podizanja razine usluga i kvalitete te spremnosti domaćina na izazove koje donose nove međunarodne okolnosti u poslovanju.

Nikada kao posljednjih godina nije bilo toliko važno pratiti trendove i zahtjeve tržišta, educirati se o tome, ulagati u marketing i komunikaciju putem društvenih mreža te poslati pravu poruku o spremnosti za prihvrat svakog gosta u sigurnim uvjetima.

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije u tom će nastojanju i nadalje biti stalni i pouzdani partner obiteljskim domaćinstvima u želji da im svaka nova poslovna godina bude još kvalitetnija i bolja.

Joško Stella, zamjenik direktora TZ Splitsko-dalmatinske županije





SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije

Raspored edukacija za vlasnike obiteljskog smještaja

U organizaciji Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, u suradnji
s lokalnim Turističkim zajedncama

Redoslijed	Trajanje	Naziv modula	Predavač
1.	45 min	Prava i obveze privatnih iznajmljivača	Ana Brničević
2.	45 min	Domaćin u turizmu	Barbara Marković
3.	15 min	Rekategorizacija	Ana Brničević
4.	60 min	Oglašavanje na društvenim mrežama	Tomislav Zović
5.	30 min	Brendiranje obiteljskog smještaja	Barbara Marković



Ana Brničević



Tomislav Zović



Barbara Marković





Ana Brničević

- višegodišnje iskustvo u turizmu
- rad u turističkoj agenciji, organizacija i prodaja putovanja u inozemstvo, organizacija eventa, organizacija izleta, mjenjački poslovi, turističko posredovanje
- hotelsko poslovanje: recepcioner, voditelj prodaje i marketinga
- marketing manager projekta Korenat Point Resort
- licenca voditelja turistička agencije
- licenca špeditera
- licenca agenta za nekretnine
- predsjednica udruge Tvornica, djelovanje u kulturi

Tko je privatni iznajmljivač?

Sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15,121/16,99/18,25/19) ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu može pružiti fizička osoba- građanin RH te državljani ostalih država članica EU i Švicarske Konfederacije. Ugostiteljskim uslugama smatraju se :

Smještaj u sobi, apartmanu i kući za odmor kojih je iznajmljivač vlasnik do najviše 10 soba, odnosno 20 kreveta u koji broj se ne ubrajaju pomoćni kreveti;

Smještaj u kampu ili kamp-odmorištu na zemljištu kojeg je iznajmljivač vlasnik, do najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istovremeno, u koje se ne ubrajaju djeca do 12 godina;

Smještaj u objektu robinzonskog smještaja u prostorijama ili na prostorima za siguran boravak gostiju, do najviše 10 smještajnih jedinica odnosno za 30 gostiju istodobno, u koje de ne ubrajaju djeca do 12 godina;

Doručak gostima kojima iznajmljivač pruža usluge smještaja;

Usluge polupansiona ili punog pansiona gostima kojima pruža usluge smještaja ukoliko u krugu 15 km cestovne linije nema objekta registriranog za pripremanje i usluživanje jela.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) pruža usluge smještaja u max 10 soba odnosno za 20 gostiju istodobno u čiji broj se ne ubrajaju djeca do 12 godina, te usluge pripreme i kušanja hrane i pića (pretežito vlastitih proizvoda) za najviše 80 osoba istovremeno.

Obaveze privatnih iznajmljivača

- ishoditi rješenje o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu
- vidno istaknuti na ulazu u objekt natpis s oznakom vrste i kategorije objekta utvrđene rješenjem nadležnog ureda (standardizirana ploča)
- istaknuti u svakom objektu naznaku vrste i kategorije objekta te vrstu posebnog standarda

- prijava u registar poreznih obveznika (prema mjestu prebivališta, 8 dana od izdavanja rješenja ili promjene broja kreveta, obrazac RPO)
- istaknuti cjenik usluga koje nudi s informacijom da je boravišna pristojba uključena u cijenu te se pridržavati istaknutih cijena
- izraditi normative pića i hrane te na zahtjev predočiti gostu
- izdati gostu čitljiv i točan račun s naznačenom vrstom, količinom i cijenom za svaku od usluga te odobrenim popustom
- prijava i odjava gosta (24h)
- voditi popis turista
- istaknuti način podnošenja pismenog prigovora gosta u objektu te odgovoriti na nj u roku od 15 dana, a evidenciju o prigovoru čuvati godinu dana
- pružati ugostiteljske usluge utvrđene rješenjem
- iznajmljivači koji pružaju usluge doručka, pansiona i polupansiona imati sanitarnu knjižicu
- prilikom oglašavanja i reklamiranja isticati samo oznaku vrste i kategorije utvrđenu rješenjem, a oglašavanjem i reklamiranjem usluga s poreznim obveznicima iz EU istaknuti porezni broj (PDV identifikacijski broj)
- istaknuti natpis o zabrani usluživanja odnosno konzumiranja u objektu alkoholnih pića osobama mlađim od 18 godina
- obavijestiti goste o njihovoj obvezi davanja osobnih podataka zbog zakonske obveze prijave gosta (GDPR)

Canadi	Prezime i ime	Datum vrijeme dolaska	Datum vrijeme odlaska	Državljanstvo	Objekt naziv	Odvajen
<input type="checkbox"/>	DUČIĆ AK (UKI/VEDIČIĆ) MIROSLAV (38)	28.08.2020. 18:00	07.09.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	bynka (inlenaj) dorotea (31)	21.07.2020. 21:00	27.07.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	Makova Katerina (14)	02.04.2020. 14:00	09.04.2020. 08:00	Čakove Republike	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	kozoppek (aurelija) andželka (19)	21.04.2020. 14:00	26.04.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	Musik (hamir) david (25)	12.07.2020. 17:00	19.07.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	al hamiri javad (13)	01.08.2020. 15:30	08.08.2020. 10:00	Srijske Arapske Republike	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	WODNAK MAREK (34)	28.08.2020. 18:00	07.09.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	Czezofo Aleksandra Monika (44)	14.08.2020. 19:14	24.08.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da
<input type="checkbox"/>	popera (milaha) marcin (39)	07.09.2020. 13:00	14.09.2020. 10:00	Republike Poljske	Petra Bakota	Da

Cjenik usluga

Iznajmljivač je dužan formirati cjenik usluga, te naplatu vršiti temeljem važećeg cjenika za razdoblje. Cjenik je potrebno istaknuti na vidno mjesto u smještajnoj jedinici. Treba biti istaknut u kunama, a može sadržavati i iznose u drugoj valuti (Eur). Mora biti na hrvatskom i stranom jeziku (engl.) Nije ga potrebno ovjeravati. Staviti napomenu: "Turistička pristojba uključena u cijenu."

Cjenik sadrži obavezne elemente: naziv smještaja, ime i prezime vlasnika, adresa i OIB, naziv usluge, vrstu naplate, termin, eventualne dodatne usluge, popuste, datum od kada vrijedi cjenik, potpis vlasnika.



Turistička zajednica Županije Špišak-dalmatinske

CJENIK / PRICES / PREISE / PREZZI

Ime i prezime / name and surname:

adresa / address:

vrsta i kategorija smještaja, po rješenju kategorizacije:

vrsta usluge (apartman, studio, soba):

kategorije usluge (broj zvjezdice):

kategorija usluge			
 A	☆☆☆☆☆		
	☆☆☆☆		
	☆☆☆		
	☆☆		
	☆		
 S	☆☆☆		
	☆☆		
	☆		
	☆☆☆		
	☆☆		
	☆		

BORAVNA PRISTOJBA JE

UKLJUČENA U CIJENU

SOJOURN TAX INCLUDED

IN THE PRICE

DIE KURTAKE IM PREIS

INBEGRIFFEN

TASSA DI SOGGIORNO

INCLUSA IN PREZZO

 apartman / apartment / appartement / appartement
 studio / studio / studio / translocato
 soba / room / stroom / camera

 dodatni ležaj, po noći / bed, per person / additional bed
 vanjski tuš, po noći / shower, per person
 upravljanje, po noći / use of kitchen, per person / kitchenware, per person / use of dishes, per person

Za boravak do 3 dana cijena se uvećava za 30%. Za dodatni ležaj cijena je umanjena za 30%. Djeca do 3 god. - gratis.
 Accomodation not longer than 3 days +30%. Additional bed -30%. Children up to 3 years - gratis.
 Aufenthalt bis 3 Tagen +30%. Zusatzbett -30%. Kinder bis 3 Jahren - gratis.
 Soggiorno che non supera 3 pranzonamenti +30%. Letto aggiunto -30%. Bambini fino a 3 anni - gratis.

Račun

Iznajmljivač izdaje račun za svaku naplaćenu uslugu gostu, po obavljenoj usluzi, ali isključivo za usluge sukladno rješenju o obavljanju djelatnosti. Račun treba sadržavati:

Podatke o izdavatelju (ime i prezime, adresa prebivališta/boravišta)

Datum izdavanja računa

Broj računa

Ime i prezime /naziv osobe kojoj je usluga pružena

Cijena obavljene usluge

Iznos popusta ukoliko je gostu odobren

Ukupan iznos za naplatu

Potpis iznajmljivača

IZNAJMLJIVAČ/OWNER:

IME I PREZIME/Name:

ADRESA/Address:

OIB/PIN:

GOST/GUEST

IME I PREZIME/Name:

RAČUN BR. ___/2023

Vrsta usluge/Service	Br. Smjestajne jedinice/no. of accommodation units	Količina/Quantity	Jedinična cijena/Unit price	Ukupno/Total
1.	Usluga smještaja 7 dana u Splitu, app.1.-7.8.2023.	7	100,00	700,00
		UKUPNA CIJENA/TOTAL PRICE	700,00	
		POPUST/DISCOUNT		
		ZA NAPLATU/FOR BILLING		

Turistička pristojba uključena u cijenu/Sojourn tax included in the price of service.
Obveznik nije u sustavu PDV-a, PDV nije obračunat temeljem čl. 90 st.1 i st.2 Zakona o PDV-u.

Račun možete izdati na gotovom obrascu (paragon blok) ili na računalu. Izdaje se u dva primjerka: original ide gostu, kopija ostaje u bloku tj. kod iznajmljivača. Račun se izdaje u kunama, a može imati i naznačen iznos u drugoj valuti. Naplata usluge može biti u valuti!

Kod agencijskih gostiju voditi računa o vrsti ugovora s agencijom. Iznajmljivač uglavnom izdaje račun, evidentira ga u evidenciji prometa, a za usluge posredovanja dobiva račun od agencije i obračunava PDV na uslugu posredovanja. Iznajmljivači nisu obveznici PDV, paušalci su pa na računu ističu napomenu „Oslobodeno PDV prema čl. 90 st.2. Zakona o PDV-u.“

Kopija računa koja ostaje iznajmljivaču knjiži se u Evidenciju prometa koju iznajmljivač treba voditi, a temeljem koje se vrši izračun turističke članarine.

PDV na proviziju agencije iz EU

Iznajmljivači koji posluju sa stranim turističkim agencijama (web portali) koje imaju sjedište u EU dužni su plaćati PDV na usluge posredovanja. Iznajmljivači su obvezni u nadležnoj Poreznoj upravi 15 dana prije početka korištenja usluga poreznih obveznika iz drugih država članica EU, odnosno prije primitka uplate za obavljenju uslugu zatražiti PDV identifikacijski broj. Protekom svakog mjeseca u kojem je obavljena usluga, iznajmljivači do 20. u mjesecu podnose elektronskim putem na poreznu upravu obrazac PDV i PDV-S.

MINISTARSTVO FINANCIJA - POREZNA UPRAVA		Obrazac P-PDV
PODRUČNI URED _____		
ISPOSTAVA _____		
ZAHTEJ ZA REGISTRIRANJE ZA POTREBE POREZA NA DODANU VRIJEDNOST		
1. OPĆI PODACI O PODNOSITELJU ZAHTEJA		
NAZIV/IME I PREZIME _____		
OIB _____	POREZNI BROJ U DRŽAVI SJEDIŠTA _____	
ADRESA _____	POV IDENTIFIKACIJSKI BROJ U DRŽAVI SJEDIŠTA _____	
DRŽAVA SJEDIŠTA _____		
DATUM POČETKA OBAVLJANJA DJELATNOSTI/PREDVIĐENO RAZDOBLJE OBAVLJANJA ISPORUKA U RH _____		
TELEFON / ADRESA ELEKTRONIČKE POŠTE PODNOSITELJA ZAHTEJA _____		
2. PODACI O POREZOM ZASTUPNIKU <input type="checkbox"/>		
NAZIV/IME I PREZIME _____		
OIB _____		
ADRESA _____		
3. UPIS U REGISTAR OBEVZNIKA POREZA NA DODANU VRIJEDNOST <input type="checkbox"/>		
NA VLASTITI ZAHTEJ <input type="checkbox"/> PO SILI ZAKONA <input type="checkbox"/>		
VRIJEDNOST OPOREZIVIH ISPORUKA U PRETHODNOJ GODINI _____		
VRIJEDNOST OPOREZIVIH ISPORUKA U TEKUĆOJ GODINI _____		
DATUM UPISA U REGISTAR OBEVZNIKA PDV-a _____		
POSTUPAK OPOREZIVANJA PREMA NAPLAĆENIM NAKNADAMA <input type="checkbox"/>		
RAZDOBLJE OPOREZIVANJA mjesečno <input type="checkbox"/> tromjesečno <input type="checkbox"/>		
4. DODJELA PDV IDENTIFIKACIJSKOG BROJA TUZEMNOM POREZOM OBEVZNIKU <input type="checkbox"/>		
Tuzemni porezni obveznik traži PDV identifikacijski broj iz razloga:		
1. obavlja transakcije unutar EU (2) <input type="checkbox"/>	3. odustao od praga stjecanja (4) <input type="checkbox"/>	
2. prijedjen prag stjecanja (3) <input type="checkbox"/>	4. obavlja ili prima usluge unutar EU (8) <input type="checkbox"/>	
5. stječe trošarinska dobra unutar EU (10) <input type="checkbox"/>		
5. DODJELA PDV IDENTIFIKACIJSKOG BROJA STRANOM POREZOM OBEVZNIKU <input type="checkbox"/>		
Strani porezni obveznik traži PDV identifikacijski broj iz razloga:		
1. obavlja isporuke u RH (7) <input type="checkbox"/>		
2. povremeni međunarodni cestovni prijevoz putnika u RH (9) <input type="checkbox"/>		
BRUČJANA ILI OPISNA OZNAKA - (ŠIFRA) DJELATNOSTI PREMA NACIONALNOJ KLASIFIKACIJI _____		
OBLIK VLASNIŠTVA		
TRGOVAČKO DRUŠTVO <input type="checkbox"/>	OSTALO: _____	
Potpis podnositelja zahtjeva _____		
Datum primitka zahtjeva _____	Potpis djelatnika _____	
Napomena:		
Ako se PDV identifikacijski broj traži zbog odustajanja od praga stjecanja tada je porezni obveznik obavezan takav način oporezivanja primjenjivati 2 kalendarske godine.		
Strani porezni obveznik kojem se dodjeljuje PDV identifikacijski broj, dodjelom tog broja ujedno se upisuje i u registar obveznika PDV-a.		

Iznajmljivači su obvezni:

Imati **kutiju prve pomoći** u objektu dostupnu svim gostima iz smještajnih jedinica (ne više za svaku smještajnu jedinicu posebno)

Istaknuti **plan evakuacije** u svakoj smještajnoj jedinici

Istaknuti na vidljivom mjestu **kućni red** (na više jezika)

Plaćanje **TV pristojbe** (na 1 plaćeni + 3 dodatna prijavnika)

Uplatiti godišnji paušalni iznos **turističke pristojbe**

Uplatiti godišnji paušalni iznos **pora na dohodak**

Obračunati i uplatiti **turističku članarinu** i dostaviti Poreznoj upravi TZ 2 obrazac

<p>KUĆNI RED <i>Dobrodošli!</i></p> <p><i>Zeleno</i> You opened a kitchen red book to your house or in your home will be pleasant, wish for all other additional information please speak to your host.</p> <ul style="list-style-type: none">- Smjeljivo je u raspisanoj od 14:00 sati na dan dolaska do 10:00 sati na dan odlaska.- Gosti su dužni sami brinuti za svoje stvari i dragocjenosti ostavljene u apartmanu/sobama i Maestri ne odgovara za eventualni nestanak stih.- U kući (posredni) gosti su obavezni odgovorno poslati i čuvati od mekog neplaćanja i rizičnih poštenja.- Uznava vata apartman/soba zaoključavate kada ste otišli, a bač izabavite van obavezno zaključavate vrata (prozore, zavjese, surobovine, isključite rasvjetu i svu električnu uređaja) (TV, klima uređaj, štandovi...) izdatno vodu.- Maestri objasne ima pravo i oduševljeni gosti. Jasti u apartman/sobu radi odvajanja i sprječavanja nastanka neugodne stih i opasnosti. O ovom djaku u apartman/sobu Maestri su daju izvrsni goste u promj i plaćenej koristak.- Zabranjeno je uništavanje opreme i namještaja, namjerno ili nevoljno ometanje drugih gostiju, a osobito je zabranjeno stvaranje buke u vrijeme od 14:00 do 16:00 sati i od 23:00 do 6:00 sati.- Sadržaj apartman/soba mogu koristiti samo osobe koje su u vrhovno plaćenej gosti. i domaćin na trajanje goste može odgoditi eventualne goste u određenom vremenu.- Na izdavanje u vrijeme uređaja, uključujući i lažirajućih materijala.- Koristione opreme i uređaja koji nisu sastavi do poruke apartman/soba, ovdje mogu je samo uz suglasnost domaćina.- Urednike izvornije dovoljno je samo uz suglasnost domaćina.- Ukoliko dođe do nastanka ili oštećenja instalacija, namještaja, uređaja, opreme apartman/soba, gost je dužan obavijestiti domaćina. Ukoliko je do nastanka ili oštećenja došlo izvanvremena, gost je dužan nadoknaditi odgovarajuću protivovrednost.- U apartman/soba zabranjeno je izmjenjivati uređaje (osobito, priključak) (stijeg).- U slučaju neprikladnosti kućnog reda, domaćin ima pravo otkazati gostu dakle pružanje usluga.- Vani ostaviti kartu ili putovnicu predavati domaćinu stih je obavezno, ali pravo i izdatno vodu.- Sveje neprijatelj, bač i vata, mekate sprječati domaćinu, koji Vam stoji na raspolaganje u radnom vremenu od 8 do 24 sata. <p><i>Zeleno</i> You asked housework!</p> <p><i>Odobrište: Turistička zajednica Splitko-dalmatinske županije</i></p>	<p>HOUSE RULES <i>Welcome!</i></p> <p><i>We would like to appreciate you with house rules so that your stay in our home will be pleasant, wish for all other additional information please speak to your host.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Accommodation is available from 14:00 hr on the day of arrival until 10:00 hr on the day of departure.- Guests themselves are responsible for personal property and valuables left in the apartments/rooms and the owner is not responsible for the subsequent loss thereof.- Guests should behave responsibly in the house and its surrounding areas and they should guard against possible accidents and their consequences.- Lock the doors to the apartments/rooms from the inside and when going out be sure to lock the doors and windows, close sunshades, switch off the lights and all electrical appliances (TV, air-conditioning, iron...) and turn off the taps.- The owner reserves the right to enter the apartment/room in the absence of the guests for cleaning and maintenance and to prevent possible damage or other dangers. The owner is obliged to notify the guest about the entry into the apartment/room at the first of subsequent contact.- Destruction of equipment and furniture, causing disorder and disturbing other guests is prohibited, and it is expressly forbidden to make loud noises in the time between 14-16 hr and from 23 hr to 6 hr.- The contents of the apartments/rooms may only be used by persons who are registered as guests, however the host may, upon the request of a guest, permit possible visits at certain times.- Bringing in weapons, explosives and easily inflammable material is not permitted.- Use of equipment and appliances which are not an integral part of the offer of the apartments/rooms may be used only upon consent of the host.- Bringing in of animals is permitted only upon the consent of the host.- In the event of the disappearance or damage to installations, furniture, appliances, equipment of the apartments/rooms the guests is obliged to notify the host thereof in the disappearance or damage occurred due to the fault of the guest, the guest is obliged to compensate the corresponding equivalent value.- It is forbidden to remove appliances and equipment (especially, plug) from the apartments/rooms.- In the event of damage to the house rules, the host has the right to refuse further providing of services.- Handover your identity card or passport to the host immediately upon arrival for registration at the Tourist office.- You may bring your comments, suggestions and complaints to your host in your disposal during working hours from 8 to 24 hr. <p><i>We wish you a pleasant stay!</i></p> <p><i>Approved by the Tourist Board of Split-Dalmatian County.</i></p>	<p>HAUSORDNUNG <i>Verehrte Gäste!</i></p> <p><i>Wir wünschen Sie mit der Hausordnung bekannt machen, damit sich Ihr Aufenthalt in unserem Haus für Sie zu angenehme wie möglich gestaltet. Für alle weiteren Informationen wenden Sie sich bitte an den Hauswirt.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Die Unterkunft steht am Anreisetag ab 14:00 Uhr und am Abreisetag bis 10:00 Uhr zur Verfügung.- Die Gäste sind verpflichtet, selber Sorge zu tragen für die Sachen und Wertgegenstände, die sie im Apartment/Zimmer lassen. Für das eventuelle Verschwinden derselben übernimmt der Eigentümer das Unfallrisiko/Verlustes keine Haftung.- Die Gäste haben sich im Haus und seiner Umgebung verantwortungsvoll zu verhalten und mögliche Unfälle und ihre Folgen zu vermeiden.- Sollten Sie die Energiegitter des Apartments/Zimmers ab, wenn Sie drinnen sind. Wenn Sie hinausgehen, schließen Sie unbedingt Fenster und Türen, machen Sie den Sonnenschutz, schalten Sie das Licht aus und alle elektrischen Apparate aus (TV, Klimaanlage, Haard,) und drehen Sie den Wasserhahn zu.- Der Inhalt des Objekts hat das Recht, das Apartment/Zimmer in Abwesenheit des Gastes zu betreten, um Instandhaltungsarbeiten durchzuführen und mögliche Schäden oder Gefahren abzuwehren. Der Eigentümer ist verpflichtet den Gast beim nächstmöglichen Kontakt darüber zu informieren.- Es ist verboten, Ausrüstung und Mobiliar zu zerstören, Chaos zu verursachen und andere Gäste zu stören. Besonders verboten ist es, in der Zeit von 14-16 Uhr und von 23-00 Uhr Lärm zu machen.- Inhalt des Apartments/Zimmers können nur von Personen genutzt werden, die als Gäste registriert sind. Der Hauswirt kann auf Fruchen des Gastes eventuelle Besuche zu einer bestimmten Zeit genehmigen.- Es ist nicht erlaubt, Waffen, Sprengstoff und leichtentzündliche Material mitzubringen.- Die Nutzung der Ausrüstung und Einrichtung, die nicht Bestandteil des Apartments/Zimmerangebots sind, ist nur mit Einbürgerung des Hauswirts erlaubt.- Das Mitbringen von Tieren ist nur mit Zustimmung des Hauswirts erlaubt.- Sollte es zum Verschwinden oder zur Beschädigung von Installationen, Möbeln, Einrichtungs- und Ausrüstung des Apartments/Zimmers kommen, ist der Gast verpflichtet, den Hauswirt darüber zu informieren. Sofern es durch die Schuld des Gastes zum Verschwinden oder zur Beschädigung gekommen ist, ist der Gast verpflichtet, den Schaden durch einen entsprechenden Gegenwert zu ersetzen.- Es ist verboten, Einrichtungs- und Ausrüstung (insbesondere, Decken) aus dem Apartment/Zimmer herauszunehmen.- Sollte sich der Gast nicht an die Hausordnung halten, hat der Hauswirt das Recht, dem Guest weitere Dienstleistungen zu kündigen.- Übergeben Sie dem Hauswirt beim Personalausweis oder Reisepass und bei der Registrierung am Tourist Office.- Ihre Bemerkungen, Wünsche und Beklagungen können Sie dem Hauswirt mündlich, über einen während der Arbeitszeit von 8 bis 24 Uhr zur Verfügung stellen. <p><i>Wir wünschen Ihnen einen angenehmen Aufenthalt!</i></p> <p><i>Gesetzlich vom Tourismusverband der Gegend Split-Dalmatien</i></p>	<p>REGOLAMENTO INTERNO DELLA STRUTTURA RICETTIVA <i>Benvenuti!</i></p> <p><i>Per un soggiorno piacevole e sicuro, è bene conoscere le norme del regolamento interno della struttura ricettiva. Per ogni ulteriore informazione, rivolgersi con fiducia al padrone di casa.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Prima persona passata ad tutta abitativa (appartamento/camera) cioè da 14:00 del giorno dell'arrivo e contro locazione fino alle ore 10:00 del giorno della partenza.- Chi non ospite e tenuto alla custodia dei propri effetti personali e di quelle lasciate nell'appartamento/camera. Il proprietario non risponde della loro mancata restituzione.- Nelle case e nelle sue vicinanza gli ospiti sono proprio di completa responsabilità e di essere attenti ad eventuali infortuni e relative conseguenze.- Sono consentite proprio di chiedere e chiedere la porta d'ingresso dell'appartamento/camera quando si vogliono prima o poi entrare nella unità abitativa, (ricordare di chiudere a chiave la porta e le finestre, di chiudere l'ombrello, di spegnere le luci e tutti gli apparecchi elettrici) (TV, climatizzatore, piano cottura,) e di chiudere i rubinetti dell'acqua.- Il proprietario della residenza turistica ha diritto, anche nell'assenza dell'ospite, di entrare nell'appartamento/nella camera a causa della manutenzione e per prendere altre maggiori e eventuali decisioni. Il proprietario è tenuto ad informare tempestivamente l'ospite nel proprio ingresso nell'appartamento/camera.- È severamente vietato danneggiare in qualsiasi modo la struttura ricettiva, i mobili, l'arredatura, i provvisti occorrenti o distruggere le qualità degli oggetti, e inoltre qualsiasi rumore molestato dalle 14:00 alle 16:00 e dalle 23:00 alle 6:00.- I contenuti degli appartamenti/camere possono essere utilizzati esclusivamente dalle persone che sono regolarmente registrate come ospiti della struttura. Il padrone di casa, inoltre, ha il diritto di negare l'accesso a qualsiasi persona che non sia un ospite registrato.- È severamente vietata l'introduzione nella struttura ricettiva di armi, esplosivi o materiali facilmente infiammabili.- È possibile utilizzare attrezzature ed apparecchi che non sono parte integrante dell'offerta dell'appartamento/camera soltanto previa autorizzazione del padrone di casa.- È consentito il soggiorno di animali domestici, ma soltanto previa autorizzazione del padrone di casa.- In caso di smarrimento o di danneggiamento (furti, roghi, applicazioni) di attrezzature della struttura ricettiva, l'ospite è tenuto ad avvertire senza indugio il padrone di casa. In caso di smarrimento o di danneggiamento sono imputati a colpa di ospite, quindi sarà tenuto ad indennizzare il padrone di casa/controbare dell'oggetto smarrito o del danno provocato.- È severamente vietato apportare nell'appartamento/camera apparecchi o parti dell'architettura in dotazione (collegamenti, coperto o impianti).- Il padrone di casa ha il diritto di sospendere la prestazione del servizio all'ospite che contempne alle disposizioni del presente regolamento interno.- Altrimenti, ogni ospite è tenuto a consegnare senza indugio il proprio documento di riconoscimento personale (carta d'identità o passaporto) al padrone di casa, affinché questi possa documentare la presenza dell'ufficio turistico comunale.- Vietaesce a commuicare al padrone di casa, a tutto completa disposizione da 8 a 20 ore, ogni nostra informazione, desiderio e bisogno. <p><i>Il proprietario si riserva il diritto di modificare e confermare le suddette.</i></p> <p><i>Autoreizzato dall'Ente turistico della Regione di Spalato e Dalmatia.</i></p>	<p>RÈGLEMENT INTÉRIEUR <i>Bienvenue!</i></p> <p><i>Nous souhaitons que votre séjour dans notre maison soit le plus agréable possible et vous prions de bien vouloir connaître les règles du présent Règlement intérieur. Pour toutes les informations supplémentaires, veuillez vous adresser, s'il vous plaît, au propriétaire de la maison.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- La location est disponible entre 14:00 le jour de votre arrivée et 10:00 le jour de votre départ.- Les locataires doivent garder en sécurité leurs effets et valeurs, documents et effets personnels. Le propriétaire n'est responsable en cas de disparition des objets.- Nos hôtes sont simultanément placés d'adopter un comportement responsable envers la maison et ses abords afin d'éviter tout incident éventuel et ses conséquences.- Le propriétaire des lieux a le droit, en l'absence des occupants, d'entrer dans l'appartement/chambre en vue de la maintenance et pour prendre d'autres décisions. Le propriétaire est tenu d'informer l'occupant de son entrée dans l'appartement/la chambre en locataire lors de leur premier contact sans avant cet événement.- Il est interdit de détruire ou endommager les équipements de la maison, de provoquer des dommages et de dégrader les autres locataires. Il est interdit de faire du bruit entre 14:00 et 16:00 et entre 23:00 et 6:00.- Les équipements de l'appartement/de la chambre peuvent être utilisés exclusivement par les personnes qui sont régulièrement enregistrées conformément à la réglementation. Si la demande du locataire, le propriétaire peut autoriser des visites à certaines périodes de la journée.- Il est strictement interdit d'introduire des armes, les matériels explosifs et substances facilement inflammables.- L'utilisation des équipements et des appareils qui ne font pas partie de l'offre de l'appartement/de la chambre n'est autorisée qu'avec le consentement du locataire.- L'introduction des animaux est autorisée qu'avec le consentement du locataire.- En cas de disparition ou d'endommagement des installations, des meubles, des appareils et des équipements de l'appartement/de la chambre, le locataire est obligé de prévenir le locataire. Si la disparition ou l'endommagement est la faute du locataire, celui-ci doit indemniser le locataire, si la venue à l'adresse correspondante au moment des détails.- Il est interdit de sortir les appareils et les équipements (notamment, couvertures) de l'appartement/de la chambre.- En cas de smarrissement ou de dommage des équipements de la structure, l'occupant est tenu d'avertir sans délai le propriétaire de la structure.- Remettez sans délai votre carte d'identité ou votre passeport au propriétaire, en un seul bassin de la destination de votre séjour auprès du Bureau touristique.- Vous pouvez communiquer nos renseignements, vos souhaits et vos besoins, dès 8 heures du matin, jusqu'à 20 heures du soir, à tout moment. <p><i>Nous vous souhaitons un agréable séjour!</i></p> <p><i>Sar autorizacija de Office de tourisme de la Région Split-Dalmatien</i></p>	<p>DOMAĆI RÄD <i>VitÄme VÄs!</i></p> <p><i>ChÄtÄtÄjÄtÄ VÄs vÄsÄndÄt i domÄnÄn hÄsÄm, ÄhÄt VÄs pÄr i nÄrÄm hÄsÄm ÄhÄt pÄrÄjÄmÄt. PrÄ vÄsÄndÄt ÄllÄ information se ÄbÄrÄtÄtÄ nÄrÄtÄtÄ.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Ubytovani je u dispozici od 14:00 h do dan prijaza do 10:00 h do dan odlaza.- Hosti su pozvani da sami brinu o svim stvari a odgovornost za eventualni nestanak stvari nosi sam gost.- U domu u vrijeme koje ste ostali morate postupiti odgovorno prema kući i njezinim okolnostima.- Ukoliko dođe do nastanka ili oštećenja instalacija, namještaja, uređaja, opreme apartmana/sobu, gost je dužan obavijestiti domaćina. Ukoliko je do nastanka ili oštećenja došlo izvan vremena, gost je dužan nadoknaditi odgovarajuću protivovrednost.- U apartman/sobu zabranjeno je izmjenjivati uređaje (osobito, priključak) (stijeg).- U slučaju neprikladnosti kućnog reda, domaćin ima pravo otkazati gostu dakle pružanje usluga.- Vani ostaviti kartu ili putovnicu predavati domaćinu stih je obavezno, ali pravo i izdatno vodu.- Sveje neprijatelj, bač i vata, mekate sprječati domaćinu, koji Vam stoji na raspolaganje u radnom vremenu od 8 do 24 sata. <p><i>ChÄtÄtÄjÄtÄ VÄs vÄsÄndÄt i domÄnÄn hÄsÄm, ÄhÄt VÄs pÄr i nÄrÄm hÄsÄm ÄhÄt pÄrÄjÄmÄt. PrÄ vÄsÄndÄt ÄllÄ information se ÄbÄrÄtÄtÄ nÄrÄtÄtÄ.</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Ubytovani je u dispozici od 14:00 h do dan prijaza do 10:00 h do dan odlaza.- Hosti su pozvani da sami brinu o svim stvari a odgovornost za eventualni nestanak stvari nosi sam gost.- U domu u vrijeme koje ste ostali morate postupiti odgovorno prema kući i njezinim okolnostima.- Ukoliko dođe do nastanka ili oštećenja instalacija, namještaja, uređaja, opreme apartmana/sobu, gost je dužan obavijestiti domaćina. Ukoliko je do nastanka ili oštećenja došlo izvan vremena, gost je dužan nadoknaditi odgovarajuću protivovrednost.- U apartman/sobu zabranjeno je izmjenjivati uređaje (osobito, priključak) (stijeg).- U slučaju neprikladnosti kućnog reda, domaćin ima pravo otkazati gostu dakle pružanje usluga.- Vani ostaviti kartu ili putovnicu predavati domaćinu stih je obavezno, ali pravo i izdatno vodu.- Sveje neprijatelj, bač i vata, mekate sprječati domaćinu, koji Vam stoji na raspolaganje u radnom vremenu od 8 do 24 sata. <p><i>VitÄme VÄs pÄrÄjÄmÄt!</i></p> <p><i>SÄhÄtÄtÄjÄtÄ VÄs vÄsÄndÄt i domÄnÄn hÄsÄm, ÄhÄt VÄs pÄr i nÄrÄm hÄsÄm ÄhÄt pÄrÄjÄmÄt. PrÄ vÄsÄndÄt ÄllÄ information se ÄbÄrÄtÄtÄ nÄrÄtÄtÄ.</i></p>
---	---	--	--	---	--

OBAVIJEST O NAČINU PODNOŠENJA PRIGOVORA POTROŠAČA

Sukladno članku 32., st. 1., t. 6. Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti (Narodne novine, br. 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20 i 42/20), obavještavamo potrošače da prigovor na kvalitetu naših usluga mogu dostaviti u pisanom obliku na adresu:

Ime iznajmljivača ili objekta:

Adresa:

ili na e-mail:

fax:

ili podnijeti osobno u našem poslovnom prostoru.

Bez odgađanja ćemo pisanim putem potvrditi primitak prigovora.

Odgovor na Vaš prigovor dat ćemo u pisanom obliku najkasnije 15 dana od dana primitka Vašeg prigovora. Molimo Vas da u Vašem prigovoru obavezno navedete Vaše ime i prezime te adresu ili e-mail za dostavu odgovora.

NOTICE ON FILING CUSTOMERS' COMPLAINTS

Pursuant to Article 32, Paragraph 1, Subparagraph 6 of the Hospitality and Catering Industry Act (Official Gazette No. 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20 and 42/20), we inform our clients that complaints regarding the quality of our services can be submitted in writing to:

Name of lessor or house:

Address:

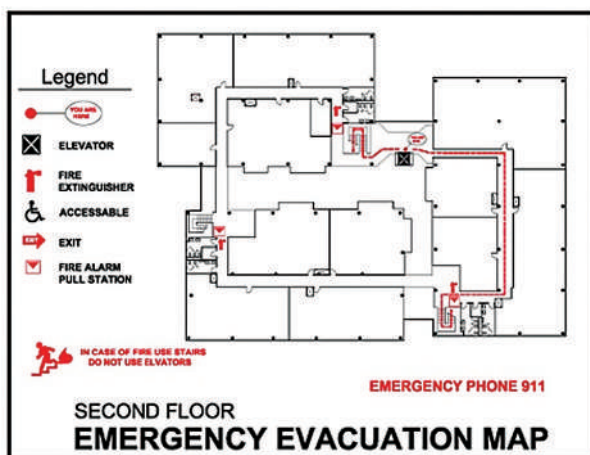
or e-mail:

fax:

or impersonate our premises.

We will confirm receipt of your complaint in writing without delay.

You will receive a response to your complaint in writing within 15 days of receipt of the complaint. Required information: name and surname of the person filing the complaint, the exact address for submission of responses.



Turistička pristojba

Turistička pristojba je prihod turističkih zajednica koje one koriste u namjeni izvršavanja svog godišnjeg plana aktivnosti. Odluku o visini godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe donose za područja općina i gradova županijske skupštine (uz mišljenje lokalnih) i to do 31. siječnja tekuće godine za slijedeću godinu i objavljuju na svojim web stranicama.

Paušalni iznos obračunava se po krevetu (glavnom i pomoćnom) i kreće se od **46,45 Eur** do 132,72 Eur

Ukupni broj kreveta x 46,45Eur (Dugi Rat) = ukupan iznos **godišnjeg paušala** turističke pristojbe

(Ranije se koristio termin boravišna pristojba i plaćalo se prema „razredima“ naselja: A,B,C,D)

Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na OPG-u plaćaju prema broju **registriranih postelja** sukladno izreci rješenja za obavljanje usluga i to **za svaki registrirani krevet** .

Smještaj u OPG : ukupni broj kreveta x **26,54 Eur**

Evidencija naplate paušala turističke pristojbe vodi se kroz sustav e-Visitor , pod „financije“.

Obveznik: **Bakola, Peto (018-24414994155)**

Pregled zaduženja

Objekti obveznika

Unesite traženi pojam

Naziv objekta	Adresa objekta	Vrsta/podvrsta objekta	Broj zjerdica	Dugi	Vrsta naplate
Peto Bakola	Golubkova 9/17, Duće	Objekti u domaćinstvu / Objekti u domaćinstvu	4 zjerdice		Komercijalni - paušalno

1 - 1 od 1 zapisa

2022.

Oznaka	Slovka	Razdoblje	Iznos prema datumu knjiženja
A	Početni saldo	1.1.2022.	0,00 kn
B	Ukupno zaduženje za razdoblje	1.1.2022. - 31.12.2022.	0,00 kn
C	Ukupne uplate za razdoblje	1.1.2022. - 31.12.2022.	0,00 kn
A+B-C	Ukupni saldo	31.12.2022.	0,00 kn

Ukoliko je iznos negativan radi se o preplati, a ako je iznos pozitivan radi se o dugovanju.

Unesite traženi pojam

Plaćanje turističke pristojbe obavlja se u tri jednaka obroka s rokovima dospijeaća do 31.7., do 31.8., do 30.9. tekuće godine.

NALOG ZA NACIONALNA PLAĆANJA

PLATTELJ (nazivne i adresa):
Bakota, Petra
Golubinka IZ/17
21310
Republika Hrvatska

PRIMATELJ (nazivne i adresa):
TURISTIČKA PRISTOJBA -
DUGI RAT

Valuta i iznos: HRK=0,00

IBAN (računi platitelja i Platitelj):

IBAN (računi primatelja): HR6210010051710004749

Model i poziv na broj primatelja: HR67 26616994155-0278603

Opis plaćanja: Turistička pristojba do 27.1.2022.

Datum izvršenja:

Opis: Turistička pristojba do 27.1.2022.

Turistička članarina

Iznajmljivači su obvezni plaćati turističku članarinu. Godišnji paušalni iznos članarine je umnožak najvećeg broja kreveta u smještajnom objektu u prethodnoj godini i iznosa članarine za svaki krevet, utvrđenih rješenjem nadležnog upravnog tijela. (Ranije se obračunavala prema koeficijentu mjesta u kojem su smještajne jedinice).

Godišnji paušalni iznos članarine za smještaj u domaćinstvu = broj kreveta x paušalni iznos/
Eur

Glavni krevet - 5,97 Eur

pomoćni krevet (50% popusta) - 2,99 Eur

Smještaj na obiteljskom poljoprivrednim domaćinstvu:

glavni krevet x 3,98 Eur

pomoćni krevet x 1,99 Eur

Smještaj u kampu i kamp odmorištu: **za svaku smještajnu jedinicu 10,62 Eur**

Godišnji paušalni iznos članarine može se platiti **jednokratno do 31. srpnja** tekuće godine ili u **tri jednaka obroka** i to s dospeljećem : 31. srpnja, 31. kolovoza, 30. rujna tekuće godine.

MINISTARSTVO FINANCIJA
POREZNA UPRAVA

Obrazac TZ 2

PODRUCNI URED	DALMACIJA
ISPOSTAVA (nadležna prema prebivalištu osobe - građanina ili uobičajenom boravištu)	TROGIR

OIB, ime i prezime osobe – građana, adresa prebivališta ili uobičajenog boravišta	VAS OIB, ANTE ANTIC, OKRUSKI PUT 123, OKRUŽ GORNJI
Sifra /naziv općine/grada prebivališta ili uobičajenog boravišta osobe – građana	588

OBRACUN članarine turističkoj zajednici za razdoblje	Od	Do	godine
			u kunama i lipama

R.BR.	OPIS	BROJ	IZNOS	UKUPNO	
1	2	3	4	5(3+4)	
1.	Krevet u sobi, apartmanu ili kući za odmor	7	45,00	315,00	
2.	Pomoćni krevet u sobi, apartmanu ili kući za odmor	3	22,50	67,50	
3.	Smještajna jedinica u kampu i kamp odmorištu				
4.	Smještajna jedinica u objektu za robinzonski smještaj				
5.	Krevet u sobi, apartmanu ili kući za odmor na OPG-u				
6.	Pomoćni krevet u sobi, apartmanu ili kući za odmor na OPG-u				
7.	Smještajna jedinica u kampu i kamp odmorištu na OPG-u				
8.	Smještajna jedinica u objektu za robinzonski smještaj na OPG-u				
9.	UKUPNO OBRACUNANI IZNOS – članak 8. stavak 3. Zakona (r. br. 1.+r. br. 2. +r. br. 3.+r. br. 4. +r. br. 5. +r. br. 6. +r. br. 7 +r. br. 8.)			382,50	
10.	Umanjenje članarine na područjima općina i gradova – potpomognutim područjima I. razvojne skupine*				
11.	Umanjenje članarine na područjima općina i gradova – potpomognutim područjima II. razvojne skupine*				
12.	Umanjenje članarine na područjima općina i gradova – potpomognutim područjima III. razvojne skupine*				
13.	Umanjenje članarine na područjima općina i gradova – potpomognutim područjima IV. razvojne skupine*				
14.	UKUPNO UMANJENJE NA POTPOMOGNUTIM PODRUČJIMA – članak 8. stavak 4. Zakona (r. br. 10. +r. br. 11. +r. br. 12. +r. br. 13.)				
15.	OBRACUNANI IZNOS NAKON UMANJENJA (r. br. 9. - r. br. 14.)			382,50	
16.	NAČIN PLAĆANJA – članak 11. stavak 3. Zakona	JEDNOKRATNA UPLATA iznos iz r. br. 15.	DA	NE	
		OBROČNO PLAĆANJE iznos iz r. br. 15 / 3	DA	NE	
17.	UKUPAN IZNOS PRIMITKA IZ EVIDENCije PROMETA (Obrazac EP) – članak 13. stavak 4. Pravilnik o paušalnom oporezivanju djelatnosti iznajmljivanja i organiziranja smještaja u turizmu			100.000,00	

Nadnevak

Potpis poreznog obveznika

Godišnji paušalni porez na dohodak i prirez

Godišnji paušalni porez na dohodak dužni su plaćati svi iznajmljivači, a utvrđuje se poreznim **rješenjem** nadležne Porezne uprave. Paušalni porez plaća se po krevetu, odnosno po smještajnoj jedinici u kampu. Za pomoćne krevete ne plaća se paušalni iznos poreza na dohodak. Odluku o visini paušalnog poreza za djelatnost smještaja u turizmu donosi predstavničko tijelo jedinice lokalne samouprave, najkasnije do 15. prosinca tekuće godine za primjenu od 1. siječnja sljedeće godine.

Visina paušalne osnovice kreće se u rasponu od **19,91 Eur do 199,08 Eur**.

Ukoliko predstavničko tijelo ne donese odluku o visini paušalnog poreza, visina se tada određuje u iznosu od 99,54 Eur.

Obaveza **plaćanja poreza na dohodak** je **tromjesečno**, do kraja svakog tromjesečja, u visini **1/4 godišnjeg paušalnog poreza na dohodak i prireza**.

Broj kreveta x visina paušalnog poreza po krevetu = godišnja obveza poreza na dohodak / 4 obroka

Naziv naselja	Smještaj u domaćinstvu po krevetu / Eur	Smještaj u domaćinstvu u kampu za svaku smještajnu jedinicu
DUĆE	33,84	39,49
DUGI RAT	33,84	39,49
JESENICE	27,87	32,52

Kada tijekom godine dođe do prestanka odobrenja pružanja usluga građana u domaćinstvu, godišnji paušalni porez na dohodak i prirez porezu utvrđuje se razmjerno broju tromjesečja u kojima je iznajmljivač imao Rješenje o odobrenju.

Ukoliko iznajmljivač tijekom godine promijeni broj kreveta ili broj smještajnih jedinica u kampu (povećanje ili smanjenje smještajnih kapaciteta temeljem izdanih rješenja nadležnih ureda), Porezna uprava će s danom 1. siječnja sljedeće godine ukinuti postojeće rješenje o godišnjem paušalnom porezu na dohodak i prirezu i donijeti novo rješenje.

PRILOG: [Upute Ureda za turizam i pomorstvo za registraciju iznajmljivača](#)

Rekategorizacija privatnog smještaja

Temeljem Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 42/20 i 126/21) propisano je da ugostitelji, iznajmljivači i nositelji ili članovi obiteljskog poljoprivrednoga gospo-darstva koji posluju **temeljem privremenih rješenja** (postupak legalizacije) nastavljaju obavljati ugostiteljsku djelatnost, odnosno pružati ugostiteljske usluge najdulje do **31. prosinca 2024.g.**

Valjanost svih privremenih rješenja po sili zakona produljena je do 31.12.2024., pa nije potrebno po-duzimati nikakve radnje u svrhu produljenja istih.

Iznajmljivači koji su rješenja ishodili u periodu 15.8.1995. do 1.9.2007. obveznici su postupka rekategorizacije. Trebati će svoju smještajnu ponudu prilagoditi novim pravilnicima o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu.

Zbog pandemije su rokovi za rekategorizaciju smještaja produženi.

Novi rokovi za rekategorizaciju smještajnih jedinica:

- Rješenje o odobrenju ishođeno od 15.8.1995 do 31.12.2000.-rok je do 8.4.2022.
- Rješenje o odobrenju ishođeno od 1.1.2001. do 31.12.2004.- rok je do 8.4.2023.
- Rješenje o odobrenju ishođeno od 1.1.2005. do 1.9.2007.- rok je do 8.4.2024.

Uz zahtjev sa taksom u nadležnom uredu dostavlja se važeće rješenje i preslika osobne iskaznice iznajmljivača. Nakon toga se obavlja očevid.

Rekategorizacija za pružatelje usluga nije obavezna, ali ukoliko propuste navedene rokove mogu obavljati djelatnost, ali gube pravo isticanja na oznaku * i isticanje kategorije smještaja (posebne ploče).

Izmjenama **Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu** donijele su se neke novine koje ukupno gledano pojednostavljuju poslovanje:

fiksna telefonska linija više nije isključivo obvezna, moguće je osigurati mobilnu telefonsku vezu;

u robinzonskom smještaju se dopušta vanjska komunikacijska veza za dvije najniže kategorije kuće za odmor, a ostale kategorije kuća moraju imati unutarnju komunikacijsku vezu između modula;

usluge prihvata gosta- brisana obveza prihvata od 12,16 ili 24 sata;

moduli površina fleksibilnije razrađeni;

objekti mogu biti označeni i nekim simbolom, slovom , ne samo brojem;

TV prijamnik u boji s daljinskim upravljačem i uputama za upotrebu na hrvatskom i engleskom jeziku

Obavezno u **smještajnoj jedinici kategorije 3 *** :

- klima s individualnom regulacijom
- pisaći ili toaletni stol sa stolicom
- tepih koji ne kliže, uz krevet, po osobi
- noćna svjetiljka uz svaki krevet, po osobi
- stalak za prtljagu, sklopiv
- dječji krevetić, na upit gosta
- dodatni jastuk, na upit
- oznaka smještaja simbol / slovo / broj

- mobilni natpis za vrata –znak „ne smetaj“
- 5 vješalica po osobi
- dva ručnika po osobi :jedan manji, jedan veći
- promjena ručnika svako dva dana
- adapter, na zahtjev
- posteljina za krevet: jedna plahta, jastučnica, pokrivač u navlaci
- mijenjanje posteljine svaka 3 dana
- higijenske vrećice u WC-u
- sapun ili gel za kupanje
- parking mjesto
- fasada u dobrom stanju.....

U postupku rekategorizacije iznajmljivači mogu, ukoliko površinom modula i pripadajućim kupatilima zadovoljavaju zakonsku regulativu, preći u višu kategoriju (npr iz 3* u 4*) uz manje investicije. Tako je u **smještaju kategorije 4*** potrebno imati:

- zastori za zamaćivanje
- ogledalo za cijelu figuru
- sef
- pećnica ili roštilj ili mikrovalna peć
- kuhinjska napa
- gašenje i paljenje glavnog osvjetljenja iz kreveta
- pribor za pisanje
- posteljina: plahta, jastučnica i prekrivač u navlaci
- mijenjanje posteljine svaka dva dana
- tri ručnika po osobi: jedan veći i dva manja
- promjena ručnika svaki dan
- sušilo za kosu
- kapa za tuširanje
- šampon za kosu
- perilica za rublje
- glačalo s daskom





Barbara Marković

- Predsjednica Hrvatske udruge obiteljskog smještaja
- Preko 20 godina u turizmu, višegodišnji rad u cruising i hotelskoj industriji u SAD-u
- Ekonomski fakultet Split, PPDMS filozofski fakultet Split-stručni predavač
- Voditelj Dalmagic putničke agencije
- Licencirani turistički vodič

Nova sezona je prilika za novi početak, bilo da ste novi kod iznajmljivanja ili već godinama u tom poslu, svaka sugestija i potpora je dobrodošla. Na nivou Hrvatske 80% smještajnih kapaciteta je u privatnom vlasništvu i to nas kao strukturu čini jakim i evidentno sposobnima s obzirom kako se kvaliteta smještaja iz godine u godinu povećava. Konkurencija je sve jača, gosti sve zahtjevniji, a na nama je da se kvalitetno pozicioniramo i izborimo svoj dio kolača na turističkom tržištu. Turizam je osjetljiva industrijska grana što smo osjetili zadnje dvije godine, ali je i prilagodljiva i zna nas iznenaditi kao i prošle sezone. Stoga odluka ove godine je pripremiti smještaj jednako kvalitetno kao što smo radili i prije pandemijskog perioda, prilagoditi se tržištu i postaviti si realne ciljeve u skladu sa našim mogućnostima. Prvenstveno započnimo od ljudskog faktora

IZNAJMLJIVAČ bi bio klasični vlasnik nekog smještajnog objekta koji je postojeću nekretninu stavio u funkciju turističkog najma, te mu je to najčešće dodatni izvor prihoda. U pravnom smislu, ta osoba odrađuje sve aspekte turističkog najma bez nekog posebnom involviranja u komunikaciju i ponudu dodatnih usluga gostu.

DOMAĆIN U TURIZMU je onaj koji živi, radi i osjeća esenciju turizma. Nastoji svom gostu biti na usluzi, asistirati mu i upoznati ga sa svim dodatnim aspektima mikrolokacije na koju gost dolazi. Domaćini u turizmu su informirani, organizirani i imaju sve potrebne podatke kako bi gostu ponudili dodatne usluge i približili mu ponudu destinacije.

Savjeti:

- PRATITE TRENDOVE
- EDUKACIJE
- STRATEGIJA RAZVOJA VAŠEG SMJEŠTAJA
- INVESTIRAJTE U MARKETING
- OPLEMENITE SMJEŠTAJ
- 24-7 USLUGA
- IMPLEMENTIRAJTE DODATNE USLUGE

PRIPREMA SMJEŠTAJA ZA SEZONU

Noviteti i trendovi kod iznajmljivanja

U 2022. očekujemo spajanje tradicije sa trendovima. Neosporno je kako je najvažnije obilježje pripadnika prva digitalne generacija, popularno nazvana generacija Z (pripadaju svi oni rođeni između 1995. i 2011. godine) „mobitel u ruci“. Radi se o generaciji koja je, za razliku od njenih prethodnika, odrasla uz tehnologiju. Njima je oduvijek normalno potražiti sve što ih zanima na internetu, a uz to statistike pokazuju kako, za razliku od milenijalaca, Z generacija uvelike sudjeluje u stvaranju internetskog sadržaja. Stoga su i veoma popularne društvene mreže poput Instagrama, Twittera, Tik Toka i Snapchata, dok Facebook pomalo gubi popularnost. Pripadnici ove generacije prilikom traženja smještaja svakako obraćaju pažnju na slijedeće detalje:

- PAMETNA KUĆNA TEHNOLOGIJA (Alexa, Google Home,Netflix,Bluetooth...i sl.)
- PRIJAVA NA ŠIFRU I PAMETNO ZAKLJUČAVANJE
- DIGITALNI NOVČANIK (npr. Revolut kartica)
- PERSONALIZIRANE USLUGE



Self-check in danas je jednostavno dostupan kako bi olakšao gostu ulazak u apartman i minimalizirao fizičke kontakte. Posebno je dobrodošao u ovim pandemijskim godinama, te dao na važnosti sigurnosti i potrebi distanciranja. Postoje opcije otključavanja brave apartmana putem aplikacije ili jednostavno putem sef brave. Pametnu brava će vašim gostima omogućiti **otključavanje vrata pomoću njihovog pametnog telefona**.

Vi, kao iznajmljivač, jednostavno ćete kreirati **digitalni ključ** i pristup dodijeliti vašem gostu. To je moguće napraviti jednostavno i brzo. Iz vašeg pametnog telefona na pametni telefon gosta.

Nakon što gost napusti vaš apartman odnosno je njegovo vrijeme boravka u apartmanu završeno, njegov digitalni ključ jednostavno prestane raditi.

Brava zadržava prednosti klasičnog otključavanja na ključ, a istovremeno dodaje udobnost mobilnog otključavanja.

Jednostavna i intuitivna aplikacija dostupna je za pametne telefone.

Druga opcija je sef za ključeve sa šifrom gdje gost prilikom dolaska ukucava kod koji ste mu poslali i na taj način ulazi u svoj apartman.

I na kraju treća opcija, svakako ona najtoplija jest direktna komunikacija sa gostom gdje ih vi dočekujete prilikom dolaska, naravno danas moramo biti svjesni socijalne distance i nošenja zaštitne maske za lice u skladu sa pravilima koja su nam propisana.

Bez obzira koju opciju odabirete, standard po tom pitanju je check in od 14 sati, te check out do 10 sati kako bi se smještaj mogao pripremiti za sljedeće goste.



Slijedeći su tradicionalniji tip gostiju, koji su ili vjerni destinaciji ili ju po prvi put otkrivaju. Znamo da su Nijemci i Hrvati tradicionalno najbrojniji gosti na Jadranu, a potom slijede Austrijanci, Slovenci, Talijani, Poljaci, Česi, Britanci i Mađari. Brojku od pola milijuna gostiju na našoj obali u pravilu prelaze i Francuzi, Amerikanci, ali i susjedi iz Bosne i Hercegovine, a blizu su joj i Nizozemci te Slovaci. Takvi gosti dolaze po usmenoj preporuci ili putam neke od velikih platformi koje im olakšavaju komunikaciju sa domaćinom. U procesu traženja smještaja, obratiti će pažnju na slijedeće:

- ZNANJE O LOKALNOM PODRUČJU I DIREKTNJA KOMUNIKACIJA SA DOMAĆINOM
- MANJI BROJ DOMINANTNIH BRENDOVA U VIŠE DESTINACIJA
- SINERGIJA IZMEĐU WEB STRANICA ZA REZERVACIJE, AVIOKOMPANIJA, RENT A CAR SER-VISA, RESTORANA, MUZEJA I dr. turističkih atrakcija

Sigurnost unutar smještajne jedinice

Naglasak na sigurnost je svakako jedan od najvažnijih aspekata od 2020. godine kada smo se suočili sa globalnom pandemijom i turizmom kao jednoj od najpogođenijih industrija. Ono što je bitno naglasiti jest kako je turizam ipak prilagodljiv promjenama i čak uz minimalnu mogućnost kretanja putnika, sezona se ipak odrađivala sa auto gostima. Dvije godine poslije smo ipak pametniji i znamo na koji način pristupiti gostu i osigurati mu kvalitetnu uslugu unutar smještajne jedinice sa naglaskom na sigurnost prije svega.

U ovome trenutku teško se može pretpostaviti kako će zaista izgledati sljedeća turistička sezona. Situacija će postati jasnija tek kada se proglašuje okončanje pandemije, a treba uzeti u obzir da je proglašenje okončanja epidemije, po preporuci epidemiologa, moguće tek 4 tjedna nakon što više neće biti novih oboljelih. Mjere poput detaljnog čišćenja soba i njihove dezinfekcije koje su vlasnici obiteljskog smještaja su provodili uredno kao dio svojeg uobičajenog poslovanja, te u tom segmentu poslovanja nije i neće biti nekih velikih promjena. Naravno da se sada više nego ikada treba posvetiti pažnja pravilnoj dezinfekciji i čistoći smještaja.

Preporuke su slijedeće:

Bijela posteljina I ručnici (mogućnost pranja na 90C)

Bijela pamučna posteljina najlakše se održava. Lako se pere na visokim temperaturama, može se iskuhati, izbijeliti, vrlo lako ispeglati. Bijela posteljina ne blijedi, na njoj se najmanje vidi zub vremena, a fleke se najlakše skinu (bez da se skine i boja). I možda najvažniji argument – ona u našoj podsvijesti asocira na nešto čisto. Upravo to su razlozi zašto gosti najviše vole spavati u apartmanima i sobama u kojima je bijela posteljina. Bijela posteljina garancija je čistoće – vrlo često ćete čuti taj argument koji je zapravo razlog zašto i gosti i iznajmljivači za apartmane najčešće biraju bijelu posteljinu.

U komunikaciji s gostima ili mapi house rules, možete zamoliti goste da skinu posteljinu i ručnike smjeste u predviđeno mjesto za odlaganje. Na taj način štítite sebe i olakšavate dezinfekciju prostora.



Prozračivanje prostora prilikom odlaska i dolaska gostiju

Prilikom pripremanja apartmana, imajte na umu da je svakako dobro provjetravati prostor, minimalizirajte postavljanje dodatnih tkanina ili tapeta, kako bi osigurali prozračnost.

Dezinfekcijska sredstva

Svi znamo kako naši vlasnici obiteljskog smještaja dota polažur računa o detaljima i stvarima koje ostave na raspolaganju svojim gostima u apartmanu. Danas su i dezinfekcijska sredstva nešto što je poželjno ostaviti gostima. Možete investirati u ulazne tapete u koje ćete staviti tekuće dezinfekcijsko sredstvo tako da već u startu pokažete ozbiljnost prema čistoći prostora. Ukoliko imate mogućnosti, također ostavite gostima i maramice ili sprej za dezinfekciju koju mogu koristiti tijekom boravka. Maske za lice bi bilo poželjno da su dostupne gostima jer nerijetko se dogodi da baš iste nemaju.

Komunikacija sa gostom

Bez pametnih telefona više nije moguće funkcionirati, tako da bez obzira na generacijsku strukturu gostiju, svakome su dostupne aplikacije koje olakšavaju komunikaciju između gostiju i domaćina. Najčešće korištene, uz platforme, su WhatsApp, Viber, Telegram, WeChat.

Nastojte većinu komunikacije odraditi sa gostima prije njihovog dolaska u vašu smještajnu jedinicu. Možete to učiniti putem platformi u formi automatskog template a ili putem maila, aplikacija kako bi minimalizirali komunikaciju prilikom dolaska. Na taj način ćete olakšati sebi, a svakako se prezentirati u dobrom svijetlu. Jednom kada krene visoka sezona, nemamo puno vremena, tako da je pripremu dobro odraditi u zimskim mjesecima.

Komunikacija treba biti vezana uz dolazak, check in, kontakt telefon, adresa, ponudu usluga u destinaciji, preporuke, asistenciju vezana uz transfer ili izlet.

Primjer početne komunikacije kao potvrde rezervacije

Dear Jane Smith,

Thank you for booking at Apartments and Daisy's rooms from Saturday 25 June 2022 to Thursday 30 June 2022.

Please be informed that Check In starts from 14:00 and Check Out is until 10:00.

The parking reservation is needed and it is free of charge.

Could you be so kind to let us know your arrival time half an hour prior arrival or text me via Whatsapp or Viber +38598 xxxxx.

Thank you.

Kind regards

Barbara

Dear Brooke Hart,

Thank you for booking at Daisy's from Jul 24, 2022 until Jul 31, 2022, we are looking forward hosting you.

Check in is available from 3pm and Check Out time is from 06:00-10:00.

Upon your arrival could you please be so kind to let us know would you be needing parking space (reservation needed) and text us half an hour prior your arrival.

If you have any questions, please do not hesitate to contact us via platform or on +385 98 xxxxx by using WhatsApp or Viber.

Kind regards

Barbara

Mjere socijalnog distanciranja poput nošenja zaštitnih maski ili držanja sigurnosnog razmaka do sada nisu bile primjenjivanje u svakodnevnom životu pa tako niti u turizmu, te se doista teško ponekada držati pravila. Dočekajte gosta sa maskom na licu, te izbjegavajte rukovanje, a ono što možete napraviti jest lagano se nakloniti i predstaviti. Na taj način nećete izgledati nepristojni, a svakako će te ostaviti dojam respekta i dobrodošlice spram gosta.



Domaćinova asistencija gostu

Pravi domaćin će biti dostupan svojim gostima i ostaviti dojam osobe od povjerenja na destinaciji kojoj se gost može obratiti za bilo koju asistenciju tijekom svog boravka. Ono što je važno naglasiti jest kako bi bilo dobro da je gost upoznat sa kućnim redom i pravilima prije samog dolaska. Najčešće ono s čime se borimo je svakako buka u apartmanu i pritužbe od susjeda zbog istog. Ukoliko se vaša smještajna jedinica nalazi u rezidencijalnom dijelu, nastojte goste upozoriti do kada mogu biti glasni ili puštati muziku. Na žalost u doba pandemije i nemogućnosti boravka gostiju u barovima i klubovima nešto duže, zabave su se često selile u apartmane i dosta iznamljivača je imalo upravo probleme i sa susjedima i dolaskom policije u kasnim noćnim satima. U svrhu ovoga, preporuka je imati sigurnosni depozit čijim iznosom suptilno možete dati gostima do znanja kako će im isti biti oduzet ukoliko ne poštuju kućna pravila.

Sigurnosni depozit, akontacija za štetu

Predstavlja određeni iznos koji izdvaja gost prilikom rezervacije smještaja ili po dolasku u smještajni objekt, a koji služi kao osiguranje od eventualne materijalne štete. Taj iznos u cijelosti vraćamo gostu ukoliko se u objektu ne utvrdi nikakva šteta.

Preporuka je uzimati polog ukoliko se radi o kućnim ljubimcima, imate veći smještajni kapacitet, dodatne usluge tipe bazen ili jacuzzi, te ako smatrate da iz xy razloga je pametno to učiniti. Gosti su navikli na sigurnosni depozit, te vam ne treba biti neugodno zatražiti isti, ali ih morate upozoriti unaprijed kako ćete tražiti depozit prilikom dolaska. Uputno je gostu izdati potvrdu o primitku pologa (poput vaučera za rezervaciju) s navedenim uvjetima zadržavanja i terminom vraćanja pologa ako se ne utvrdi nikakva šteta. Također, uputno je da nam gost potpiše potvrdu o povratu pologa, kako bismo se osigurali od «zaboravnih» gostiju. Iskustva u kojima su domaćini požalili što polog za slučaj štete nisu uzeli nisu rijetka, naravno da dosta domaćina izbjegava ovo zbog možebitnih loših recenzija. Uvijek nastojte problem riješiti putem platforme, ukoliko su njihovi gosti, te se unaprijed zaštitite od problematičnih situacija.

Jednom kada recenzija osvane na platformi, jako teško ju je ukloniti osim ako nije na osnovi rasne, nacionalne ili seksualne uvrede.

FORMIRANJE POLITIKE CIJENA

Pravilno formiranje cijene u smještajnim jedinicama od esencijalne je važnosti za vas kao domaćina, ali i za destinaciju. Ukoliko razmišljate na koji način odrediti cijenu, prvo što možete napraviti je malo proviriti u susjedstvo i vidjeti slične smještajne jedinice i njihovu ponudu. Naravno to neće značiti kako trebate ići ispod cijene kako bi ste bili konkurentniji na tržištu, konkurentnost se postiže kvalitetom usluge i raznovrsnom ponudom.

Ovisno radi li se o sobi, apartmanu, vili, kući za odmor, najlakše je psihološki formirati cijenu prema broju osoba koje možete primiti. Ono što je bitno je znati što vam je minimalna cijena smještaja u odnosu na vaše troškove. Neovisno o tome jeste li Vi ti koji čistite, perete, peglate i dočekujete goste, morate znati kako je i vaše vrijeme novac. Ukoliko to radite sami, time je ekonomska isplativost veća, ali to ne znači da naš rad nema cijene. Uvijek računajte koji su vam troškovi struje, komunalija, održavanja, opreme unutar apartmana koju ostavljate na raspolaganju svojim gostima i cijena ispod koje nećete ići jer bi vam u protivnom najam bio neisplativ bez obzira na popunjenost.

Jednom kada izračunate troškove vašeg punog kapaciteta to će biti vaš BASIC PRICE ili osnovna cijena smještaja koja je fiksna bez obzira na period godine iznajmljivanja

Priprema cijena za predsezonu, sezonu i postsezonu

Prijedlog je da podijelite svoju sezonu, te odlučite je li ona u trajanju 3, 6, 9 mjeseci ili tokom cijele godine. Periode podijelite na PERIOD A (visoka sezona), PERIOD B (predsezona), PERIOD C (postsezona i ostatak godine).

Kod formiranja daljnje ponude za platforme i agencije, ne zaboravite ukalkulirati iznos njihove provizije i provjerite je li ta provizija uključena u cijenu ili se nadograđuje na vašu cijenu. Uvijek imajte informaciju vaše izlazne cijene prema gostu jer u cjeniku u vašem apartmanu, gost ima mogućnost uvida u cjenovnu politiku.

Provizije agencijama se kreću od 20% pa naviše, s tim da pojedine platforme uzimaju i od gosta proviziju, a druge isključivo od iznajmljivača.

Last minute, first minute ponuda

Početak 2021. predviđanja za sezonu bila su jako loša, no ono što se dogodilo i sve iznenadilo jest nakon izgubljene predsezone, krenula je ekspanzija gostiju u ljetnim mjesecima. Na žalost do tada su mnogi iznajmljivači drastično snizili cijene za sezonu, te su gosti rezervirali smještaj po relativno niskim cijenama. Najgore što se moglo dogoditi jest bilo je otkazivati postojećim gostima rezervacije, te podizati cijene u očekivanju novih rezervacija. Time smo bili kao destinacija poprilično prozivani i gosti nam neće to olako zaboraviti.

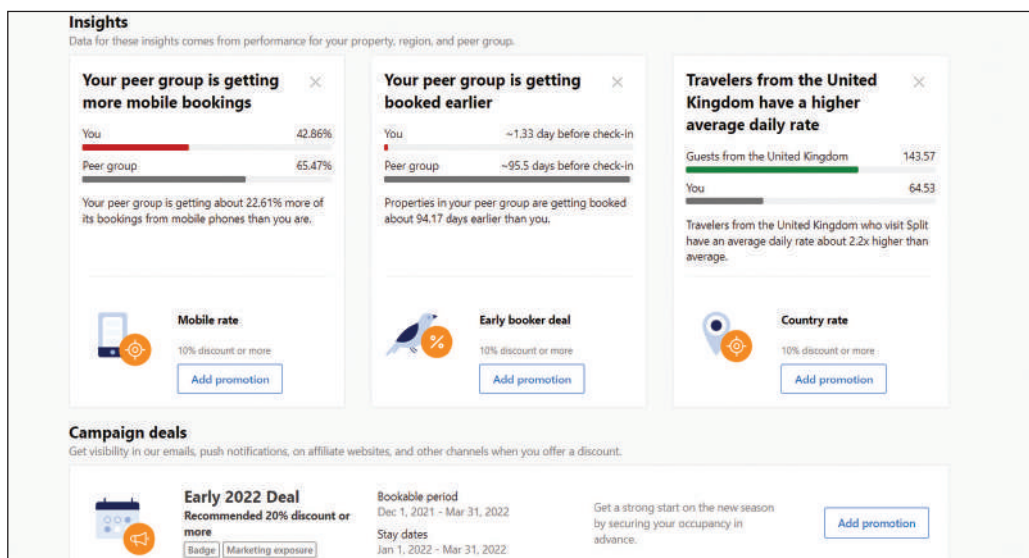
U visokoj sezoni, bez obzira na nesigurnost u ovim pandemijskim godinama ili medijskim bombastičnim najavama o velikoj konkurenciji turističkih zemalja na Mediteranu, nikako ne bi trebalo snižavati cijene.

Uvijek ste u mogućnosti dati last minut popust. Budite svjesni kako snižavanje cijena vodi destinaciju u masovni i jeftini turizam, a mi smo destinacija koja bi trebala se bređirati kao Boutique destinacija, te stalno podizati kvalitetu usluge.



FIRST MINUTE PONUDA

Veliki broj gostiju se do pandemijskih godina odlučivao na rezervaciju smještaja unaprijed, prvenstveno zbog mogućnosti odabira smještaja, ali i puno povoljnije cijene. Ovakva vrsta ponuda je dobra za samog iznajmljivača jer osigurava priljev novaca izvan sezone, te bi bilo dobro kreirati i oglašiti promotivne ponude u zimskim mjesecima. Trenutno je zastoj takvih gostiju zbog neizvjesnosti oko uvjeta putovanja, ali ukoliko ste fleksibilni u otkazivanju rezervacije, još uvijek možete privući potencijalne goste puno ranije.



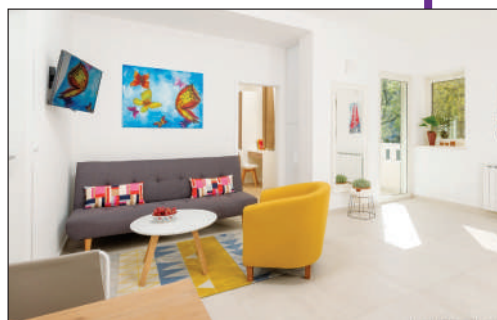
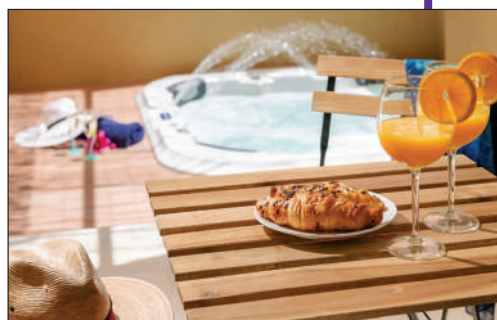
LAST MINUTE PONUDA

Kod smještaja implementirate isključivo onda kada popunjavate praznine tijekom sezone, no i tada nastojte ne smanjivati pretjerano cijenu, a radije odobrite manji broj noćenja u vašoj smještajnoj jedinici. Last minute ponude odgovaraju jedino potencijalnim gostima koji mogu u bilo koje vrijeme donijeti odluku o putovanju ili onima koji su odlučili ostati još koju noć u destinaciji.

Ne spavajte zimski san, pravovremeno ažurirajte kalendar, u što kraćem roku odgovorite na upite potencijalnih gostiju, uvijek istražujte nove kanala promocije, koristite potencijal društvenih mreža, te pratite trendove i kretanja tržišta smještaja.

Implementacija usluga unutar smještaja, nova cjenovna politika

Vaša smještajna jedinica vrijedi onoliko koliko ste svjesni kako svaka dodatna usluga unutar ponude, formira bolju cijenu, omogućava manju sezonalnost i potiče isticanje od konkurencije. Iz godine u godinu, konkurencija smještajnih jedinica raste i to ne samo brojkama, već i uslugama. Uzmimo primjerice gosta koji boravi na nekoj destinaciji tjedan dana, ukoliko je odabrao pasivnu vrstu odmora, svakako će se više zadržavati unutar objekta i tražiti će dodatne usluge. Na vama je prema vašim mogućnostima investirati u dodatnu ponudu vaše smještajne jedinice. Ovisno o tržištu koje targetirate, tako ćete slagati i ponudu. Možete se i usko specijalizirati kao pet friend, family ili event objekt i time povećavati svoju ponudu.





Destinacijski menadžment je jedan od osnovnih alata brendiranja. Uspješan destinacijski menadžment prepoznaje vrijednosti destinacije te povezuje sve subjekte u turizmu, od iznajmljivača do državnih institucija, kako bi zajedničkim naporima ostvarili zajedničke ciljeve.

Kakav SMJEŠTAJ nudite, BUDITE PRECIZNI...

- Garden style apartment
- Beach apartment
- City view room
- Hot tub penthouse
- Sea view stone villa
- Pets friendly apartment
- Kids friendly apartment
- Bike friendly apartment
- Biker friendly

Ekonomska održivost smještajne jedinice

- Iznajmljujte legalno
- Stavite realnu cijenu – budite konkurentni
- Suradujte sa pažljivo odabranim agencijama
- Upoznajte se sa propisima i zakonima
- Kvalitetno prezentirajte svoju ponudu smještaja i usluga
- Istinit opis ponude
- Aktivni na društvenim mrežama
- Definirajte osnovne usluge
- Oplemenite smještaj dodatnim uslugama
- Dio zarade uvijek uložite u poboljšanje kvalitete

KVALITETNA PREZENTACIJA DESTINACIJE

Ono što je bitno istaknuti jest kako motiv dolaska gostiju nije smještaj, već destinacija.

Kao domaćin u turizmu upravo Vi ste prvi konkretni dodir gosta sa destinacijom, ukoliko je gost po prvi puta na našim prostorima, time je odgovornost veća. Destinacija i usluge se mogu prezentirati unaprijed gostima, oni će svakako već istraživati samu destinaciju puno prije odabira smještajne jedinice, ali pri dolasku nerijetko će upitati vas, svog lokalca za asistenciju ili preporuku usluge.

Kod privatnog smještaja, metoda Word Of Mouth ili usmena preporuka ima još uvijek dodatnu snagu privlačenja gosta. Brendirana destinacija uz kvalitetan smještaj, svakako će olakšati izbor mjesta na kojem netko želi provesti svoj odmor.

Bez obzira koje kanale oglašavanja odabrali za svoju smještajnu jedinicu, razmislite što točno želite, kalkulirajte troškove oglašavanja i njihovu isplativost u vidu potvrđenih rezervacija.

Prema definciji UNWTO-a (Svjetska turistička organizacija) održivi razvoj turizma je „turizam koji u potpunosti uzima u obzir njegove trenutne i buduće ekonomske, socijalne i okolišne učinke, baveći se potrebama posjetitelja, industrije, okoliša i zajednice domaćina“.

Turisti su glavni korisnici turističkog proizvoda koji aktivno sudjeluju u događanjima u turističkoj destinaciji te svojim ponašanjem i postupcima izravno utječu na održivost. Zato je važno da budu educirani o destinaciji koju posjećuju i ponašaju se u skladu s tamošnjim pravilima i običajima te da se prema atrakcijama, resursima, a i ljudima odnose korektno i s poštovanjem.

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije ima posebne programe kao što su: Tematske staze, Biciklističke staze, Sakralna baština otoka Brača i Utvrde Splitsko-dalmatinske županije.

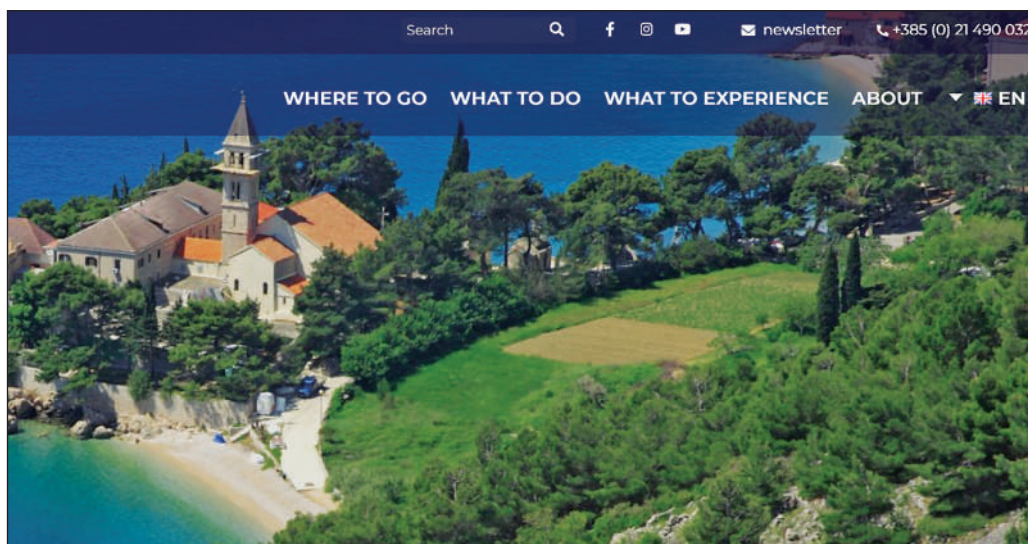
Osim toga, na stranicama www.dalmatia.hr se mogu pronaći i drugi korisni programi o kojima bi kao iznajmljivači trebali biti upoznati, kako bi o istima upoznali i turiste koji dolaze u vaše objekte.

Prezentacija noviteta unutar destinacije

Kao pravi domaćin informirajte se o novitetima i ponudi vaše destinacije, gosti će doći i pitati Vaš za savjet ili preporuku. Bilo bi dobro da se informirate ili uspostavite suradnju sa lokalnim agencijama i obrtnicima koje nude usluge transfere, izleta, uz to nađite i kvalitetne turističke vodiče, te povežite svoje usluge i ponudu ostalih turističkih djelatnosti.

Ukoliko niste sigurni u ponudu, možete ih uputiti i na web stranice specijalizirane za destinaciju ili ostaviti im brošure, prospekte i na taj način olakšati gostu snalaženje u ponudi. Gosti koji po prvi puta dolaze, obično kreću od komercijalnih ponuda, nacionalnih parkova i poznatih turističkih lokaliteta, međutim oni koji nam se vraćaju, poželjeti će istraživati i saznati nešto više i takvi su prvenstveno zainteresirani za lokane običaje, nešto tradicionalno i manje komercijalno.

Možete ih uputiti na stranicu www.dalmatia.hr ili im jednostavno ostaviti brošure i mape koje su dostupne u vašim lokanim turističkim zajednicama, te letke za izlete i događaje.



Sinergija djelatnosti između iznajmljivača, agencije, malih obrtnika

Spajanjem turističkih djelatnosti kvalitetno se razvija cijela destinacija. Za vrijeme boravka gosta, od iznimne je važnosti shvatiti ulogu domaćina kao promotora svoje destinacije. Osigurajte si potrebnu suradnju i sa drugim djelatnostima koje gostima možete preporučiti i olakšati im snalaženje i korištenje usluga poput transfera, izleta, turističkih atrakcija, restorana, i sl. Važno je naglasiti kako bi bilo poželjno da ponudite provjerene usluge.

Gost dolazi sa očekivanjima i sve s čim se vraća su uspomene, pomognimo im da im uspomene budu nezaboravne.



PRIČANJE PRIČA = STORYTELLING

Cilj korištenja metode storytellinga u prezentaciji i interpretaciji kulturne baštine je prenijeti emotivan doživljaj za sva osjetila 'turista' pritom zadržavajući autentičnost.

BRENDIRANJE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA

Vaš smještaj isto tako može pričati svoju priču ili se poistovjetiti sa motivima lokacije na kojoj se nalazi. Unutar smještaja mi možemo prenijeti naše emocije i ljubav, ali u dodiru sa kulturnom baštinom nekog podneblja. Motivi mogu različiti i uvijek pođite od sebe, što bi ste vi voljeli naučiti i vidjeti prilikom odabira smještaja za sebe, za svog partnera ili svoju obitelj. Sve što vas izdvaja od konkurencije je za svaku pohvalu i naći će svoje targetirano tržište. Ne zaboravite fotografirati i koristiti društvene mreže za promociju svoga brenda.



Projekt Dalmacija Storytelling Destinacija nastoji obuhvatiti povijesne manifestacije i uprizorenja koja se odvijaju jednokratno ili sezonalno. Bazira se na pričanju priče o destinaciji, tradiciji i lokanim kulturno povijesnim činjenicama. Kroz interpreatore baštine, nove tehnologije i glumačke trupe gosti doživljavaju esenciju nekog povijesnog doba ili događaja. U svakom kutku naše županije, ispod svakog kamenčića, skriva se priča koju tek treba otkriti i prezentirati. Danas i domaćin u turizmu može biti dijelom ove priče, osmisлити ju i uvrstiti u ponudu svoje smještajne jedinice.



ŠTO NUDIMO GOSTU? DOŽIVLJAJ - EXPERIENCE

Ne zaboravite kako ste Vi najčešće prvi doticaj gosta sa destinacijom, stoga budite dobrim domaćinom u turizmu.

Edukacije i povezivanje domaćina u turizmu su ključevi uspjeha i jedini put ka brendiranju destinacije i smještajne ponude.

Informacije vezane za Hrvatsku udruhu obiteljskog smještaja za Splitsko-dalmatinsku županiju možete dobiti na slijedeći e mail:

huos.sdz@gmail.com







Tomislav Zović

- Vlasnik tvrtke za digitalni marketing
- Samostalno razvija poslovne aplikacije za turizam
- Voditelj internetskih oglasnih kampanja
- EFST, Aspira, Stručni suradnik

Google My Business je besplatni alat koji vam omogućuje da svoj smještaj predstavite kroz Google tražilicu i Google karte. Korisnici vas mogu pronaći, vidjeti što nudite i kontaktirati vas.

Google My Business je besplatan.

Google My Business dovodi nove kupce.

Google My Business nudi besplatnu web stranicu

Google My Business omogućava upravljanje recenzijama

Za početak kliknite na link <https://www.google.com/business/>

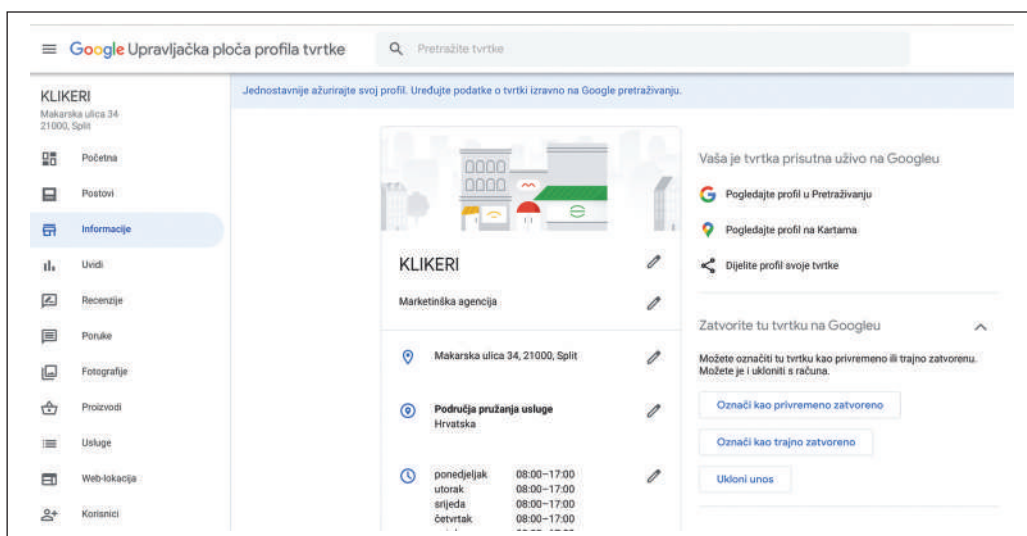


Izrada Google My Business profila

Postavljanje GMB korisničkog računa je vrlo jednostavno i nije Vam potrebno napredno tehničko predznanje kako bi kreirali svoj profil i počeli s korištenjem. Korisnički račun i postavljanje profila možete izvršiti u nekoliko koraka:

1. Prijavite se u Google Account koji želite povezati s vašim poslovanjem (ako ga nemate izradite novi račun).
2. Otvorite službenu web stranicu Google my business. Otiđite na https://www.google.com/intl/hr_hr/business/ i odaberite „Prijava“ (gornji desni kut).
3. Unesite ime Vašeg objekta.
4. Unesite adresu Vašeg objekta.
5. Odaberite kategoriju poslovanja. Za kategoriju odaberite Apartman, Hotel ili prenočište.
6. Objavite broj telefona, radno vrijeme i web stranicu.
7. Zadnji korak je verifikacija / potvrda korisničkog računa i vlasništvo

Google će zatražit od vas da potvrdite objekt kako biste provjerili jesu li podaci koje ste unijeli točni.



Verifikacija Google My Business profila

Potvrdom osiguravate točnost podataka o svojoj tvrtki na cijelom Googleu te time osiguravate da vaša tvrtka bude među onima koje korisnici smatraju uglednima. Verifikacija vas ujedno štiti od svih koji bi se mogli lažno predstavljati u vaše ime ili kao predstavnici vaše tvrtke. Dok ne dovršite potvrdu nećete moći uređivati podatke o tvrtki koji se prikazuju na Googleovim ponudama. Postoji nekoliko načina na koji možete verificirati vaš GMB profil.

Verifikacija putem dopisnice

Kako biste profil tvrtke potvrdili dopisnicom, unesite adresu na Google My Businessu, te ćete dobiti dopisnicu s kontrolnim kodom koja stiže u roku od 14 dana na vašu adresu. Prije nego li zatražite potvrdu profila dopisnicom, provjerite je li adresa u skladu sa smjernicama za unos adrese.

Nemojte uređivati naziv, adresu ni kategoriju, niti zahtijevati novi kod dok čekate dopisnicu s potvrdom.

Kako biste zatražili dopisnicu putem računala, slijedite ove korake :

1. Prijavite se na Google My Business.
2. Odaberite naziv koji želite potvrditi, a zatim kliknite Potvrdi odmah.
3. Na zaslonu za slanje zahtjeva za dopisnicu provjerite je li vaša adresa točna. Ako adresa nije točna, uredite je prije nego što zatražite dopisnicu. Možete dodati i Izorno ime kontakta kako biste osigurali da će dopisnica stići do vas.
4. Kliknite pošalji dopisnicu.
5. Provjerite je li dopisnica stigla. Većina dopisnica stigne u roku od 14 dana. Nemojte uređivati naziv, adresu ni kategoriju, niti zahtijevati novi kôd dok čekate. To može uzrokovati kašnjenje u postupku potvrde.

Kako biste unijeli kontrolni kod, učinite sljedeće:

1. Nakon što primite dopisnicu, prijavite se na Google My Business.
2. Ako imate više lokacija, otvorite onu kojom želite upravljati.
3. Na izborniku kliknite opciju Potvrdi lokaciju ili kliknite gumb Potvrdi odmah.
4. U polje Kod unesite peteroznamenasti kontrolni kod s dopisnice.
5. Kliknite Pošalji.

Ako ne primite dopisnicu, možete zatražiti novu.



Verifikacija preko telefona

Ako vaša tvrtka ispunjava uvjete za dobivanje kontrolnog koda telefonom, kad zatražite potvrdu prikazat će se opcija Potvrda telefonom.

Kako biste putem mobilne aplikacije potvrdili profil svoje tvrtke, slijedite ove korake:

1. Otvorite aplikaciju Google My Business.
2. Dotaknite Nazovite me odmah.
3. Unesite kod iz poruke.

Nakon što unesete svoj kod, podaci o vašoj tvrtki moći će se prikazivati u pretraživanju, na kartama i drugim Googleovim uslugama.

Verifikacija putem emaila

Ne mogu sve tvrtke potvrditi svoje profile emailom. Ako ne vidite tu opciju, pokušajte s drugom metodom potvrde. Prije nego pokušate izvršiti potvrdu profila tvrtke emailom provjerite možete li pristupiti email adresi prikazanoj na zaslonu za potvrdu. Ako možete ovo su koraci koje trebate odraditi.

1. Ako nakon izrade profila želite potvrditi tvrtku, otvorite Google My Business, odaberite tvrtku koju želite potvrditi i kliknite Potvrdi odmah.
2. Kliknite "E-pošta" na popisu opcija potvrde.
3. Provjerite svoju e-adresu.
4. Kliknite gumb Potvrdi u e-poruci za potvrdu. (Kôd iz e-poruke možete unijeti i na nadzornoj ploči Google My Businessa.)

Osoba koja potvrdi lokalnu tvrtku na Googleu, automatski postaje vlasnik stranice. Stranica može imati samo jednog vlasnika, ali vlasnik može pozvati 50 upravitelja ili upravitelja komunikacija koji mogu upravljati podacima tvrtke.

Google karte (Google maps) su najveća, najraširenija i najbrža virtualna zemljopisna karta svijeta. S preko 80 milijuna poslovnih lokacija, nevjerojatno detaljnim kartama te stalno evoluirajućim mogućnostima, google karte su postala nezaobilazni način traženja lokacija.

Strani turisti koji dolaze u Hrvatsku te koriste google karte na svojim pametnim telefonima imaju lokalizirane verzije jezika, što google kartama daje neusporedivu prednost pred bilo kojim sličnim aplikacijama interaktivnih karti. Korisnici se mogu prijaviti na lokaciju na kojoj se nalaze te tu informaciju podijeliti sa svojim prijateljima. Također, korisnici mogu pisati recenzije i preporučati drugima lokacije koje su posjetili.



Početna



Postovi



Informacije



Uvidi



Recenzije



Poruke



Fotografije



Proizvodi



Usluge



Web-lokacija



Korisnici

Kako izraditi Web-lokaciju

Najprije idite na nadzornu ploču Google My Businessa i prijavite se s istom e-poštom kao i ona koja posjeduje poslovni unos. Ako imate više od jednog unosa tvrtke na nadzornoj ploči, odaberite Upravljanje lokacijom. Ako ne vidite tu opciju za lokaciju, prijedite s prikaza popisa na prikaz kartice.

Korisnici Google My Businessa na razini vlasnika ili upravitelja (ali ne i upravitelja komunikacija) imaju mogućnost pristupa i uređivanja alata za izgradnju web-lokacije unutar GMB nadzorne ploče.

Opcija za ulazak na web stranicu nalazi se na lijevom izborniku.

Ispod glavne navigacijske trake GMB-a vidjet ćete URL na kojem će vaša web stranica biti objavljena. Google automatski kreira ovo ime za vas, na temelju naziva vaše tvrtke. Pored naziva nalazi se olovka koja vam omogućuje promjenu URL-a. Sve GMB web stranice završavaju na .business.site.

Neposredno ispod toga vidjet ćete Google koji nudi naziv domene koji možete odabrati.

Ovo je jednostavna web stranica na jednoj stranici, dizajnirana da bude brza, lagana i brza. Dizajniran je za mobilne uređaje, od kraja do kraja. Većina mobilnih korisnika gleda samo jednu stranicu na web mjestu.

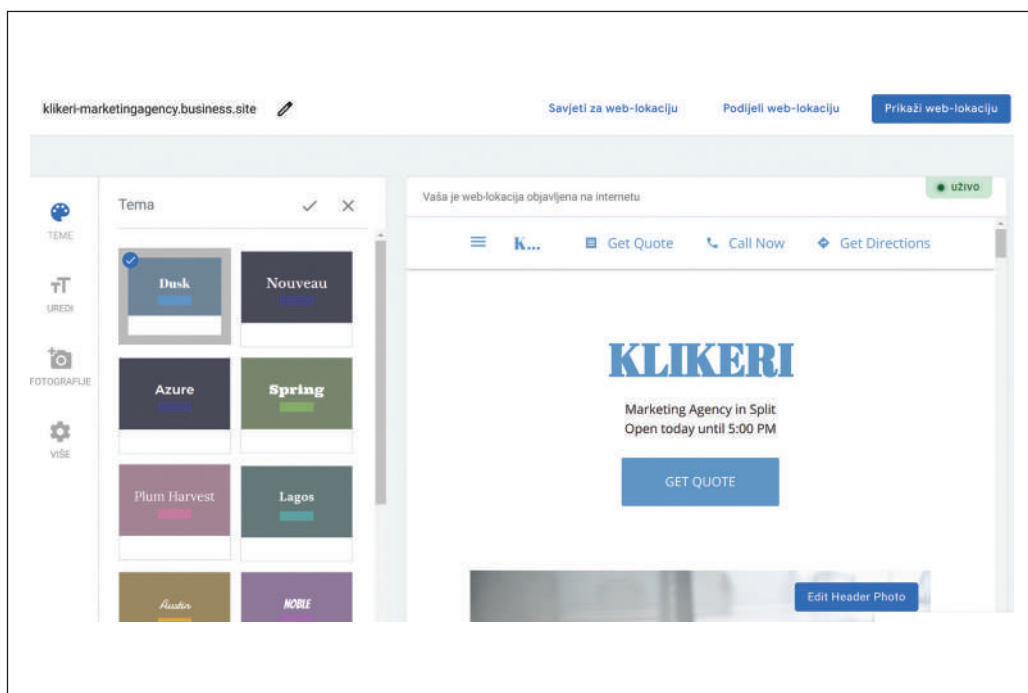
Prvi korak je odabir cjelokupnog izgleda stranice – teme.

Odaberite temu.

Google nudi mali izbor tema stranica. Sama tema se može mijenjati. Međutim, postavke za temu (font, veličina fonta, shema boja) ne mogu se mijenjati.

“Gumb” koji vidite na minijaturi teme boja je gumba koji ćete vidjeti iznad natpisa glavne naslovnice.

Vrlo važno: Za spremanje onoga što radite u svakom odjeljku, kliknite na malu kvačicu na vrhu pored naziva odjeljka. Križ je, naravno, poništiti sve upravo napravljene promjene koje već nisu spremljene.



Uredite sadržaj

Web stranica je podijeljena na zone sadržaja i ovisi o tome koliko dobro popunite GMB profil. To uključuje:

Navigaciju – Krećite se zonama stranice plus dvije ili tri ključne radnje

Zaglavlje - Poziv na akciju, Naslov, kratki opis, zaglavlje sažetka, dugi opis

Slika banera – prenesite svoju

Novosti – preuzeto iz Google postova u GMB-u

Recenzije – preuzeta iz vaših Google recenzija

O nama – sadržaj web stranice koju kreirate

Galerija – fotografije iz GMB-a

Kontakt – karta s kontaktom, adresom i radnim vremenom iz GMB-a

Svaka od ovih zona ima svoju vezu “unutar stranice”, što znači da ljudi mogu koristiti izbornik hamburgera (3 vodoravne crte u gornjem lijevom kutu) kako bi išli ravno na svaki odjeljak.

Gumb poziva na akciju na web stranici GBM-a

Možete odlučite o glavnoj radnji koju želite da ljudi poduzmu. nazvati te? Dobiti citat? Poslati e-mail? Dajući ljudima samo jednu glavnu stvar, kupcima je lakše i brže da započnu odnos s vama. Ovisno o vašoj vrsti poslovanja, Google će ponuditi izbor opcija (bez određenog redoslijeda).

Nazovi odmah (nazovi) – ovo je zadana opcija i unaprijed se popunjava primarnim brojem na vašem unosu.

Kontaktirajte nas (e-pošta) – ovo pruža obrazac za popunjavanje i šalje sljedeće informacije na račune vlasnika unosa:

Ime,

Telefonski broj – ne preuzima ga automatski s uređaja koji možda koriste,

E-pošta – obavlja ograničenu količinu provjere valjanog formata adrese e-pošte,

Kako vam možemo pomoći? – unos teksta u slobodnom formatu do 1000 znakova.

Dobijte ponudu (e-pošta) – ista funkcija kao i Kontaktirajte nas, s malo drugačijim savjetima za poruke za odjeljak Kako vam možemo pomoći.

Dobijte upute – daje upute za vašu tvrtku pomoću Google karata.

Pošaljite nam poruku (SMS) – Ovisno o uređaju, posjetiteljima će biti predstavljena njihova aplikacija za razmjenu sms poruka, hangouts, messenger i eventualno drugi. Google također podsjeća ljude da se mogu primijeniti naknade mobilnog operatera. Napomena: ovo vas ne uključuje automatski u Googleovu uslugu razmjene poruka za koju se možete uključiti za ploču znanja.

Pošaljite nam poruku (WhatsApp) – pokreće WhatsApp na mobitelima. Na stolnim računalima pokreće web stranicu koja vas u konačnici usmjerava na aplikaciju za vaš telefon. Uzmite u obzir svoju publiku ako odaberete ovu opciju.

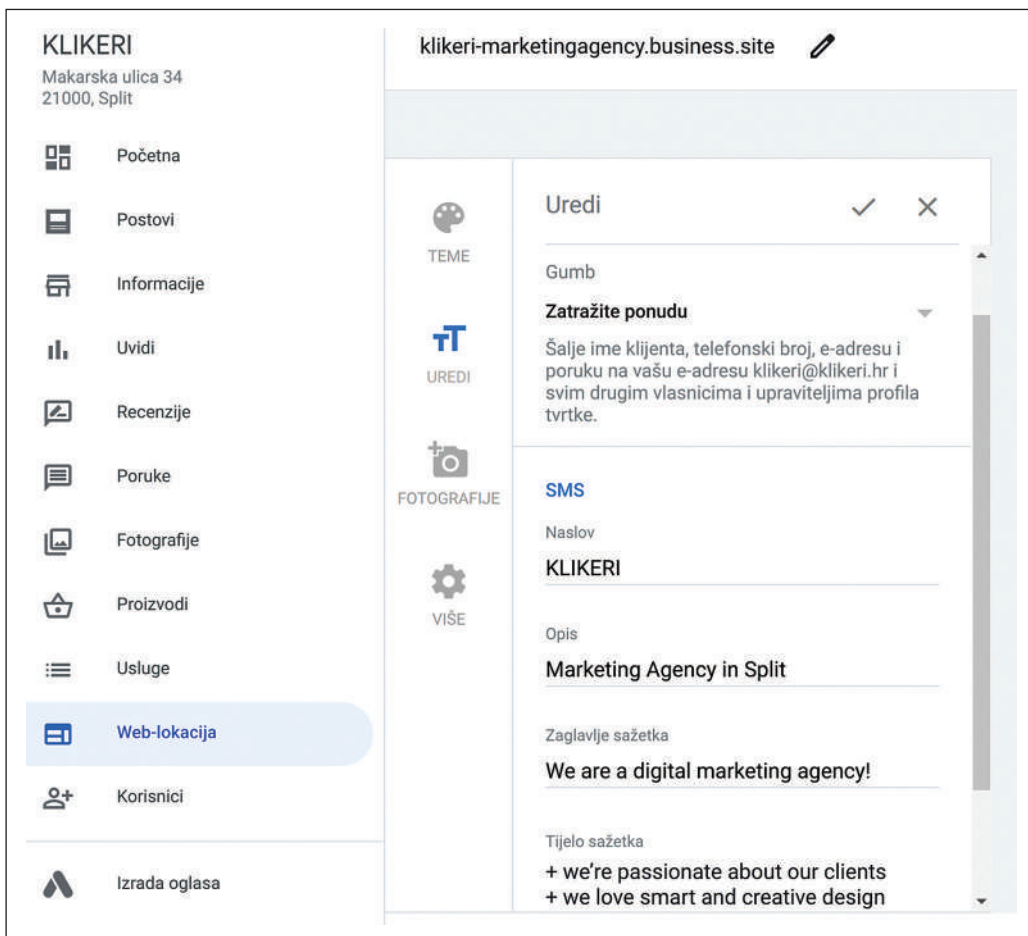
Pronađi tablicu (URL) – unesite web-adresu na koju će ljudi izvršiti rezervacije.

Prikaz izbornika (URL) – unesite web adresu za svoj izbornik.

Naručite (URL) – unesite web-adresu na koju će ljudi moći rezervirati online.

Zakažite termin (URL) – unesite web-adresu za zakazivanje termina

Google prema zadanim postavkama postavlja web-mjesta na "Zatraži ponudu", što je jedna od opcija koja se ne preporučuje. Ne zaboravite provjeriti svoju web-lokaciju je li već objavljena ili promijenite ovu postavku prilikom izrade web-lokacije.



Ispričajte svoju priču

Naslov

Maksimalna duljina: 80 znakova

Ovo možete promijeniti u naslov koji privuče pozornost. Preporučujem da to učinite jer Google također automatski dodaje naziv vaše tvrtke u gornji lijevi kut objavljenе stranice.

Iz tehničke perspektive, ovo je "H1" - što ga čini najvažnijim tekstom na stranici. Nemojte ovo puniti ključnim riječima, ali potrudite se uključiti neke riječi ili izraze koji govore o čemu se radi u vašem poslovanju.

Opis

Maksimalna duljina: 140 znakova

Prikazuje se u: zaglavlju

Ovo se automatski dodaje prema zadanim postavkama vaše poslovne kategorije (iz vaših GMB podataka) i standardno je formatiranje teksta.



Zaglavlje sažetka

Maksimalna duljina: 40 znakova

Prikazuje se u: Glavni sadržaj

Ovo se prikazuje ispod slike bannera na stranici i predstavlja uvod u vaš puni opis.

Iz tehničke perspektive, ovo je "H2" - što ga čini drugim najvažnijim tekstom na stranici. Opet, nemojte ovo puniti ključnim riječima, već se potrudite uključiti neke riječi ili izraze koji govore o čemu se radi u vašem poslovanju.

Opis

Odjeljak opisa GMB alata za izradu web stranica s primjerima oblikovanja

Maksimalna duljina: nepoznata

Prikazuje se u: Glavni sadržaj

Ovdje imate najviše slobode. Možete napraviti osnovni obogaćeni tekst i dodati veze. Toplo vam preporučam da to učinite! Ideje za linkove:

Ključne stranice vaše web stranice (ako imate drugu web-lokaciju),

Sustav online rezervacija ili jelovnik,

Vaš obrazac za pretplatu newslettera-a

Platforme društvenih medija na kojima ste aktivni,

Poveznice do vaših recenzija s drugih platformi

Savjeti za sadržaj

Na gornjoj slici ćete vidjeti da sam pokušao pronaći maksimalni broj znakova. Budite stvarni s ovim. Samo zato što možete dodati 13.000 znakova, ne znači da biste trebali. Koliko bi to bila čudovišna stranica da bi netko pokušao pročitati?!

Baš kao i na "normalnim" web stranicama, sadržaj riječi na ovoj stranici trebao bi biti jedinstven. Ovo je prava web stranica, što znači da se natječe sa svim drugim web stranicama u divljini.

Ako koristite uslugu e-pošte kao što je Mailchimp, možete koristiti tekstualnu vezu u obrascu za prijavu. Neke od ovih usluga također daju QR kodove za poveznice na obrazac koji možete dodati kao sliku.

Dodajte kratak sažetak svojih poslovnih atributa koji bi mogli biti zanimljivi posjetiteljima vaše stranice.

Dodajte svoje akcije ili posebne ponude.

Dodavanje poveznica na druge web stranice / oglase – ovo funkcionira kao i svaka druga web stranica. Ne morate napisati cijeli URL (npr. "https://www.domain.com/page/"). Jednostavno ga dodajte u običnom tekstu i upotrijebite ikonu veze za dodavanje veze.

Kada postavljate veze na vlastitu web stranicu, koristite Googleov alat za izradu URL-ova kampanje za praćenje u Analyticsu.

Iz tehničke perspektive, ne možete ugraditi javascript u ovo ili se prebaciti na HTML prikaz za uređivanje.

Fotografije

Maksimalan broj slika: 9

Prikazuje se u: Foto galerija

Opcija fotografija na izborniku

Ovdje možete DODATI slike koje želite dodati u odjeljak fotografija koji dolazi nakon vašeg opisa.

Službena dokumentacija navodi samo jpg i png datoteke, ali sam uspješno prenio i PDF.

Google povlači ove slike iz vašeg odjeljka fotografija na GMB-u. Oni se dodaju na stranicu redosljedom kojim dolaze; oni se ovdje ne mogu ponovno sortirati.

Ako još nemate nijednu sliku, Google ubacuje prijedlog "Dodajte fotografije, slike jelovnika i druge slike kako biste ispričali priču o svom poslovanju."

Iako se slažem s konceptom slike vašeg jelovnika ako ste kafić ili restoran, ne zaboravite je održavati. Ove fotografije idu u vaše foto područje vašeg GMB unosa. Ako promijenite svoj jelovnik sezonski i jednostavno učitate novi jelovnik, stari jelovnici će ostati tamo kao fotografije. To može izazvati zbunjenost i nezadovoljne kupce. Osigurati svoju najbolju prezentaciju znači ući u fotografije i izbrisati zastarjele.

Odjeljak fotografija je mjesto na koje idete ako stavite sliku i želite je ukloniti. Da – morate napustiti program za izradu web stranica. Spremite svoju web stranicu, idite gore do izbornika hamburgera na vrhu i odaberite fotografije s lijevog bočnog izbornika. Tamo možete izbrisati slike.

Slika banera

Prema zadanim postavkama, Website Builder stavlja generičku sliku ako ne pronađe nešto u vašoj postojećoj kolekciji fotografija za što misli da je prikladno.

Ako ne date sliku banera, Google će je umetnuti kao zadanu na temelju kategorije vaših unosa kada izradite web stranicu.

Ako dodate svoju sliku, Google će je prikazati kao 1080×608, stoga radite na omjeru slike 16:9. Nemate priliku izrezati ili centrirati sliku. Čini se da Google odgovara slici toj veličini, poravnavajući vašu sliku na dnu. To znači da će vrh fotografije biti usitnjen ako je prevelik.

Slike idu u vašu GMB biblioteku fotografija. Kao i kod ostalih fotografija, možete dodati samo ovdje. Slike koje se ovdje dodaju mogu se vidjeti u zbirci fotografija GMB-a ili u gornjem desnom kutu ploče znanja "pogledajte fotografije".

Također, naslovna fotografija ovdje može ići u ploču znanja. Dobro razmislite što odaberete za sliku. U idealnom slučaju, trebao bi odražavati ono što radite ili prodajete.

Ovisno o uređaju, slika banera može se prikazati iznad ili ispod teksta zaglavlja, opisa i akcijskog gumba. Općenito na mobitelima slika je iznad; na stolnom računaru i tabletu je ispod.

Recenzije

Google iz vašeg glavnog unosa izvlači 3 nasumične recenzije kupaca. Ovo nije odjeljak kojim možete kontrolirati.

"Napišite recenziju" i "pročitajte više" odvođe vas s web-mjesta i na prikaz ploče znanja vašeg unosa.

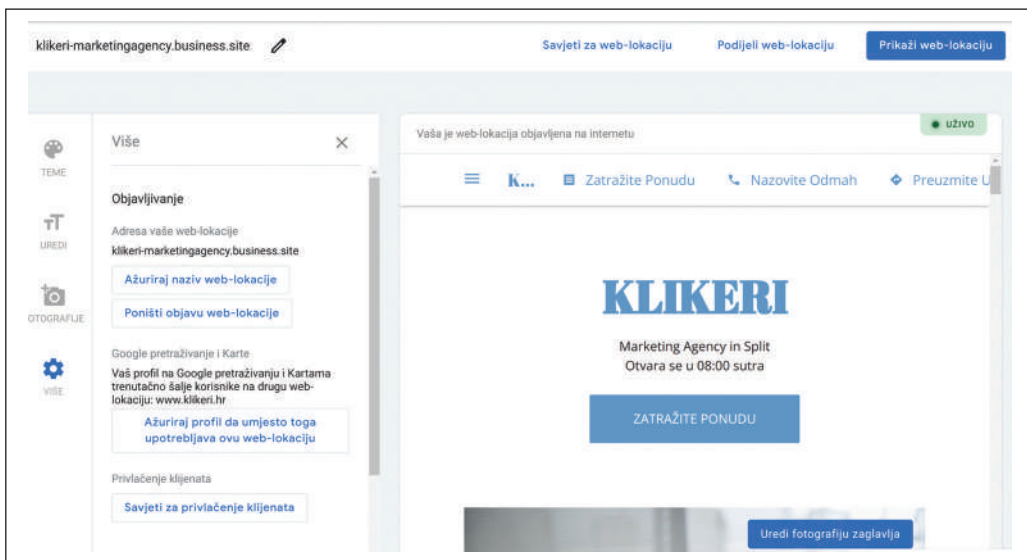
Galerija

Google izvlači 9 nasumičnih fotografija ili videozapisa s vašeg GMB popisa i postavlja ih u mrežu 3×3.

Slike se mogu kliknuti i odvođe ljude na vaš unos na kartama.

Objavimo!

U ovoj fazi sve što ste učinili ostaje privatno. Ovo je zgodno ako počnete sastavljati stranicu, a vrijeme je za večeru.



U gornjem desnom dijelu zaslona nalazi se veliki plavi gumb “objavi”. Pritisnite ga i vaša stranica će biti aktivna. Prema zadanim postavkama, Google izrađuje web adresu (URL) na temelju naziva vaše tvrtke. Možete ga promijeniti, ali birajte mudro. Google ima određene zaštite imena kako bi spriječio probleme s autorskim pravima i slično.

Zadani URL koji će Google koristiti je naziv vaše tvrtke nakon kojeg slijedi .business.site. Ako naziv vaše tvrtke ima više riječi, Google umeće crticu između riječi.

Ovo je besplatna domena, samo za vas. Nema opcije za e-poštu ili bilo koje druge značajke.

U skočnom prozoru s čestitkama vidjet ćete zadanu web-adresu stranice. Ako ga želite promijeniti, pored naziva domene nalazi se olovka tako da se može uređivati tada i tamo.

Vaša se web-lokacija automatski ažurira svaki put kada promijenite podatke o tvrtki na unosu na Google My Businessu. To uključuje postove, usluge, fotografije i opće poslovne informacije.

Međutim, Google pruža pojednostavljenu snimku kako biste vidjeli izvedbu vaše stranice.

Statistika uspješnosti web-mjesta Google My Business

Statistike koje ćete vidjeti uključuju:

Broj posjetitelja

Broj pogleda

Broj telefonskih poziva

Broj zahtjeva za upute



KAKO POKRENUTI OGLASE NA FACEBOOK-U I INSTAGRAM-U

Uvod

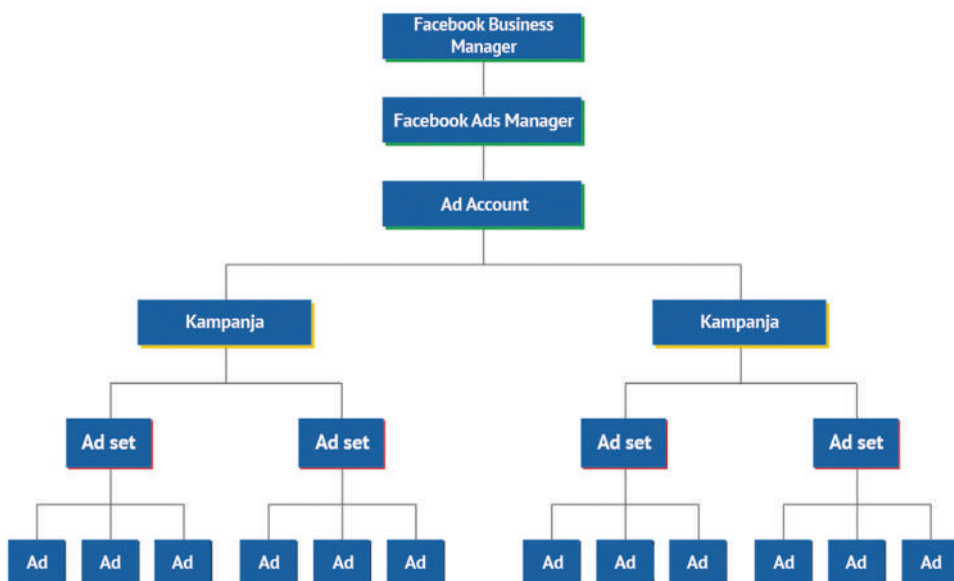
Za početak, morate imati Facebook stranicu. Preporučujem da za postavljanje oglasa na Facebooku i Instagramu koristite računalno, a ne mobitel, jer ćete imati puno bolji pregled i više dostupnih mogućnosti.

Facebook oglasi pružaju mogućnost ciljanog marketinga. Facebook oglasi se prikazuju na profilima korisnika, grupama ili fan stranicama. Ovakva vrsta marketinga pruža mogućnost oglašavanja određenim skupinama korisnika (precizno ciljanje interesa korisnika) prema lokaciji, dobi, spolu, obrazovanju. Uz to postoji puno više opcija oko same demografije korisnika koji će vidjeti reklamu od kojih će iznajmljivači imati posebno veliku korist. Iako bi bilo dobro da i ovdje napravite nekoliko verzija oglasa kojeg ćete gurati posebnim interesima i demografijama to nije nužno i zbog toga vaš oglas može biti brzo i jednostavno spreman za distribuciju.

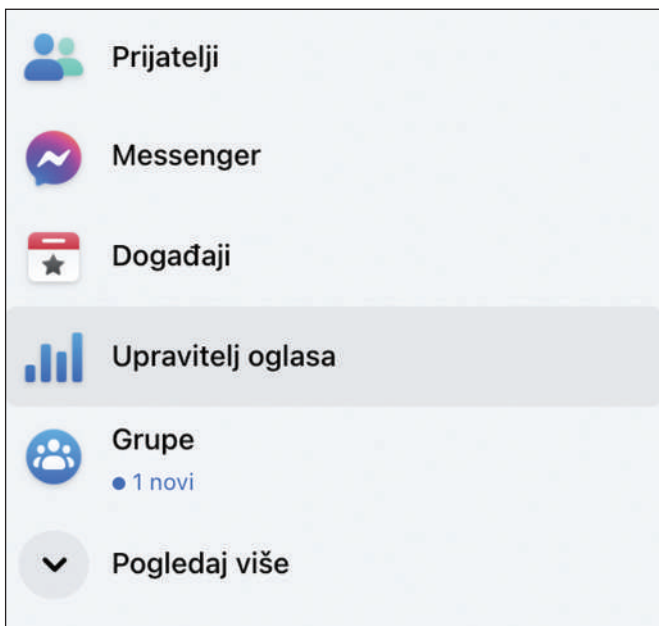
Npr. Vašu fb stranicu lajkali su stari gosti, te sada vi putem facebook oglasa promovirate posebnu ponudu svim starim gostima ali i svim njihovim prijateljima iz recimo Slovenije. Sa ovako ciljanim oglašavanjem, možete postići dobre prodajne rezultate uz minimalna ulaganja.

Ovaj vodič će se fokusirati na izradu oglasa kroz takozvani Facebook Ads Manager, ili Upravitelj oglasa, sučelje za izradu oglasa na Facebooku i Instagramu. Kroz Ads manager možete napraviti različite vrste oglasa, koji ne moraju nužno biti već postojeće objave na vašoj stranici.

Facebook Ads hijerarhija



Logirajte se u vaš osobni Facebook profil. U izborniku s lijeve strane, ispod vaše profilne slike, nalaze se razne ikonice. Kliknite na "prikaži više" i pronađite ikonicu "Upravitelj oglasa", kao na fotografiji.



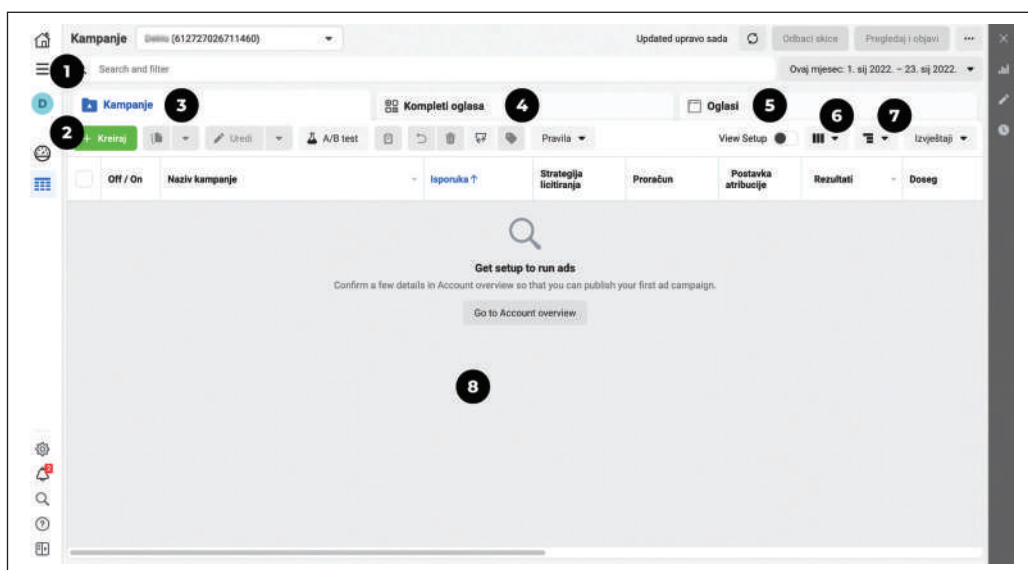
Započnite s Ads Managerom

Drugi način je izravni pristup putem linka <https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager>

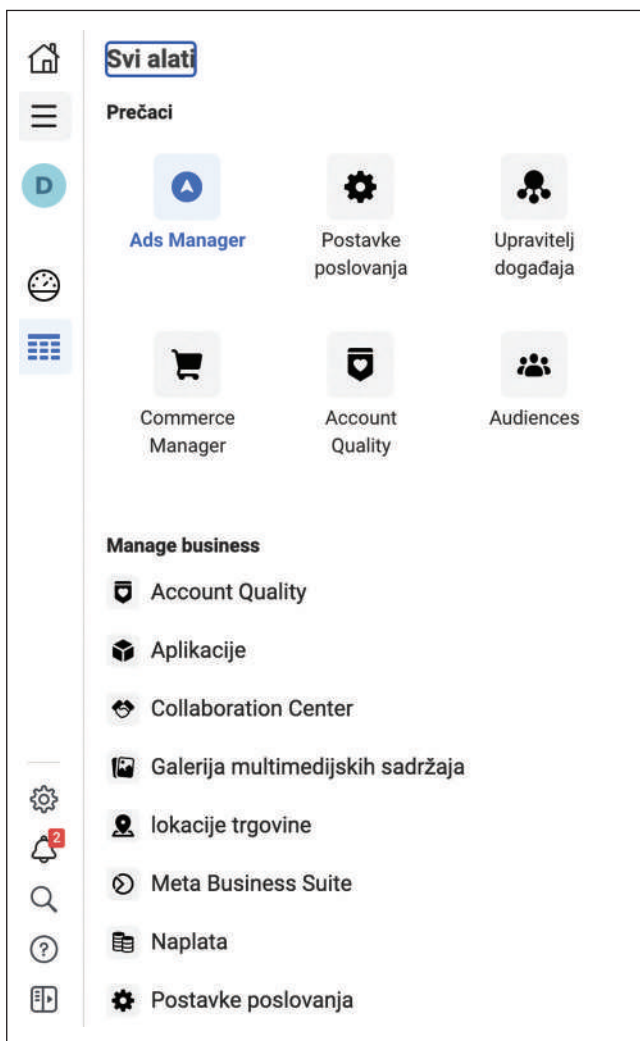
Kad prvi put pristupate Ads Manageru, trebat ćete ispuniti podatke o naplati i načinu plaćanja.

Odaberite cilj oglašavanja

Ako ste uspješno otvorili vaš Ad Account, trebali biste vidjeti vašu upravljačku ploču kao na slici ispod.



1. Glavni navigacijski izbornik: kliknite ikonu točkica za navigaciju do drugih alata kao što su Business Manager ili Publika.



2. Izradite nove oglasne kampanje: kliknite ovdje za izradu novih oglasnih kampanja.

3. Prikaz kampanja: Ovaj prikaz će vam dati informacije o svim vašim Facebook kampanjama nakon što ih počnete izvoditi.

4. Prikaz skupa (kompleta) oglasa: ovaj prikaz će vam dati informacije o svakom od vaših skupova oglasa kako biste ih mogli usporediti.

5. Prikaz oglasa: Ovaj prikaz će vam dati informacije o svakom oglasu koji prikazujete.

6. Stupci: uključite različite stupce na ovoj padajućoj traci da biste prikazali različite mjerne podatke o vašim kampanjama, skupovima oglasa ili oglasima.



- Učinak (Default)
- Postavljanje
- Dostava
- Sudjelovanje
- Angažman videozapisa
- Angažman aplikacije
- Angažman vrtuljka
- Rezultati i klikovi
- Na više uređaja
- Izvanmrežni razgovori
- Ciljanje i stvaralaštvo
- Licitiranje i optimizacija
- Angažiranost odgovaranja na poruke
- Digital Circular
- Korisnički definirano Spremi

[Customize Columns...](#)

7. Raščlamba kampanje: Raščlamba vam omogućuje filtriranje rezultata prema vremenu, isporuci ili radnji (akciji)

8 .Podatkovno polje: kada počnete izrađivati oglasne kampanje, ovo je područje u kojem će se prikazivati svi vaši podaci.

Sada kad imate osnovno razumijevanje navigacije Ads Managerom, vrijeme je za zabavni dio – našu prvu kampanju!

Za pokretanje kampanje, kliknite na zelenu tipku kreiraj, i otvorit će vam se ovakav prozor:

Choose a Campaign Objective

[Saznajite više](#)

Svjesnost	Razmatranje	Conversion
<input type="radio"/> Prepoznavanje robne marke	<input type="radio"/> Promet	<input type="radio"/> Konverzije
<input type="radio"/> Doseg	<input type="radio"/> Angažman	<input type="radio"/> Catalog sales
	<input type="radio"/> Instalacije aplikacije	<input type="radio"/> Promet u trgovini
	<input type="radio"/> Prikazi videozapisa	
	<input type="radio"/> Generiranje potencijalnih klijenata	
	<input type="radio"/> Poruke	

To je prvi korak u kreiranju kampanje, odabiranje cilja. Odabir pravog cilja vaša je prva važna odluka pri izradi oglasne kampanje. Ako niste sigurni koji je cilj pravi za vas, evo kratke analize vaših izbora:

Facebook trenutno nudi 11 različitih ciljeva, a koji ćete odabrati ovisi naravno o tome što želite postići oglašavanjem na Facebooku i Instagramu.

Prepoznavanje robne marke: Predstavite svoj brend ispred očiju ljudi i izgradite svijest o tome što prodajete ili radite.

Doseg: postavite svoj oglas pred što više ljudi kako biste generirali buzz.

Promet: upotrijebite oglase kako biste ljude usmjerili s Facebooka na svoju web stranicu.

Angažman: Potaknite ljude na interakciju s vašom robnom markom na mreži tako što ćete ih potaknuti da komentiraju, lajkaju ili podijele

Instalacije aplikacije: neka vaši oglasi šalju ljude u trgovinu aplikacija gdje mogu preuzeti vašu aplikaciju.

Prikazi videozapisa: povećajte promet na svojim Facebook videozapisima, ciljajući ljude s najboljim izgledima za gledanje vašeg sadržaja.

Generiranje potencijalnih klijenata: Koristite obrasce za generiranje potencijalnih klijenata na Facebooku koje možete naknadno pratiti.

Poruke: koristite oglase prikazane na Messengeru, WhatsAppu ili Instagram Directu za povezivanje s novim korisnicima.

Konverzije: potaknite ljude da poduzmu sljedeći korak s vašim proizvodom, bez obzira radi li se o pokretanju besplatne probe ili kupnji.

Kataloška prodaja: Pokažite robu svoje online trgovine oglasima koji potiču pregledavanje i kupnju.

Promet u trgovini: ciljajte lokalno stanovništvo i dovedite ih do vaše stvarne fizičke trgovine.

Ako ste početnik i prvi put radite oglas na ovaj način, preporučam da odaberete neku od opcija Angažman, Promet, ili Prikazi videozapisa ako imate dobar promo video svog turističkog objekta.

Iskusniji oglašivači često koriste cilj Konverzije, jer tako optimiziraju kampanje za konkretan cilj koji se događa na njihovoj web stranici – npr. kupovinu, registraciju ili poslan upit.

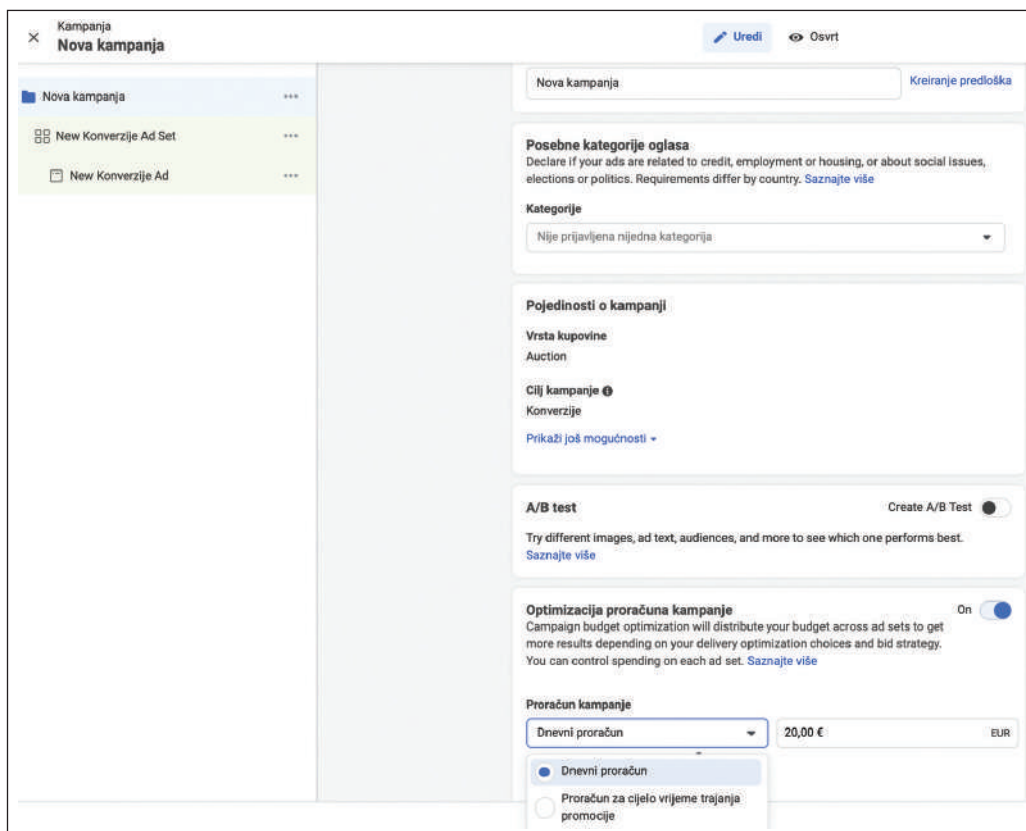
Odaberite ime za kampanju

U ovom koraku, upisujete ime kampanje. Preporuka je da kampanje nazivate sustavno, tako da se kasnije, kad budete imali više kampanja, možete lakše snaći.

Moj prijedlog:

[godina-mjesec-dan] Naziv cilja - dodatni komentar koji vam kasnije može olakšati uvid u vaše oglašavanje (npr. target zemlja)

[2022-01-23] Conversions - UK



Odredite budžet i trajanje kampanje

Ovdje je preporuka za početnike uključiti Optimizaciju proračuna kampanje. (CBO) Facebook optimizira raspodjelu proračuna vaše kampanje kroz skupove oglasa unutar te kampanje kako bi pronašao najučinkovitije komplete (skupove) oglasa.

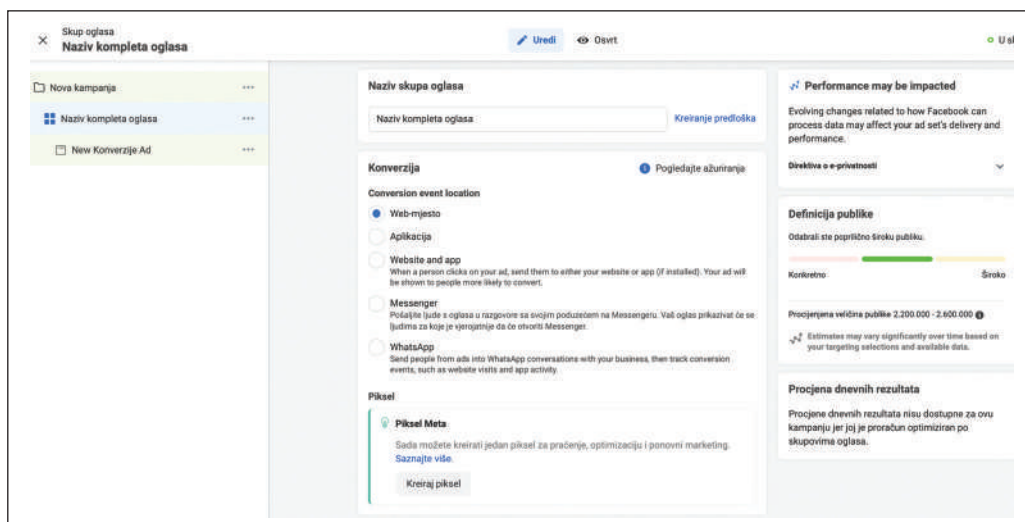
Pod proračun možete odabrati:

Dnevni proračun: iznos koji planirate trošiti dnevno, sve dok traje promocija

Proračun za cijelo vrijeme trajanja promocije: iznos koji planirate potrošiti sveukupno, u određenom vremenskom periodu kojeg odaberete

Ako odaberete potonju opciju bit će te u mogućnosti u sljedećem koraku definirati kad želite da sve vaši oglasi prikazuju (koje dane i u koje doba dana) i na ovaj način možete izbjeći prikazivanje oglasa recimo u neke sitne noćne sate kada je broj korisnika na FB i IG-u znatno manji.

Kliknite dalje, i doći ćete do uređivanja takozvanog kompleta (skupa) oglasa.



Ako ste se odlučili za OCB tip kampanje (Optimizacija proračuna kampanje) onda na ovom mjestu samo definirate raspored tj. Datum početka i kraja kampanje.

Proračun i raspored

Raspored ⓘ

Datum početka

23.1.2022 🕒 21:14
Lokalno vrijeme Zagreb

Kraj - Nije obavezno

Set an end date

dd.mm.gggg 🕒 h:mii
Lokalno vrijeme Zagreb

U slučaju da niste odabrali Optimizaciju proračuna kampanje na ovom mjestu bi pored rasporeda definirali i budžet za određeni komplet (skup) oglasa i imali bi ovakav prikaz:

Proračun i raspored

Proračun ⓘ

Dnevni proračun ▼

20,00 €

EUR

Actual amount spent daily may vary. ⓘ

Raspored ⓘ

Datum početka

23.1.2022

🕒 21:14

Lokalno vrijeme Zagreb

Kraj · Nije obavezno

Set an end date

Odaberite publiku

Ovo je jedan od najvažnijih koraka u kreiranju uspješne kampanje.

Ako imate odličan oglas, a oglašavate se krivoj publici, jednostavno neće biti rezultata. Naravno, nemojte očekivati da ćete ubosti "iz prve". Za pronaći idealnu publiku potrebno je malo testiranja i ekperimentiranja. Zato pokušajte koristiti što više mogućnosti koje pruža Ads Manager, a koje nisu dostupne kad samo boostate post sa svoje stranice.

Publika

Definirajte kome želite prikazivati svoje oglase. Saznajte više

Kreirajte novu publiku

Use Saved Audience ▼

Prilagođene publike

Kreiraj novo ▼

🔍 Pretražite postojeće publike

Izuzmi

Lokacije

Mjesto:

• Hrvatska

Dob

18 - 65+

Spol

All genders

Detaljno ciljanje

Include people who match ⓘ

🔍 Dodajte demografske podatke, interese ili ponašanja

Prijedlozi Pregledaj

Nemoj dodati

Jezici

Svi jezici

Prikaži još mogućnosti ▼

Spremi publiku

Lokacije

Možete izabrati više opcija, ovisno koga ciljate:

Lokacije

Ljudi koji žive na ovoj lokaciji ili su je nedavno posjetili

- Ljudi koji žive na ovoj lokaciji ili su je nedavno posjetili**
Osobe koje stanuju u odabranom području ili je to područje njihova zadnja lokacija
- Osobe koje žive na ovoj lokaciji**
Osobe koje stanuju u odabranom području.
- Osobe koje su nedavno bile na toj lokaciji**
Osobe čija je zadnja lokacija unutar odabranog područja.
- Osobe koje putuju na tu lokaciju**
Osobe čija je zadnja lokacija unutar odabranog područja, ali žive više od 125 mi / 200 km dalje.

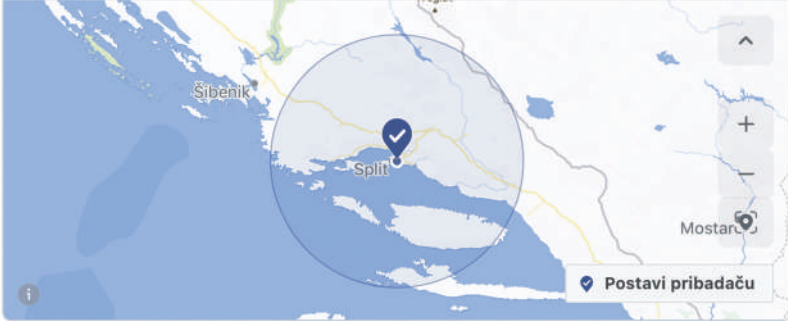
Npr. ako ciljate turiste u svom gradu, odaberite Osobe koje su nedavno bile na toj lokaciji odnosno People recently in this location. Nakon toga, izaberite mjesto, grad, pokrajinu, državu koju želite ciljati, ili kliknite na postavi pribadaču pa izaberite radijus po želji.

Osobe koje su nedavno bile na toj lokaciji

Hrvatska

Split, Croatia, Split-Dalmatia County Grad + 40 km

Obuhvati Pretraži lokacije Pregledaj



Postavi pribadaču

Skupno dodajte lokacije

Dob
18 - 65+

Spol
All genders

Detaljno ciljanje

Kad odaberete dob i spol, doći ćete do opcije detaljno ciljanje.

Detaljno ciljanje

Include people who match ⓘ

Demografski podaci > Veza > Ljubavni status

- U braku
- U nevjencanom braku
- U vezi
- Zaručen
- Životno partnerstvo

Q Dodajte demografske podatke, interese ili ponašanja Prijedlozi Pregledaj

I također mora odgovarati sljedećem: X

Interesi > Dodatni interesi

- Expensive Taste
- First class travel
- High-net-worth individual
- Luxury
- Luxury Lifestyle

Q Dodajte demografske podatke, interese ili ponašanja Prijedlozi Pregledaj

I također mora odgovarati sljedećem: X

Interesi > Dodatni interesi

- Dubrovnik
- Hrvatska

Ovdje možete uključiti, ali i isključiti određeni segment publike po demografskim podacima, interesima ili ponašanju. Npr. ako imate luksuzni apartman u Dubrovniku za dvoje i želite privući goste iz Velike Britanije onda u ovom primjeru na slici prvo smo odabarli sve one koji su u nekoj vrsti veze, braka ili zaručeni pa smo onda taj izbor suzili sa onima koji vole luksuz i na kraju smo još izbor publike suzili na one koji su ikad iskazali interes za Dubrovnik ili Hrvatsku.

Odaberite pozicije oglasa

Ovdje možete odabrati uređaje i platforme na kojima će se prikazivati vaš oglas.

Pozicije Saznajte više

Automatske pozicije (preporučeno)
Use automatic placements to maximize your budget and help show your ads to more ljudi. Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best.

Ručno odabrane pozicije
Manually choose the places to show your ad. The more placements you select, the more opportunities you'll have to reach your target audience and achieve your business goals.

Uređaji

All devices (recommended) ▼

Platforme

<input checked="" type="checkbox"/> Facebook	<input checked="" type="checkbox"/> Instagram
<input checked="" type="checkbox"/> Audience Network	<input checked="" type="checkbox"/> Messenger

Ako odaberete opciju Automatske pozicije, Facebook će prikazivati vaš oglas na svim raspoloživim platformama, pa čak i unutar nekih vanjskih aplikacija i web stranica s kojima je povezan. Moja preporuka je ako tek krećete s oglašavanjem da odaberete Automatske pozicije.

Odaberete li opciju Ručno odabrane pozicije, imat ćete bolji uvid i kontrolu u to gdje se sve vaš oglas može prikazati. Nakon što ste definirali svoju publiku, kliknite dalje. Vrijeme je da konačno napravimo sami oglas.

Više o samim pozicijama doznajte na ovom linku:

<https://www.facebook.com/business/help/407108559393196>

Izrada oglasa

Na redu je najzabavniji dio, a to je kreiranje samog oglasa.

Prvo, provjerite je li odabrana prava Facebook stranica, i s njom povezana Instagram stranica ako je imate.

Kampanja
Nova kampanja

Uredi Osvrt

Nova kampanja Kreiranje predloška

Posebne kategorije oglasa
Declare if your ads are related to credit, employment or housing, or about social issues, elections or politics. Requirements differ by country. [Saznajte više](#)

Kategorije
Nije prijavljena nijedna kategorija

Pojediniosti o kampanji

Vrsta kupovine
Auction

Cilj kampanje
Konverzije
[Prikaži još mogućnosti](#)

A/B test Create A/B Test
Try different images, ad text, audiences, and more to see which one performs best. [Saznajte više](#)

Optimizacija proračuna kampanje On
Campaign budget optimization will distribute your budget across ad sets to get more results depending on your delivery optimization choices and bid strategy. You can control spending on each ad set. [Saznajte više](#)

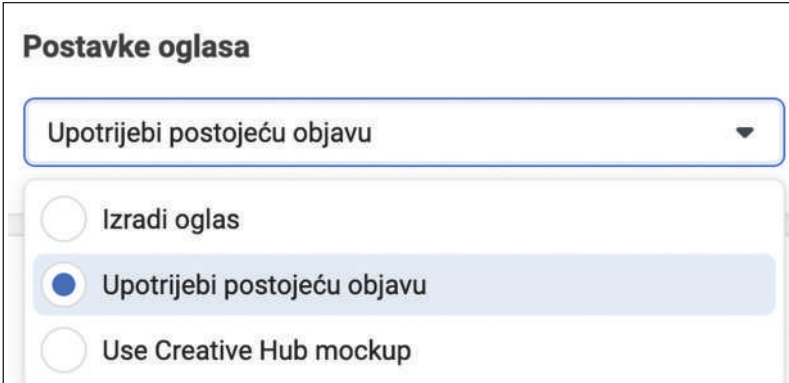
Proračun kampanje
Dnevni proračun 20,00 € EUR
 Dnevni proračun
 Proračun za cijelo vrijeme trajanja promocije

Ako je nemate ostavite Use selected Page:

Korisnički račun za Instagram

Use selected Page ili Poveži korisnički račun

Ako već imate objavu na stranici koju želite promovirati, onda je ostatak posla vrlo lagan: Pod Ad setup odaberite Upotrijebi postojeću objavu i jednostavno izaberite onu koju želite promovirati.



Postavke oglasa

Upotrijebi postojeću objavu ▼

Izradi oglas

Upotrijebi postojeću objavu

Use Creative Hub mockup

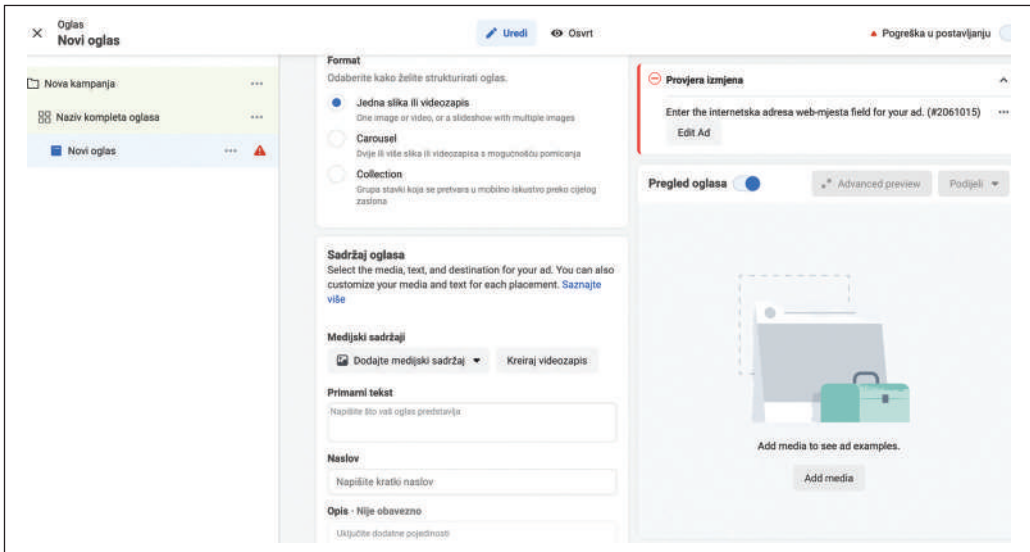
Ako želite napraviti potpuno novi oglas, odaberite opciju Izradi oglas, i neki od ponuđenih formata:

- Jedna slika ili videozapis
- Carousel
- Collection

Za početak, najjednostavnije je odabrati Single Image or Video odnosno fotografiju ili video. Dodajte fotografiju ili video, te glavni tekst, naslov i opis. S desne strane možete pregledati kako će vaš oglas izgledati na različitim platformama.

Više o svakoj vrsti oglasa i specifikacijama možete doznati ovdje:

<https://www.facebook.com/business/ads-guide>



U polje Primarni tekst ide tzv. Copy tj. tekst vašeg ogasa, a u polje naslov pišete kratki naslov.

Što se naslova tiče, moj savjeti su:

Neka sadrži poziv na akciju

Držite se do 5 riječi

Istaknite neku prednost za goste

Neka bude jednostavno – usredotočite se na 1 stvar

Privucite poglede surfera odgovarajućim posebnim znakovima (emoji)

Budite empatični

Ako imate nešto novo, istaknite

Neka bude atraktivan i tako skrenite pažnju

Što se tiče samog teksta oglasa (copya) predlažem da dobro pogledate ovaj Facebookov Ad Copy Cheat Sheet

https://scontent.fzag4-1.fna.fbcdn.net/v/t39.2365-6/11057010_925154390849385_1306498738_n.pdf?_nc_cat=100&ccb=1-5&_nc_sid=ad8a9d&_nc_eui2=AeG_o3HL5aPFPpPt8-w7YE6Se-BsaEqZPFJ74GxoSpk8bYY-TrwxEzppKYqoXuFFM4&_nc_ohc=skrzyKHpzsoAX9octw8&_nc_ht=scontent.fzag4-1.fna&oh=00_AT_EjaONL5Y-byGAtZTMmESR_xUU0WifeYEHlgG9m8Fyrw&oe=61F302C3

Poziv na djelovanje i odredište

Iz padajućeg menija morate odabati Poziv na djelovanje (CTA).

Poziv na djelovanje ⓘ

Saznajte više ▼

- Bez gumba
- Preuzmi ponudu
- Zatraži ponudu
- Saznajte više**
- Poslušaj odmah
- Naruči odmah
- Pokreni igru
- Zatraži termin

http://www.primjer.com/stranica

Savjet: Drž' te se što više možete "Saznate više"

Zavisno o vrsti odabranog cilja kampanje, morate ubaciti i web adresu koju želite da netko posjeti nakon klika na oglas tj. CTA dugme (Doznaj više, Book now, ...).

Oglas: **Novi oglas**

Uredi Dsvrt Pogreška u postavljanju

Poziv na djelovanje ⓘ

Saznajte više ▼

Odredište

Tell us where to send people immediately after they tap or click your ad. [Saznajte više](#)

- Website and shop
Ad destination will be automated based on which viewing the ad. [Saznajte više](#)
- Mrežna stranica**
Slatje korisnika na web-mjesto
- Događaj na Facebooku
Send people to an event on your Facebook Page.

Website URL

http://www.primjer.com/stranica

Enter the internetna adresa web-mjesta field for your ad.

Build a URL parameter

Prikaz veze - Nije obavezno

Unesite vezu u obliku u kojem je želite prikazati u ogl.

Call extension

- Show call extension on your website
- Brzo iskustvo
Send people to a fast-loading, mobile-optimized experience.

Provjera izmjena

Enter the internetna adresa web-mjesta field for your ad. (#2061015) ...

Edit Ad

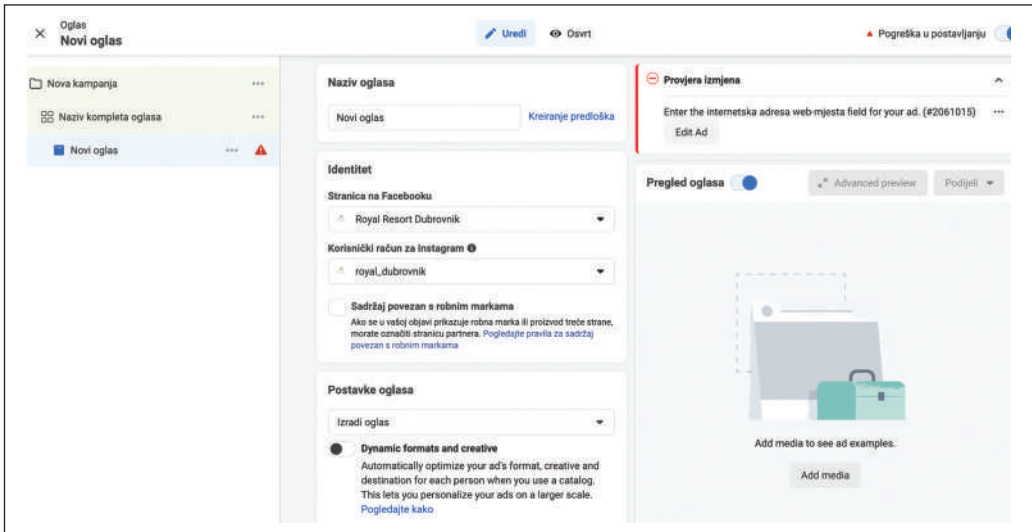
Pregled oglasa ●

Advanced preview Podjeli ▼

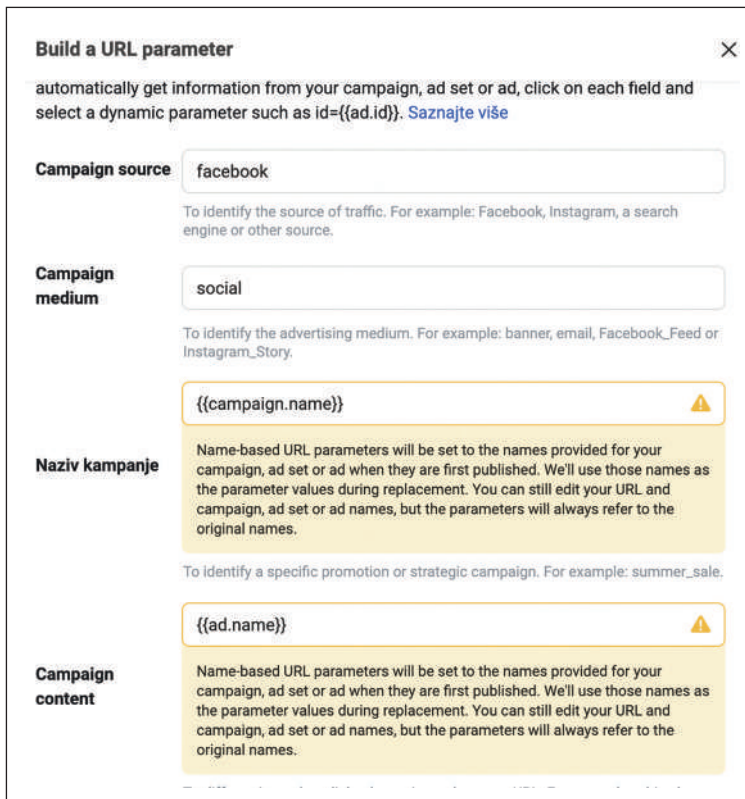
Add media to see ad examples.

Add media

Ako imate instaliran FB pixel na svojoj web stranici, a bilo bi dobro da ga imate, onda je ovo mjesto gdje ga povezujete s oglasnom kampanjom. Također, ako kliknete na Bulid URL parametar, stvorit ćete UTM tag koji će vam kasnije olakšati u analizi posjeta stranica preko Google Analytics da lako vidite koji je promet došao s FB oglasa i što vam je konkretno donio.



Evo kako izgleda unos URL parametra:





VAŽNA NAPOMENA:

Obavezno vodite računa o dimenzijama vaših vizuala i pokušajte pokriti što više placements. To znači da bi trebali za svaki oglas imati najmanje tri dimenzije:

IG AD (1080x1080px)

FB AD (1200x628px)

STORY Ad (1080x1920px)

Detalje možete pronaći ovdje:

<https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-feed/traffic>

Još jednom sve dobro pregledajte, i ako ste zadovoljni konačnim izgledom oglasa, kliknite na zelenu tipku Objavi u donjem desnom kutu.

To je to. Još neko vrijeme vaš će oglas biti u statusu pregleda, i ako ne kršite neko od pravila Facebookovog oglašivačkog sustava (<https://www.facebook.com/policies/ads/>), uskoro ćete dobiti obavijest da je oglas aktivan.

BONUS SAVJET

Za prave rezultate, najvažnije je testirati, testirati i testirati. To znači da unutar jedne kampanje napravite više skupova oglasa, a unutar njih više oglasa, s različitim vizualima i tekstovima. Unutar svog Ads managera možete pratiti rezultate, i vidjeti koja vam publika, odnosno koji oglas donosi bolje rezultate. Najjednostavniji način za napraviti novi skup oglasa ili novi oglas unutar iste kampanje, jer kliknuti na opciju Duplikat i onda mijenjati ono što želite.



SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije



ANKETA

Poštovani, u svrhu poboljšanja edukacija, molimo vas ispunite online anketu

URL: <http://www.dalmatia.hr/edukacija/>

Izdavač: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije,

Za izdavača: Joško Stella

Urednici: Barbara Marković, Tomislav Zović, Ana Brničević

Fotografije: Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije, Barbara Marković, Tomislav Zović,
Ana Brničević

Tisak: DES, Split

**IZDAVAČ NE SNOSI ODGOVORNOST ZBOG EVENTUALNE NETOČNOSTI ILI
PROMJENE NAVEDENIH INFORMACIJA.**