Paket virov za svetovalca

področje kompetenc 5

Strategija internacionalizacije

razvil **UM**

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Paket virov za svetovalca: **uvod**

Namenjeno:

- Svetovalcem za trajnostni turizem
- Ponudnikom poklicnega izobraževanja in usposabljanja
- Malim turističnim ponudnikom

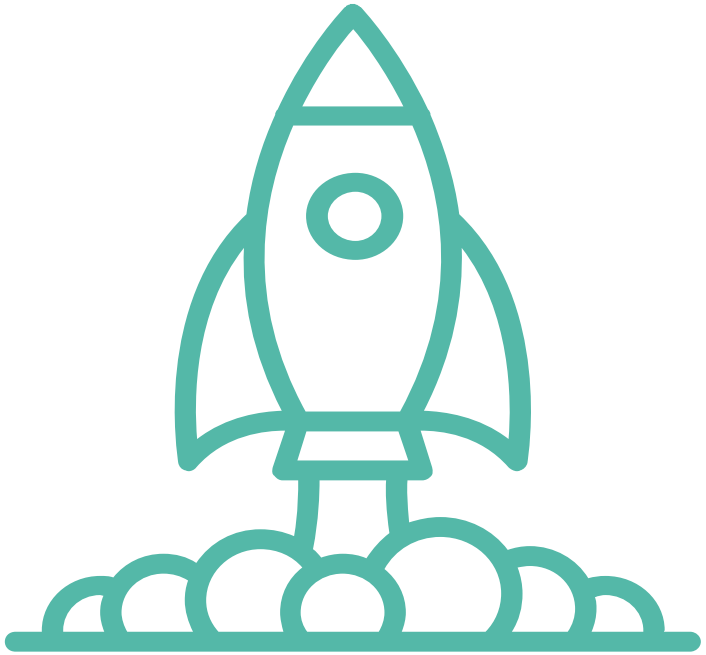
Ponuja nabor osmih mešanih učnih virov z razlogom podpiranja turizma in lokalnega razvoja ter spodbujanja trajnostne in učinkovite rabe naravnih, kulturnih in gospodarskih virov v regijah z vodotoki.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Strategija internacionalizacije:
o področju kompetenc 5

V kontekstu turističnega sektorja internacionalizacija pomeni oblikovanje izdelka ali storitve, ki zadovolji potrebe ljudi iz različnih kulturnih okolij. To vključuje spoznavanje vrednot in vedenj različnih ciljnih skupin. Internacionalizacija zajema tudi mreženje in sodelovanje med različnimi deležniki z razlogom izboljšanja učinkovitosti na trajnosten način. To področje kompetenc opisuje znanja, spretnosti in stališča, ki jih mora svetovalec za trajnostni turizem pridobiti tako, da bi vodil male turistične ponudnike pri učinkovitem izvajanju strategije internacionalizacije ob upoštevanju praks trajnostnega upravljanja.



MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

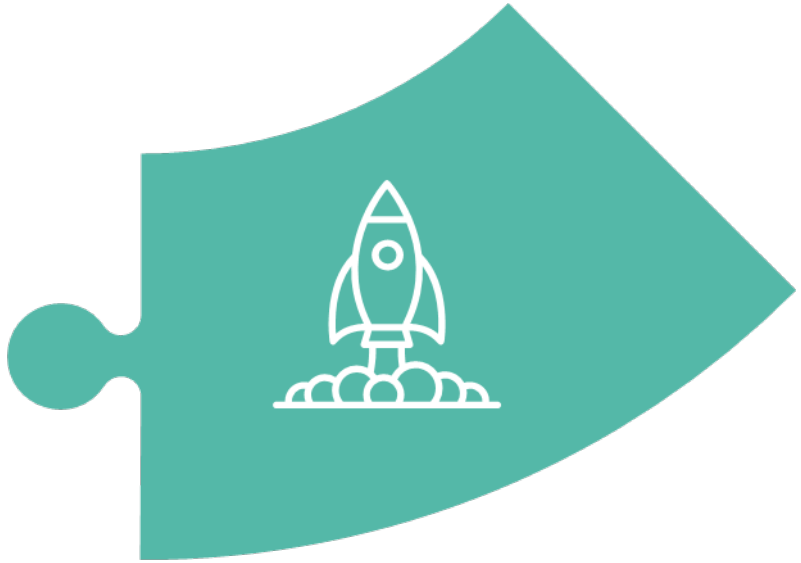
Strategija internacionalizacije:
na tem področju kompetenc se boste naučili, kako

- določiti internacionalizacijo v trajnostnem turizmu;
- našteti prednosti in slabosti internacionalizacije, ki jih lokalnim malim turističnim ponudnikom s turističnimi destinacijami ob vodotokih zagotavlja;
- identificirati ključne elemente za strategijo internacionalizacije;
- izbrati najboljše prakse primerov internacionalizacije malega turističnega poslovanja na destinacijah ob vodotokih;
- oceniti najboljše prakse primerov internacionalizacije malega turizma na destinacijah ob vodotokih in predlagati izboljšave;
- usmerjati male turistične ponudnike pri oblikovanju načrta internacionalizacije, upoštevajoč prakse trajnostnega upravljanja;
- nadzirati male turistične ponudnike pri izvajanju strategije internacionalizacije, vključno s praksami trajnostnega upravljanja.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Področje kompetenc 5: **vodenje**



V tem razdelku lahko najdete na znanju temelječe vsebine, ki predstavljajo ključne dejanske in konceptualne informacije o temah, ki jih pokriva področje kompetenc strategija internacionalizacije.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Internacionalizacija pomeni zagotavljanje izdelka ali storitve, ki je primeren za uporabnike iz različnih držav in kulturnih okolij. Nekaj preprostih primerov vključuje jezikovne prevode, različne vrste električnih vtičnic, prilagajanje ponudbe hrane kulturnim prehranskim omejitvam, omogočanje plačevanja v različnih valutah, prikaz metričnih ali imperialnih enot in različne oblike datumov.

Internacionalizacija

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Internacionalizacija lahko pomeni tudi privabljanje tujih partnerjev in naložb, prenos znanja in tehnologij, izvoz in uvoz izdelkov in storitev ter vključevanje podjetij v globalne vrednostne verige. Podjetja, ki jih zanima internacionalizacija, morajo biti prilagodljiva in se zavedati morebitnih trgovinskih ovir in omejitev gibanja ljudi.

Internacionalizacija

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Ne glede na velikost podjetja nekateri praktični načini za doseganje internacionalizacije vključujejo izvajanje tržnih in drugih vrst raziskav, izboljšanje mednarodne prepoznavnosti, obiskovanje sejmov in poslovnih dogodkov ter zagotavljanje ugodnih pogojev za potencialne partnerje. Poleg tega nekatere nove oblike vključujejo tudi digitalizacijo in uvedbo e-vsebin skupaj z novimi trajnostnimi poslovnimi modeli, kot sta krožno gospodarstvo in ekodizajn.

Začnimo z internacionalizacijo

Nekatere potencialne prednosti internacionalizacije so novi in večji trgi, povečan dobiček in rast poslovanja, širša mreža za sodelovanje, nova znanja in inovacije, diverzifikacija odpornosti prihodkov in dodatne tuje naložbe. Vendar pa lahko internacionalizacijo spremljajo tudi slabosti, kot so finančna tveganja, dodatni naložbeni stroški, zmanjšana kakovost, neupoštevanje neznanih zakonov, degradacija okolja in kulturna neobčutljivost.

Prednosti in slabosti internacionalizacije

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

V kontekstu poslovanja lahko strategija pomeni splošen načrt za dosego določenega cilja. Strategija običajno določa, kako uporabiti omejena sredstva za dosego želenega cilja. Gre za razvoj učinkovitega standardiziranega postopka, ki bo povečal možnosti za dolgoročni uspeh.

Strategija

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Strateško načrtovanje običajno pomeni izdelavo dokumenta za oblikovanje procesa doseganja želenih ciljev. Lahko je individualna ali skupna dejavnost. Nič ni zagotovljeno, vendar se verjetnost za uspeh poveča, ko dokument razloži kontekst in določi cilje, opiše potrebne ukrepe in časovni okvir ter napove mobilizacijo virov in kazalnike spremljanja.

Strateško načrtovanje

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Ko začnemo strateško načrtovanje, je koristno upoštevati štiri ključne elemente (Porter, 1980):
1. Osebne vrednote; 2. Prednosti in slabosti podjetja; 3. Širša družbena pričakovanja; 4. Priložnosti in grožnje v industriji. Vsi elementi temeljijo na raziskavah, kot so introspekcija, industrijske študije, tržne raziskave, poročila organizacije, intervjuji, analiza konkurence itd.

Začnimo strateško načrtovanje

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Znan tudi kot načrt mednarodnega trženja. Običajno velja za podvig velikega podjetja, vendar je v globaliziranem svetu skoraj neizogiben tudi za mala in srednje velika podjetja. Lahko ga obravnavamo kot personaliziran vodnik za širjenje poslovanja izven domačega trga. Načrt je kompleksen, saj podpira proces odločanja, vključno s tem, na katere trge vstopiti in kako.

Strategija internacionalizacije

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

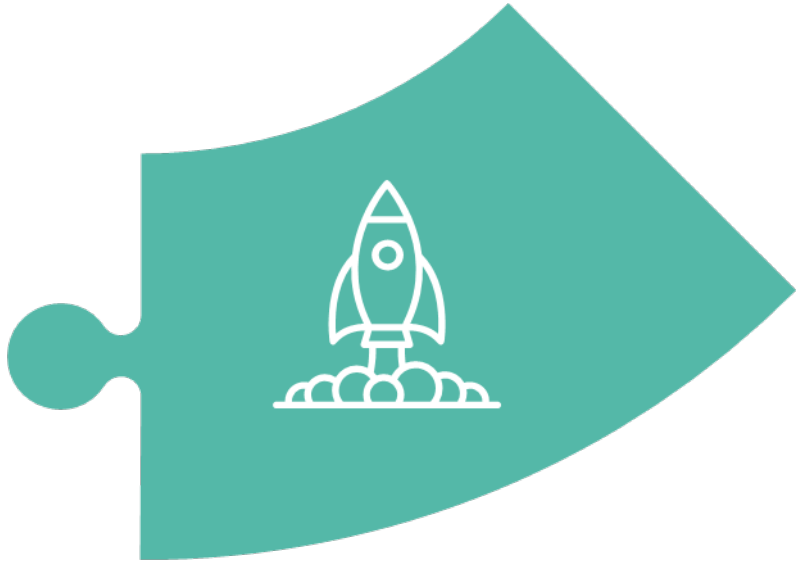
Trženje je velik del poslovanja, še posebej v kontekstu internacionalizacije. Za izdelavo celovitega in učinkovitega trženjskega načrta se je koristno sklicevati na trženjski splet. Obsega 4 P-je: **1. Izdelek** (ang. Product; določite izvirnost: privlačnejši, okolju prijaznejši); **2. Cena** (ang. Price; določite sprejemljivo vrednost: prvovrsten, diskonten, dvojna kupčija); **3. Mesto** (ang. Place; odločite se o distribuciji: spletna stran, aplikacija, potovalne agencije) in **4. Promocija** (ang. Promotion; uporabite medije: družbene medije za mlade, brošure za starejše).

Trženjski splet

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Področje kompetenc 5: **vaje**



V tem razdelku lahko najdete nabor samoumevnih kartic z nalogami, posebej zasnovanimi za zagotavljanje izzivov v resničnem svetu in nudenje praktičnih informacij za razvoj svojih kompetenc na področju strategije internacionalizacije.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. kartica z nalogo: **začetek procesa internacionalizacije**

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Oris

Strategija internacionalizacije mora pokrivati štiri osnovna vprašanja: zakaj internacionalizirati; na katere trge vstopiti; kako vstopiti na te trge; kaj je trženjski program? Ta kartica z nalogo omogoča predhodno oceno z razlogom prepoznavanja dejavnikov, ki bi lahko vplivali na razvoj načrta internacionalizacije, in s tem odgovor na prvo vprašanje. Za razvoj dobre strategije internacionalizacije so potrebni jasni in iskreni odgovori. Poleg tega je zaradi svoje kompleksnosti običajno priporočljivo sodelovanje s sodelavci in deležniki.
Kartica temelji na informacijah, pridobljenih s portala EU za mala in srednja podjetja v turističnem sektorju, ki jim omogoča, da so obveščeni o nenehnem preoblikovanju turističnega sektorja EU.

MODRI TURIZEM

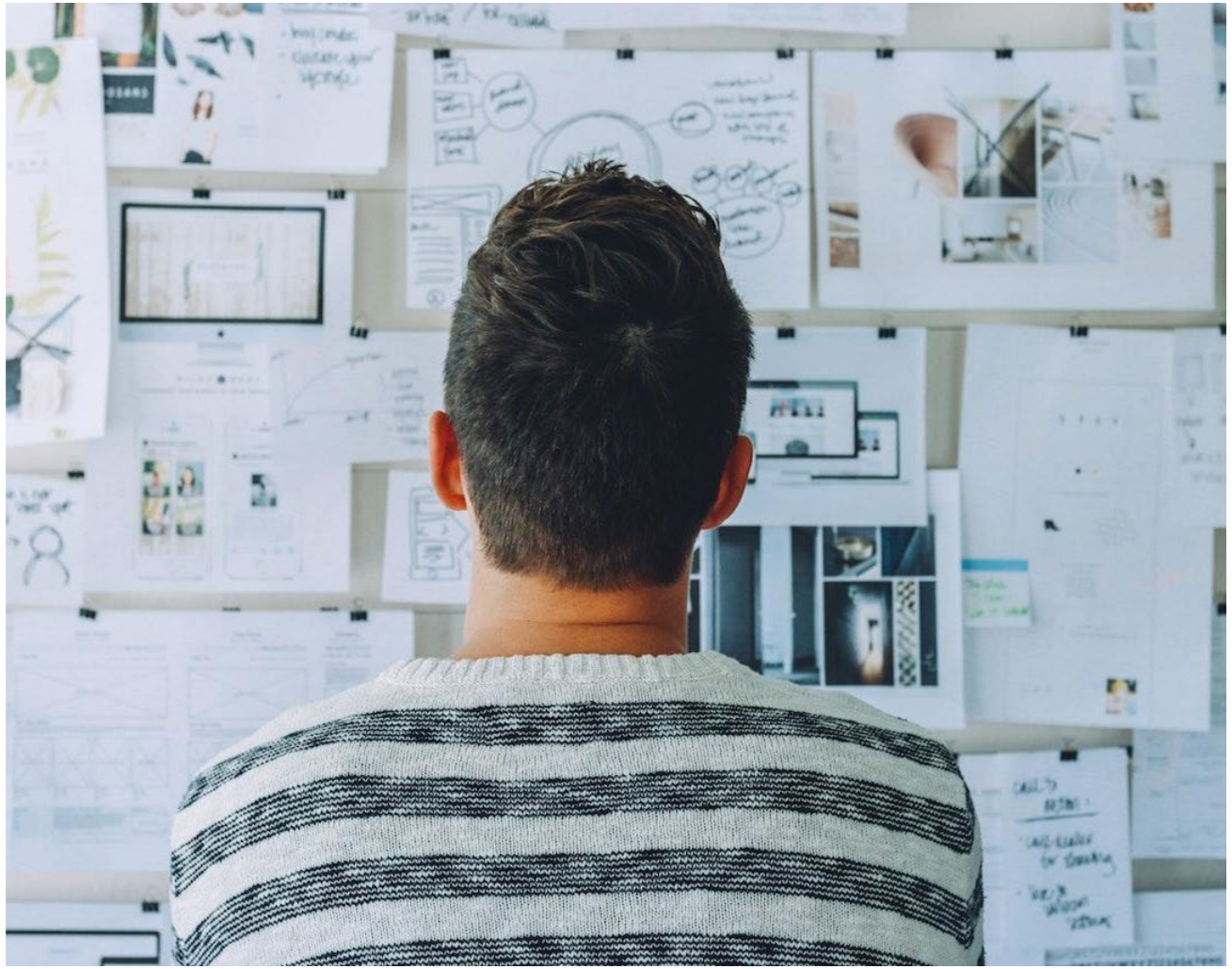
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. dejanje: **raziskujte in identificirajte**

1. korak: dostopajte do Turističnega poslovnega portala EU in odprite povezavo Trženje vašega podjetja v tujini

2. korak: preučite besedilo o načrtu mednarodnega trženja

3. korak: identificirajte minimalne vsebine za mednarodni tržni načrt



vir: https://www.pexels.com/photo/man-wearing-black-and-white-stripe-shirt-looking-at-white-printer-papers-on-the-wall-212286/

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. dejanje: **razmislite in analizirajte**

1. korak: sestavite seznam potreb in razlogov za mednarodno smer

2. korak: začnite z analizo SWOT svojega podjetja v smislu procesa internacionalizacije s spletnim orodjem analize SWOT

3. korak: primerjajte potrebe in razloge z vsebino analize SWOT

vir: https://www.pexels.com/photo/ethnic-female-employee-writing-list-in-notepad-5999834/

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

3. dejanje: **sporočajte in izboljšajte**

1. korak: identificirajte ustrezne sodelavce in deležnike za proces internacionalizacije

2. korak: predstavite jim rezultate 2. dejanja in prosite za povratne informacije

3. korak: vključite uporabne pripombe in predloge v jedrnatem miselnem vzorcu

vir: https://www.pexels.com/photo/people-in-the-office-discussing-a-project-7688336/

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Kartica z nalogami vas je vodila, kako uporabiti portal EU in vam omogočila odkriti osnovne korake za pripravo mednarodne strategije ali načrta mednarodnega trženja. Ker ljudi pri dejanjih vodijo njihove osebne potrebe in razlogi, je zelo koristno, da jih v začetni fazi natančno preučimo. Izbrati morate ljudi, ki vas bodo motivirali, ko bo težko. Poleg individualnih poslovnih potreb je potrebno poznavanje lastnega podjetja, kar bo omogočila predhodna analiza SWOT. Upajmo, da vam bodo rezultati miselnega vzorca pokazali, zakaj morate internacionalizirati svoje poslovanje in kako uspešno je to glede na stanje vašega podjetja.

Povzetek

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. kartica z nalogo: **razvijanje mednarodnih poslovnih veščin z brezplačnimi spletnimi orodji**

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Oris

S pomočjo 1. kartice z nalogo ste ugotovili, kakšno je trenutno stanje vašega podjetja (analiza SWOT) in kam ga želite popeljati v prihodnje (potrebe in razlogi za mednarodno delovanje). 2. kartica z nalogo se osredotoča na to, kako lahko pridete do tega cilja. Natančneje, kako razviti določene veščine, ki vam morda manjkajo, da bi razvili okvir za dobro strategijo internacionalizacije. S pomočjo brezplačnih spletnih orodij lahko dobite vpogled v načine za razvoj svojih poslovnih veščin in jih uporabite za proces internacionalizacije.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. dejanje: **poguglajte**

1. korak: obiščite Googlov iskalnik trgov, kliknite »Začnite« in »Preizkusite svojo pripravljenost za izvažanje«

2. korak: prilepite povezavo do svojega spletnega mesta in odgovorite na vprašanja

3. korak: analizirajte rezultate tako, da razširite zavihke in kliknete »Pridobite celotno poročilo«

vir: https://www.pexels.com/photo/coffee-apple-iphone-smartphone-38547/

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. dejanje: **raziskujte in odkrivajte**

1. korak: obiščite Googlov iskalnik trgov, kliknite »Začnite« in »Raziskovanje novih trgov«

2. korak: prilepite povezavo do svojega spletnega mesta in dodajte 3 ali 4 kategorije, ki so najbolj primerne za vaše podjetje

3. korak: analizirajte rezultate tako, da se prijavite z Googlom in zagotovite dodatne informacije

vir: https://www.pexels.com/photo/person-using-macbook-374720/

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

3. dejanje: **najdite in upoštevajte**

1. korak: poudarite slabosti podjetja iz 1. dejanja in potencialne poslovne prednosti iz 2. dejanja

2. korak: brskajte po Googlovi digitalni garaži in Razmišljajte z Googlom

3. korak: poiščite poseben tečaj in orodje ter ga uporabite za odpravljanje slabosti in prednosti

vir: https://www.pexels.com/photo/an-elderly-man-using-a-tablet-5708215/

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

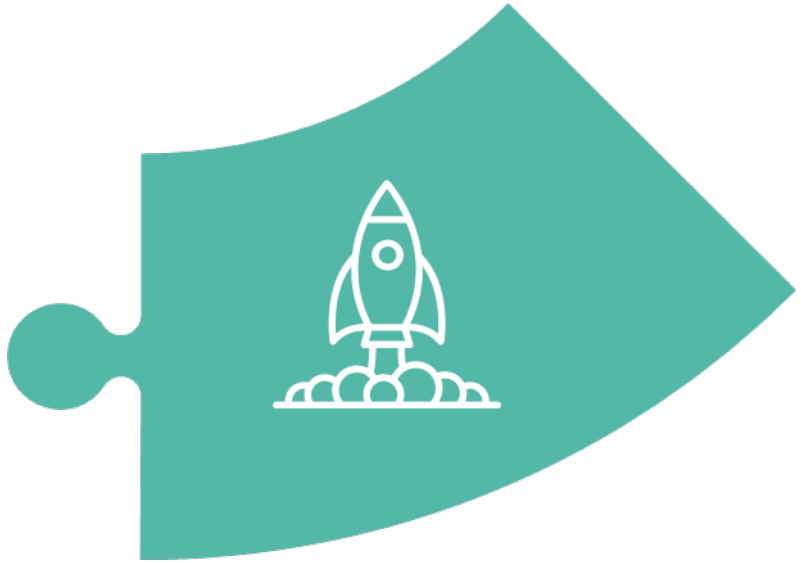
Kartica z nalogo vas je vodila do brezplačnih spletnih orodij, ki so uporabna za ocenjevanje trenutnega stanja internacionalizacije podjetja. Poročilo vam je pokazalo, kako pripravljeni ste na internacionalizacijo in nekatere posebne značilnosti vašega mednarodnega poslovanja. Vendar je treba poročilo uporabiti kot izhodišče za izboljšave. Druga orodja, predstavljena v kartici z nalogo, vam omogočajo, da poiščete najustreznejše mednarodne trge in še pomembneje, pridobite znanja in razvijete veščine, potrebne za uspešno internacionalizirano podjetje. Če te rezultate združite s 1. kartico z nalogo, bi morali dobiti dober okvir za svojo celovito strategijo internacionalizacije.

Povzetek

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Področje kompetenc 5: **praktični viri**



V tem razdelku lahko najdete situacije, ki temeljijo na scenarijih in so zasnovane posebej za ponazoritev, kako jih lahko na področju kompetenc strategija internacionalizacije izvajajo mali turistični ponudniki.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

vir: https://www.pexels.com/photo/people-setting-up-camping-tent-on-grass-field-near-body-of-water-12869181/

1. scenarij: **od lokalnega do mednarodnega**

Družina, ki ima v lasti kamp, želi internacionalizirati svoje poslovanje, da bi povečala svoj dobiček in tudi ozaveščala o možnostih naravi prijaznih počitnic in trajnostnega življenjskega sloga. Ker so v procesu internacionalizacije povsem novi, želijo razviti celovit strateški dokument internacionalizacije, ki jih bo vodil, da dosežejo svoja dva cilja.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij

V goratem področju, zaščitenem z Naturo 2000, je srednje velik kamp, ki deluje že več kot 10 let.

Obiskovalci kampa so pretežno domačini, ki podpirajo trajnostni način življenja. Lastniki imajo veliko izkušenj z zagotavljanjem nepozabnih počitnic za domače stranke, a v zadnjem času menijo, da lahko naredijo več za svoje podjetje in trajnost.

Družinsko podjetje se je odločilo, da se mora razširiti na tuje trge. Na ta način bodo dosegli podobne stranke, ki podpirajo tovrstni trajnostni življenjski slog, vendar bodo morali na določene načine prilagoditi svoje poslovanje.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij

Ker je strategija internacionalizacije lahko zelo obsežen podvig, se odločijo imenovati glavnega direktorja za internacionalizacijo (CIO – chief internationalisation officer), ki bo načrtoval in vodil proces. Vsi se strinjajo, da je vloga popolna za njuno hčerko v poznih 20-ih letih, saj je veliko potovala in doma uporablja digitalna orodja, vključno z družbenimi mediji.

Za svojo naslednjo sejo upravnega odbora hčerka pripravi predstavitev, ki pojasnjuje dve osnovni dejavnosti:
1. Analiza podjetja: kakšne so naše zmogljivosti, viri in konkurenčne prednosti? Kakšne so naše omejitve in težave?
2. Analiza trga: na katere trge vstopiti in kako? Kakšna je njihova kultura in kupna moč? Kako se razlikujemo od svojih mednarodnih konkurentov?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij

Da bi pridobila čim več podatkov, izpraša vodstvo in druge zaposlene. Najprej jo zanima natančna opredelitev njihovih zmožnosti, virov in konkurenčnih prednosti. Družina meni, da je treba ob ohranjanju narave in tradicionalne kulture poudariti osebno družinsko zgodbo in 10-letne izkušnje. Sodelujejo tudi z lokalno skupnostjo, zato bi radi poudarili tudi to dejstvo.

Nekatere omejitve in težave, ki postanejo očitne po premišljenih skupinskih intervjujih in razpravah, so nizka prepoznavnost zunaj domače regije, infrastruktura, ki je prilagojena domačim potrošnikom, jezikovna ovira, intuitivno upravljanje, ki ne temelji na raziskavah, pomanjkanje digitalizacije in ravnanje z odpadki.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij

S preučevanjem spletnih virov hčerka razmišlja o dveh pristopih za strategijo vstopa na trg: geografska bližina, ki vključuje sosednje bolj poznane države, ali kulturna bližina, ki vključuje države s podobnim jezikom, zakoni in tradicijo. Za zdaj se odloča za stike s sosednjimi državami, druge možnosti pa pušča odprte za prihodnost.

Med številnimi vstopnimi strategijami, ki jih je našla, se je odločala med dvema pristopoma, in sicer med slap strategijo ali pristopom, pri čemer je vstopala postopoma v eno po eno državo, in strategijo zalivalke, ki je znana tudi kot Sprinkler model, pri čemer je dosegla več držav hkrati. Da bi povečala možnosti za uspeh, se odloči, da je Sprinkler pristop učinkovitejši.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij

Nekaj praktičnih ukrepov, ki jih je izpostavila na naslednjem sestanku odbora, je: doseganje treh sosednjih držav z visoko kupno močjo, prevajanje vsega gradiva v tri jezike, zagotavljanje jezikovnega tečaja za zaposlene, oblikovanje spletne strani, ki prikazuje osebne zgodbe, začetek kampanje v družabnih medijih, deljenje tedenske objave o njihovem trajnostnem življenjskem slogu in dejavnostih z majhnim vplivom, povabilo strokovnjakov na predavanja in delavnice, zbiranje podatkov o zadovoljstvu gostov, načrtovanje podrobne analize trga, udeležba na vsaj dveh mednarodnih turističnih sejmih letno, včlanitev v Turistično društvo, ki nudi lokalne vegetarijanske in veganske obroke, začetek akcije kompostiranja z lokalnimi kmeti, sodelovanje z mednarodnim podjetjem, ki se ukvarja z odpadki.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij: **od lokalnega do mednarodnega**

- Katere edinstvene izdelke ali storitve nudite in kakšne so prednosti njihovega zagotavljanja širšemu neznanemu tujemu trgu?
- Če želite internacionalizirati svoje podjetje, kateri so nekateri učinkoviti pristopi za doseganje novih trgov?
- S kakšnimi tveganji ali izzivi se srečujete, če širite svoje poslovanje v druge države?

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1. scenarij: **od lokalnega do mednarodnega**

POSKUSITE

- Pripraviti strategijo internacionalizacije kot akcijskega načrta sodelovanja.
- Jasno in natančno opredeliti glavni cilj strategije v enem samem stavku.
- Uporabiti spletna orodja, kot so Googlovi trendi, da ugotovite povpraševanje po svojem izdelku ali storitvi v določeni državi.
- Posodobiti in prilagoditi strategijo po določenem času in zbrati nove informacije.

IZOGIBAJTE SE

- Uporabi strategij internacionalizacije drugih podobnih podjetij, pač pa jih raje uporabite kot navdih.
- Intuitivni praksi upravljanja, pač pa se raje osredotočite na obsežne drugotne raziskave in zbiranje specifičnih podatkov iz primarnih virov.
- Prenagljenim odločitvam in se raje odločite za počasnejši, premišljen in načrtovan process.
- Tekmovalne miselnosti, temveč se raje povezujte in poiščite načine za sodelovanje.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

vir: https://izletnadlani.com/ideja-za-vikend-vodni-park-radlje-ob-dravi-prvi-tudi-edini-bioloski-bazen-v-sloveniji/

2. scenarij: **naučite se, preden se širite**

Mladi podjetnik, ki ima v lasti in vodi priljubljeni bar, se odloči razširiti svoje poslovanje z ustanovitvijo novega bara na plaži ob naravnem bazenu. Po ustanovitvi in vodenju svojega novega poslovanja se odloči za širitev na nove tuje trge.
Ker je nov v procesu internacionalizacije, se najprej poskuša izobraževati s spletnimi viri in aplikacijami.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. scenarij

Po končani srednji šoli mladenič ustanovi svoje podjetje in odpre svoj prvi bar. Nekaj let kasneje začne razmišljati o novih izzivih. Ker trajnost postaja vse bolj priljubljena tema, se odloči odpreti bar na plaži z nizkim vplivom ob naravnem bazenu.

Naravno kopališče je ob vznožju znane gore v bližini počasne vijugaste reke. Trenutno to vodno atrakcijo obiskujejo le domačini, vendar meni, da ima kraj velik potencial za mednarodne turiste. Ker nima izkušenj s procesom internacionalizacije, se odloči čas vložiti v samoizobraževanje. Kot vedno so sredstva omejena, zato se osredotoča na brezplačne spletne vsebine, da pridobi nekaj znanja in veščin.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. scenarij

S hitrim iskanjem v Googlu najde nekaj uporabnih orodij za oceno svoje pripravljenosti za začetek internacionalizacije. Eno najpreprostejših orodij za uporabo je bil Googlov iskalnik trgov, ki mu je omogočil:

- najti najustreznejše potencialne trge,
- se seznaniti z značilnostmi posamezne države,
- prepoznati nove trende v marketingu,
- načrtovati plačilne metode in storitve za stranke.

Orodje je začel uporabljati s preizkušanjem svoje pripravljenosti na internacionalizacijo. Ko je vnesel svoje spletno mesto in odgovoril na nekaj vprašanj v zvezi s trenutnim stanjem svojega poslovanja, je prejel oceno 30 % pripravljenosti, da začne prodajati v tujini, kar pomeni, da je njegovo podjetje lokalno osredotočeno.

2. scenarij

Poleg ocene so bili rezultati razčlenjeni na segmente, ki kažejo posebna področja, na katerih mora delati. Segmente je mogoče klikniti, vsak od njih pa vsebuje rezultate na podlagi merilne lestvice z nekaterimi dodatnimi informacijami. Izvedel je tudi, da lahko dobi podrobnejše rezultate s prenosom celotnega poročila.

Po pregledu rezultatov je odkril, da je njegova motivacija močna, vendar so potrebne izboljšave na področju povpraševanja, operativnih sposobnosti in trženjske uspešnosti. Rezultati so temeljili na iskanju v Googlu in drugih meritvah. Ker Google predstavlja približno 90 % tržnega deleža iskalnikov, meni, da so rezultati zanesljivo izhodišče.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. scenarij

Dobra stran Googlovega iskalnika trgov, ki mu je posredoval pronicljive informacije, je bila, da mu je ponudil tudi praktične rešitve za izboljšanje internacionalizacije. Novi trgi, ki so najprimernejši za njegovo poslovanje, so Avstrija, Italija in Češka. Rezultati so temeljili na mesečnih iskanjih v Googlu in nekaterih drugih meritvah, kot je indeks enostavnosti poslovanja. Dobil je podrobne vpoglede o določeni državi, kot so njihov razpoložljivi dohodek gospodinjstva, prednostne plačilne metode in internetne dejavnosti. Vse to mu bo koristilo, ko bo začel pripravljati podrobno in dejansko strategijo internacionalizacije.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. scenarij

Prvi dve slabosti, ki ju je odkril pri začetnem preizkusu, je zlahka rešil – svojo spletno stran prilagodil in razširil ponudbo, da bi zadostil povpraševanju na novem trgu. Ker je bil zadovoljen s koristnimi informacijami, ki mu jih je posredoval Googlov iskalnik trgov, se je odločil uporabiti njihovo priporočilo in razvijati trženjske veščine z uporabo Googlove digitalne garaže. Pod možnostjo digitalnega marketinga je našel številne tečaje, kot so »Osnove digitalnega marketinga«, »Mednarodna razširitev poslovanja« in še veliko več. Tečaji so sestavljeni iz kratkih besedil, kratkih videov in kvizov. Z nekaterimi opravljenimi tečaji je pridobil tudi certifikat. Po pridobitvi novih trženjskih znanj in veščin je začel pripravljati podrobne trženjske strategije, ki se osredotočajo na njegovo spletno stran, družbena omrežja in brošure.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. scenarij: **naučite se, preden se širite**

- Kako analitična spletna orodja prilagoditi svojemu poslu in kako močno lahko zaupate rezultatom?
- Katere so glavne tri stvari, ki jih morate izboljšati, da bo internacionalizacija vašega podjetja močnejša?
- Kako boste vedeli, ali vam je uspelo, ko boste končali strategijo internacionalizacije in izvajali akcije?

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. scenarij: **naučite se, preden se širite**

POSKUSITE

- Preizkusiti različna orodja, da poiščete najprimernejšega za svoje potrebe.
- Prilagoditi rezultate svojim okoliščinam, da boste kar najbolje izkoristili orodja.
- Živeti po načelu vseživljenjskega učenja, se vedno izpopolnjevati in pridobivati nova znanja in veščine.

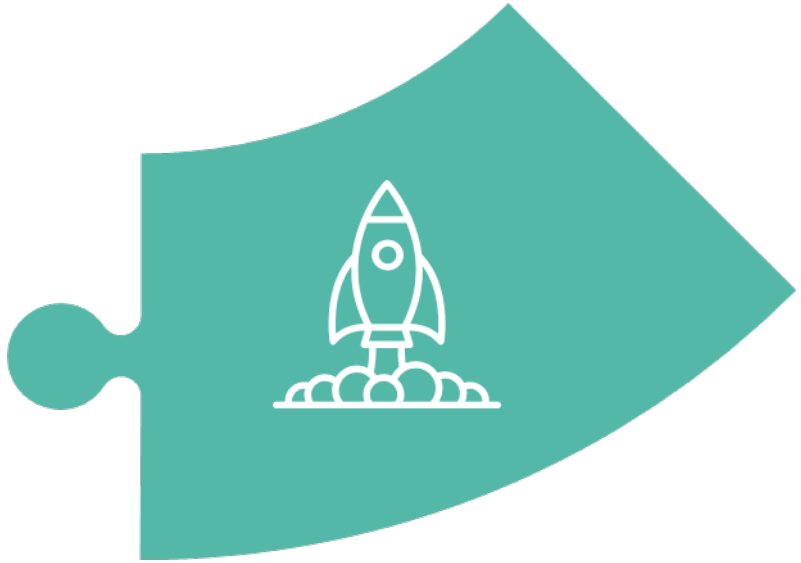
IZOGIBAJTE SE

- Razlagi rezultatov katerega koli analitičnega orodja brez skepticizma.
- Upoštevanju in izvajanju preveč orodij in dejanj hkrati.
- Strateškim dokumentom in pisanju podrobnih načrtov.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Področje kompetenc 5: **praktični nasveti**



V tem razdelku najdete kontrolni seznam točk, da začnete izvajati prakse strategije internacionalizacije v lokalnih turističnih podjetjih.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Strategija internacionalizacije je vodilo za širitev poslovanja izven domačega trga. Biti mora jasna, temeljiti na raziskavah in usmerjena v ukrepe.

1. praktični nasvet

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Digitalizacija ni vseobsegajoča rešitev, lahko pa olajša trajnostno poslovanje in internacionalizacijo poslovanja. Seznanite se z različnimi spletnimi tečaji, spletnimi orodji, uporabnimi aplikacijami in platformami.

2. praktični nasvet

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Nihče ne doseže ničesar sam. Povežite se, komunicirajte, sodelujte, dajajte in prosite za pomoč. Poiščite združenja, forume in dogodke, ki se osredotočajo na področje, s katerim se vaše podjetje ukvarja.

3. praktični nasvet

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Strokovnjaki so ljudje, ki svoj čas posvetijo preučevanju kompleksnih tem in razvoju rešitev. Uporabite njihove rezultate, da lahko svoj čas vložite v druga dejanja.

4. praktični nasvet

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

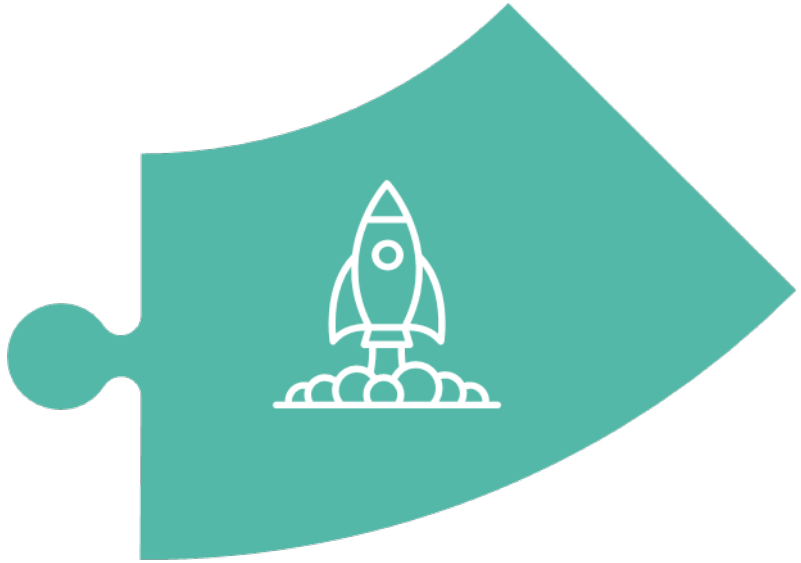
Ne zanemarite začetnega obdobja razmisleka. Ocenjevanje osebnih razlogov z introspekcijo ter analizo prednosti in slabosti naslednjega dejanja vam lahko dolgoročno vedno prinese koristi.

5. praktični nasvet

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Področje kompetenc 5: **koristno branje**



V tem razdelku najdete seznam ustreznih spletnih virov, ki vam bodo pomagali ohranjati strategijo internacionalizacije.

MODRI TURIZEM

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Raziskovanje novih trgov

www.marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/en_cee/onboarding

Turistični poslovni portal EU

www.single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/business-portal_en

Internacionalizacija

www.investopedia.com/terms/i/internationalization.asp

Vodnik po mednarodnem trženjskem načrtu

www.url.gratis/mWLU

Trženjski splet

www.investopedia.com/terms/m/marketing-mix.asp

Miselni vzorec

www.mindmeister.com/

Začnimo z internacionalizacijo

www.url.gratis/mWL6

Strateško upravljanje

www.investopedia.com/terms/s/strategic-management.asp

Spletno orodje analize SWOT

www.studycorgi.com/free-writing-tools/swot-analysis-online/

Preizkusite svojo pripravljenost za izvažanje

www.marketfinder.thinkwithgoogle.com/myexportscore/intl/en_cee/

Zaključili ste področje kompetenc 5. Bravo!

PARTNERSTVO

CIMBB COMUNIDADE INTERMUNICIPAL BEIRA BAIXA

TURISMO DE PORTUGAL escolas

MINDSHIFT Talent Advisory

Info def INSTITUTO PARA EL FOMENTO DEL DESARROLLO Y LA FORMACIÓN

CARDET CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH & DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY

The Rural Hub

University of Maribor

spektrum EDUCATIONAL CENTER

Podpora Evropske komisije za produkcijo te publikacije ne pomeni tudi odobritve vsebine, saj ta odraža samo stališča avtorjev, in Evropska komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih ta publikacija vsebuje.
ŠTEVILKA PROJEKTA 2021-1-PT01-KA220-VET-000032948

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union