

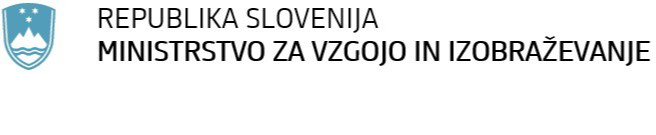
VEČ ZNANJA ZA VEČ TURIZMA

**PROJEKTNA NALOGA**

MEDNARODNI FESTIVAL TURISTIČNE ZVEZE SLOVENIJE

**Wellness princesa**

Turistična zveza Slovenije



**Mentorici:** dr. Zinka Kosec, spec. org.-manag. in Lidija Furlan, univ. dipl. upr. org.

**Avtorji:** Nika Zorko, Nika Močnik, Nasiha Žilić, Jan Kuselj, Jakob Črpič, Niki Radovič

Program: Velnes, 1. letnik in 2. letnik

Povezava do projektne naloge: <http://www.vssbrezice.si/cms/vec-znanja-za-vec-turizma/>

Brežice, 10. 1. 2025

**KAZALO**

[1 UVOD 3](#_Toc187409685)

[1.1 PREDSTAVITEV TEME 3](#_Toc187409686)

[1.2 METODOLOGIJA 3](#_Toc187409687)

[1.3 NAMEN IN CILJI 4](#_Toc187409688)

[2 PREDSTAVITEV KRAJA BREŽICE 4](#_Toc187409689)

[2.1 ZGODOVINA 4](#_Toc187409690)

[2.1 Tradicija v sodobnih trendih wellnessa 5](#_Toc187409691)

[3 NAČINI TRŽENJA 6](#_Toc187409692)

[3.1 OBLIKOVANJE PROMOCIJSKIH MATERIALOV 7](#_Toc187409693)

[3.2 PRIPRAVA STOJNICE 8](#_Toc187409694)

[4 FINANČNI NAČRT 9](#_Toc187409695)

[5 TERMINSKI NAČRT 11](#_Toc187409696)

[5.1 RAZVOJ KRALJEVSKI VELNES 11](#_Toc187409697)

[6 VIRI IN LITERATURA 12](#_Toc187409698)

[Priloga 1 - Video prispevek 13](#_Toc187409699)

[Priloga 2 – povzetek 13](#_Toc187409700)

[Povzetek v slovenskem jeziku 13](#_Toc187409701)

[Summary 14](#_Toc187409702)

[Priloga 3 – SEZNAM SODELUJOČIH DIJAKOV/ŠTUDENTOV 15](#_Toc187409703)

**KAZALO SLIK**

[Slika 1: Gong 5](#_Toc187410636)

[Slika 2: Objava za Instragram in Facebook 7](#_Toc187410637)

[Slika 3: Načrt za postavitev stojnice 8](#_Toc187410638)

# 1 UVOD

V svetu hitrega tempa in vsakodnevnih obveznosti ljudje vedno bolj iščejo trenutke, ko lahko ustavijo čas, se umirijo in poskrbijo zase. Prav ta potreba po ravnovesju med telesom in duhom nas je navdihnila za razvoj inovativnega turističnega produkta – Wellness Princesa, kjer gostje doživijo kraljevsko sprostitev v čarobnem ambientu grajske kulinarike. S projektom želimo poudariti pomen velnesa, lokalne dediščine in nepozabnih izkušenj, ki obiskovalcem omogočijo, da postanejo kralji in kraljice svojega trenutka.

Naša vizija presega zgolj velnes storitve – želimo ustvariti okolje, kjer preteklost sreča sodobnost, in povezati kulturno dediščino z modernimi trendi sprostitve. Wellness Princesa ni le prostor za sprostitev, ampak doživetje, ki v vsakem gostu prebudi občutek edinstvenosti in razkošja. Z inovativno predstavitvijo in premišljenim marketinškim pristopom prinašamo svež veter v slovensko turistično ponudbo.

## 1.1 PREDSTAVITEV TEME

Tema projektne naloge je razvoj turističnega proizvoda v smeri sproščanja v wellnessu glede na sodobni velik obseg stresa. Naša tematika bo wellness princesa.

## 1.2 METODOLOGIJA

V prvem delu naloge bomo preučili mikro in makro lokacijo okolja v katerega smo projekt umestili. Preučili bomo tudi velnes posebnosti lokalnega okolja s poudarkom na velnes strokovnemu znanju.

V drugem delu bomo na osnovi pridobljenega znanja oblikovali novo delovno mesto, ki ga bomo predstavili na strokoven način, tako za lokalne obiskovalce Wellnessa, kot tudi za splošno javnost.

Vizualni del predstavitve projekta bo prikazan skozi avtorski filmček, kjer predstavimo Wellness okolje, kjer se počutiš, kot princesa.

## 1.3 NAMEN IN CILJI

Namen projektne naloge je s strokovni prispevek k turističnemu razvoju Wellness centrov ter lokalne skupnosti.

Cilj projektne naloge je ljudem prikazati, da si zaslužijo razkošno pravljično razvajanje. Predstavljamo edinstven wellness center, kjer se počutiš, kot da si v pravem gradu. Ambient ponuja obilo prostora in čarobnih kotičkov, obdanih z elegantno črno in nežno vijolično barvno paleto. Dodatno čarobnost prostoru daje vintage pohištvo, ki gostom omogoča, da se počutijo kot kralji in kraljice.

# 2 PREDSTAVITEV KRAJA BREŽICE

Brežice, slikovito mesto v jugovzhodni Sloveniji, leži ob sotočju rek Save in Krke. Ponaša se z bogato kulturno dediščino, ki jo simbolizira renesančni Grad Brežice z znamenito Viteško dvorano. Mesto je pomembno gospodarsko, kulturno in turistično središče Posavja. Poleg zgodovinskih znamenitosti ponuja tudi številne aktivnosti za ljubitelje narave in velnes doživetij.

## 2.1 ZGODOVINA

Brežice, mesto v jugovzhodni Sloveniji, leži ob sotočju rek Save in Krke ter ima bogato zgodovino.

Grad Brežice je dvonadstropna renesančna utrdba z bogato baročno notranjostjo. Posebnost gradu je Viteška dvorana, ki velja za eno najlepših baročnih dvoran na Slovenskem. V 18. stoletju je grad prešel v last grofov Attems, ki so poskrbeli za barokizacijo notranjosti, vključno s poslikavami Viteške dvorane, dvoramnega stopnišča in kapele (Občina Brežice, 2022).

Danes je v gradu Brežice sedež Posavskega muzeja, ki obiskovalcem ponuja vpogled v bogato kulturno dediščino Posavja. Grad je tudi prizorišče številnih kulturnih prireditev, med drugim Brežiškega festivala.

Brežice so skozi zgodovino ohranile svoj pomen kot upravno, gospodarsko in kulturno središče Posavja, kar se odraža v bogati arhitekturni dediščini in živahnem kulturnem življenju mesta.

## 2.1 Tradicija v sodobnih trendih wellnessa

Sodobni wellness trendi pogosto črpajo navdih iz starodavnih tradicij, ki združujejo fizično sprostitev in duševno ravnovesje. V tem poglavju se bomo osredotočili na tri izbrane prakse, ki so pridobile veliko priljubljenost: rusko banjo, zvočno kopel z gongom ter medeni piling. Vsaka od teh praks ima edinstvene učinke, zgodovinsko ozadje in prilagoditve, ki so jih naredile aktualne za sodobnega človeka. Raziskali bomo, kako te tradicije ohranjajo svojo vrednost in se vključujejo v današnji način življenja.

Primer:

GONG - TRADICIJA

GONG ZVOČNA KOPEL - WELLNESS



Slika 1: Gong

# 3 NAČINI TRŽENJA

Tu smo se vprašali: »Kako bomo to kar delamo sporočali našim gostom?«

Gostje si bodo ogledali video, ki smo ga pripravili in ga bomo delili po socialnih omrežjih.

Priprava za projektno nalogo bo vsebovala tri tržne strategije:

1. Kraljevski video posnetek s sproščujočo zgodbo
2. Predstavitev vsebine na tržnici Alpe Adria na GR v Ljubljani, 29. 1. 2025
3. Socialna omrežja (youtube, instagram, facebook) z izbranim ključnikom #vssbrezice #kulinarika #dolenjska #wellness #velnes #alpeAdria

Za trženje bomo uporabili tiskane in video promocijske materiale. V videospotu bomo predstavili sproščujočo zgodbo wellness princese v wellness okolju. Glavna zgodba scenarija bi se dogaja v wellness centru, kjer princessa uživa in se sprošča.

Konec januarja bomo imeli tudi predstavitev na turistični tržnici v sklopu sejma Alpe Adria na GR v Ljubljani, kjer bomo imeli svojo stojnico z wellness prigrizki. Udeležence sejma bomo nagovarjali k obisku naše stojnice tudi z nagradno igro, ki jo bomo stopnjevali do 15h ko bomo razdeliki dobitke. S scaniranjem QR kode bodo prišli do 3h preprostih vprašanj o našem videu. Pravilni odg bodo uvrščeni v nagradno žrebanje.

Posameznik, ki bo na našo stojnico prišel se bo lahko usedel na kraljevski stol si nadel krono ali kakšno drugo sliko za fotografirajnje, ki ga bo nagovorila, kot je #metime, #selfcare #wellnesstime in použil wellnesss sladico.

Seveda bo vse možno fotografirati ali posneti in objaviti na socialni omrežij. Najbolj izvirno objavo bi ob 15h proglasili in nagradili.

Na stojnici bo tudi možnost ličenja. Makeup look bo namenjen vsem, ki si upajo izstopati in navdušiti ostale ljudi s svojo unikatnostjo. Poskrbel bo pa tudi, da se bodo osebe počutile extra samozavestno. Z njem bomo poudarili le naravno lepoto, ki jo že imajo, da bo vse skupaj pika na i. Na en dan lahko postanejo še večje/večji kraljice/kralji kot so.

## 3.1 OBLIKOVANJE PROMOCIJSKIH MATERIALOV

V novembru smo začeli z izdelavo scenarija za videospot, ga pilili v diskusijah in kasneje posneli ter nato oblikovali (editirali).

Pripravili smo tudi grafiko za objave na IG in FB profilu šole o poteku priprave na projekt.

A person in a pool of water with a large fountain

Description automatically generated

Slika 2: Objava za Instragram in Facebook

Sliki smo dodali besedilo objave z dne 9. 11. 2023

Študentje velnesa in ekonomije vam z veseljem sporočamo, da smo že zelo resno začeli s pripravami na projekt: Več znanja za več turizma.

Pripravljamo posebno kulinarično zgodbo, ki opisuje kraljevske kulinarične navade dolenjskih graščakov. Podali smo se v popotovanja skozi njihov čas, njihove navade, bogata oblačila in predvsem izjemno kulinarično razkošje okusov, za katere že stoletja skrbijo lokalni pridelovalci.

Za začetek vam izdamo, da pripravljamo kulinarični spominek, ki bo imel ne samo hranilno vrednost, pač pa bo tudi estetski in tako primeren tudi za obdarovanje.

Projekt se izvaja pod okriljem @Turistične zveze Slovenije, @Okusni zakladi, @I feel Slovenia, @Ministerstva za gospodarstvo, turizem in šport in @Ministerstva za vzgojo in izobraževanje.

#AlpeAdria #Kulinarika #Lokalno #IFeelSlovenia #dolenjska #wellness #velnes #vssbrezice

## 3.2 PRIPRAVA STOJNICE

Decembra smo začeli s pripravo stojnice, daril, oblačil in drugih podrobnosti, pri čemer z intenzivnim delom nadaljujemo tudi v januarju. Osrednji dogodek na stojnici bo žrebanje nagrad ob 15. uri za vse, ki bodo v svojih zgodbah na družbenih omrežjih označili naš profil. Razmišljamo tudi o vključitvi posebnega ključnika (#) ali označbe (@), kar bomo še dokončno določili.

Obiskovalcem bomo ponudili izvirne izdelke, kot sta:

- **Začetni paket: Kako postati wellness princesa ali princ?** in

- **Mystery Box**, ki vključuje tradicionalne produkte za sproščanje stresa.

Pripravili bomo tudi QR test s tremi vprašanji, pri čemer se bodo posamezniki z vsemi pravilnimi odgovori uvrstili v nagradno žrebanje ob zaključku dogodka.

Na steni za stojnico bomo razobesili velike zavese, ki bodo razprte in predstavljajo vstop v drug – wellness svet. Svet brez stresa, kjer domuje mir in sprostitev.



Slika 3: Načrt za postavitev stojnice

# 4 FINANČNI NAČRT

**Finančni načrt za projekt: Wellness Princesa**

**1. Materialni stroški**

| **Postavka** | **Količina** | **Cena na enoto (EUR)** | **Skupaj (EUR)** |
| --- | --- | --- | --- |
| Priprava stojnice | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Dekoracija (kraljevski motivi) | 10 kosov | 10,00 | 100,00 |
| Materiali za promocijske materiale (plakati, letaki) | 200 kosov | 0,50 | 100,00 |
| Prigrizki in pijača za promocijo | 100 enot | 2,50 | 250,00 |
| Kronice in rekviziti za fotografiranje | 20 kosov | 5,00 | 100,00 |
| Ličila za ličenje na stojnici | 1 komplet | 75,00 | 75,00 |
| **Skupaj materialni stroški** |  |  | **775,00** |

**2. Stroški promocije**

| **Postavka** | **Količina** | **Cena na enoto (EUR)** | **Skupaj (EUR)** |
| --- | --- | --- | --- |
| Videoprodukcija (snemanje in montaža) | 1 | brezplačno | brezplačno |
| Digitalno oglaševanje (socialna omrežja) | 1 kampanja | brezplačno | brezplačno |
| Tisk promocijskega materiala | 200 kosov | 0,75 | 150,00 |
| **Skupaj stroški promocije** |  |  | **150,00** |

**3. Stroški storitev in logistike**

| **Postavka** | **Količina** | **Cena na enoto (EUR)** | **Skupaj (EUR)** |
| --- | --- | --- | --- |
| Najem prostora za stojnico | 1 | brezplačno | brezplačno |
| Transport materialov | 1 | 150,00 | 150,00 |
| **Skupaj stroški logistike** |  |  | **150,00** |

**4. Skupni stroški projekta**

| **Kategorija** | **Znesek (EUR)** |
| --- | --- |
| Materialni stroški | 775,00 |
| Stroški promocije | 150,00 |
| Stroški storitev in logistike | 150,00 |
| **Skupaj stroški** | **1.075,00** |

**5. Vir financiranja**

Prispevki šole za podporo projekta

**Rezerva in optimizacija - Rezervni sklad**

10 % skupnih stroškov (107,50 EUR) za nepričakovane izdatke.

* **Optimizacija:**
  + Uporaba recikliranih nagrad, kot že predlagano.
  + Pogajanja za nižje stroške oglaševanja in najema prostora.

Nagrade za nagradno igro smo RECIKLIRALI. Zaposlenim in študentom na višji šoli smo poslali novoletni dopis, da za nagradni sklad donirajo darila, ki so jih za novo leto dobili in za njih nimajo uporabne vrednosti. Tako bodo v nagradni igri dobili nove lastnike.

Določitev stroškov sproti zaenkrat ne moremo v celoti določiti. Bomo pa to izvajali z razumnim sprejemanjem odločitev in upoštevanjem ROI.

# 5 TERMINSKI NAČRT

## 5.1 RAZVOJ KRALJEVSKI VELNES

Ideja je nastala v mesecu decembru 2024, ko smo se zbrali skupaj prvi in drugi letniku in se odločili, da se bomo udeležili mednarodnega festivala. Na festivalu se bomo predstavili kot: kraljevski velnes.

Idejo so podprli tudi ostali študentje in predavatelji, ravno tako tudi vodstvo šole.

Pisni del projekta in videa smo zaključevali v začetku leta 2025. Sedaj pa se bomo intenzivno začeli pripravljati na pripravo zanimive in privlačne interaktivne stojnice, ki bi prikazala naše sporočilo.

*Če pogledamo na to, kako smo v začetku videli idejo lahko danes rečemo, da smo jo zelo dodelali in res* ***umestili v sodoben čas z modrostmi iz preteklosti****.*

# 6 VIRI IN LITERATURA

European Spa Association (2023). Wellness Trends and Innovations in Europe. Dostopno na: https://www.europeanspas.eu

Gojčič, S. (2024). Velnes in velneška dejavnost. Glotta nova, Ljubljana.

Grad Brežice (2022). Zgodovina gradu Brežice. Pridobljeno 8. 1. 2025 na: https://www.pmb.si/grad-brezice

I Feel Slovenia (2024). Promocija Slovenije kot velnes destinacije. Dostopno na: https://www.slovenia.info

Kosec, Z. (2018). Svetovanje za dobro počutje; Učbenik višje šole. Višja šola za kozmetiko in velnes, Ljubljana.

Mednarodni wellness kongres (2024). Trendi v velnes industriji. Ljubljana: Velnes Slovenija.

Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport (2024). Strategija trajnostnega turizma. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije.

Občina Brežice (2022). Kulturna dediščina Posavja. Pridobljeno 8. 1. 2025 na: https://www.brezice.si

Turistična zveza Slovenije (2023). Program Alpe Adria – Tržnica turizma. Dostopno na: https://www.turisticna-zveza.si

Zavod za turizem Brežice (2023). Razvoj lokalne kulinarike v turizmu. Dostopno na: <https://www.visitbrezice.com>

# Priloga 1 - Video prispevek

# Priloga 2 – povzetek

Višja strokovna šola Brežice

E-pošta: vss.brezice@guest.arnes.si

**NASLOV NALOGE: WELLNESS PRINCESA**

**Avtorji (program Velnes):**

1. Nika Zorko, 2. letnik
2. Nika Močnik, 2. letnik
3. Nasiha Žilić, 1. letnik
4. Jan Kuselj, 1. letnik
5. Jakob Črpič, 1. letnik
6. Niki Radovič, 1 letnik

**Mentorici:**

1. dr. Zinka Kosec, spec. org.- manag.
2. Lidija Furlan, univ. dipl. upr. org.

## Povzetek v slovenskem jeziku

Projektna naloga Wellness Princesa raziskuje in razvija inovativni turistični produkt, ki združuje grajsko kulinariko, velnes storitve in lokalno kulturno dediščino. Cilj projekta je obiskovalcem ponuditi edinstveno doživetje sprostitve in razvajanja v ambientu, ki prepleta zgodovino in sodobne wellness trende. Poseben poudarek je namenjen razvoju izvirne zgodbe, pripravi promocijskih aktivnosti ter oblikovanju interaktivne stojnice za predstavitev na mednarodnem festivalu Turistične zveze Slovenije.

Projekt vključuje podrobno analizo lokalnega okolja, načrtovanje tržnih strategij ter pripravo finančnega in terminskega načrta. Na stojnici bodo obiskovalci lahko preizkusili velnes produkte, sodelovali v nagradnih igrah in doživeli kraljevsko razvajanje. S tem projekt ne le prispeva k promociji slovenskega turizma, temveč spodbuja tudi kreativno uporabo lokalne dediščine za razvoj sodobnih turističnih rešitev.

Ključne besede: wellness, princesa, stres

## Summary

The project Wellness Princess explores and develops an innovative tourism product that combines castle-inspired cuisine, wellness services, and local cultural heritage. The aim is to offer visitors a unique experience of relaxation and indulgence in an environment that blends history with modern wellness trends. The project focuses on creating an original narrative, planning promotional activities, and designing an interactive stand for presentation at the international festival of the Slovenian Tourist Board.

The project includes a detailed analysis of the local environment, marketing strategies, and the preparation of financial and timeline plans. At the stand, visitors will be able to experience wellness products, participate in prize games, and enjoy royal pampering. This project not only contributes to the promotion of Slovenian tourism but also encourages creative use of local heritage to develop modern tourism solutions.

Keywords: Wellness, Princess, Stress