„Turisti ostaju kratko u Mostaru i tako ne donose značajni prihod gradu. Kako možemo postići da turisti u Mostaru borave duže i time doprinesu gospodarskom razvitku Grada Mostara?“

**Intro – Azra Dzigal**

* Produženje boravka turista u Mostaru i doprinos ekonomskom razvoju grada zahtijeva sveobuhvatan i multidisciplinarni pristup. Ovaj izazov nije jedinstven samo za Mostar, već se s njim suočavaju brojne svjetske destinacije. Ključ uspjeha leži u sinergiji i koordiniranom djelovanju različitih dionika - od vladinih i lokalnih institucija, preko privatnog sektora, do nevladinih organizacija i same zajednice.
* U ovom procesu, svaki sudionik ima svoju ulogu i doprinosi konačnom cilju na svoj način. Vladine i lokalne institucije mogu osigurati potrebnu infrastrukturu i regulativu, privatni sektor može investirati u atraktivne sadržaje i usluge, dok nevladine organizacije mogu promicati održivi razvoj i očuvanje kulturnog naslijeđa. Lokalna zajednica igra ključnu ulogu u stvaranju dobrodošle i autentične atmosfere koja privlači posjetitelje.
* Svaki od ovih elemenata doprinosi stvaranju privlačne i održive turističke destinacije, što u konačnici vodi ka povećanju broja noćenja turista i, posljedično, većem gospodarskom doprinosu. Razumijevanje i primjena ovog holističkog pristupa ključno je za postizanje željenih rezultata i transformaciju Mostara u destinaciju koja privlači turiste na duži boravak

**Azra Dzigal**

**Upravljački aspekti:**

* Kantonalna i gradska turistička zajednica kao ključni akteri u promociji i upravljanju Mostarom kao destinacijom.
* Razvijanje sveobuhvatne strategije koja uključuje digitalnu promociju, poboljšanje posjetiteljskog iskustva (visitor experience), i edukaciju lokalnih dionika (workforce).
* Primjeri dobre prakse iz drugih gradova koji su uspjeli transformirati svoj turistički sektor.
* Implementacija Menadžment plana za upravljanje UNESCO zonom

**Infrastrukturni razvoj:**

* Izgradnja kvalitetnih hotelskih kapaciteta, kao što je otvaranje Hilton hotela. Slučaj Marriot.
* Ulaganje u lokalne atrakcije i sadržaje koji će potaknuti turiste na duži boravak.

**Transportni aspekti:**

* Unapređenje usluga mostarskog aerodroma za bolju povezanost s ključnim tržištima.
* Promocija željezničke linije Sarajevo - Mostar kao jedne od najljepših ruta, s naglaskom na prijeko potrebno poboljšanje usluga i uvođenje online rezervacija.

**Ruba Velagić**

**Digitalni marketing i online prisutnost:**

* Intenzivna promocija na društvenim mrežama poput FB, IG, TT, ali na Googleu, YouTubeu, TripAdvisoru, GetYourGuideu, i Expediji itd
* Redovito ažuriranje sadržaja i informacija o destinaciji, kako bi se potaknuli turisti na duži boravak.

**Razvoj turističkih proizvoda, fokus na iskustva:**

* Kreiranje autentičnih iskustava zasnovanih na lokalnoj kulturi, historiji i prirodnim ljepotama.
* Digitalni marketing za dosezanje targetiranih tržišta
* FTI - Odluka o broju dana na destinaciji se donosi prije dolaska, na odluku utiče pristup informacijama, dostupni proizvodi, sadržaji, eventi, povezanost...

**Marketing i prodaja turističkih paketa:**

* Promjena pristupa regionalnih agencija od prodaje jednodnevnih izleta prema višednevnim programima – Hub and spokes model.
* Organizacija "fam trips" za agencije kako bi se upoznali s bogatom ponudom Mostara i regije, primjer TTC i Intrepid
* Jačanje lokalnih DMCs

**Brendiranje regije:**

* Inicijative poput "Vinske Ceste Hercegovine" i "Mostar grad Vina" za stvaranje snažnijeg i atraktivnijeg regionalnog identiteta.
* Kako ove inicijative mogu promijeniti percepciju Mostara kao destinacije i potaknuti duži boravak?

**Targetiranje tržišta s većom potrošnjom:**

* Analiza tržišta i potrošnje za identificiranje ciljnih skupina.
* Organiziranje "press trips" za medije iz ciljanih regija za promociju Mostara.

**MICE segment:**

* Razvoj Mostara kao destinacije za sastanke, insentiv, konferencije i izložbe, što može znatno pridonijeti lokalnoj ekonomiji.