

Hrvatska uistinu može biti destina

Mladi bračni par Robert i Željka Kunštek, nakon dugogodišnjeg iskustva u turističkoj branši, odlučili su prije godinu dana napraviti nešto svoje, pa su pokrenuli tipTravel magazine, besplatni online magazin o turizmu i putovanjima, koji izlazi u hrvatskom i engleskom izdanju. Na ideju su došli prateći svjetske trendove u turističkoj promociji, budući da se većina turističkog poslovanja i informiranja preselila iz papirnate u online formu.

Koncept tipTravel magazina - što je to, odakle ideja, od čega se sastoji?

» Prvo smo se obratili hrvatskom Zavodu za zapošljavanje, gdje nas je izuzetno susretljiva Ljiljana Špoljarić detaljno informirala o mogućnostima apliciranja za program poticanja samozapošljavanja te o formalnim uvjetima koje je potrebno ispuniti. Iako nismo očekivali puno, nakon ispunjenja svih formalnih uvjeta i predaje poslovnog plana, ostali smo ugodno iznenađeni. Naš je projekt bio prepoznat i bespovratna sredstva su već nakon dva tjedna bila odobrena.

Željeli smo napraviti nešto novo, a nakon pomnog istraživanja tržišta, došli smo do zaključka kako Hrvatska još nema online turistički magazin. Dok, s druge strane, turističke zemlje poput Italije, Španjolske ili Francuske već godinama u svojoj turističkoj promidžbi koriste taj kanal.

Ove godine je donesena i Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, u kojoj je također naglašen online zaokret u promociji hrvatskog turizma. I tako je nastala ideja o online magazinu. U početku je bilo malo dvojbi oko toga je li potrebno otisnuti određeni broj magazina ili ne, ali smo na kraju odlučili ići samo u online izdanje. Realno gledajući, turisti su danas na internetu, žele

INTERVJU Robert i Željka Kunštek, nakon dugogodišnjeg iskustva u turističkoj branši, odlučili su prije godinu dana napraviti nešto svoje, pa su pokrenuli tipTravel magazine, besplatni online magazin o turizmu i putovanjima



ROBERT I ŽELJKA KUNŠTEK, vlasnici tipTravel magazina

u tren oka saznati informacije, dobiti ideje na ekranu i vidjeti kuda otići, primjerice, za vikend.

Dugo smo razvijali ideju, mijenjali dizajn, koncepciju magazina i sl., dok nismo došli do modela u kojem sada izlazimo. Željeli smo dobiti 'feedback' od ljudi i pokušati im ponuditi one sadržaje koji njih zanimaju, a nisu na taj način dostupni na tržištu.

Brz tempo života koji je ljudima današnjice nametnut onemogućava im često duge odmore i odlazak u egzotične destinacije. Oni če-

sto samo vikendom imaju vremena, a opet, dolaze u situaciju da im ponestane ideje kamo bi otputovali u slobodno vrijeme. Nemaju vremena ni dugo istraživati što sve mogu, primjerice, vidjeti na svega pola sata ili sat vremena vožnje od Zagreba. Svako mjesto u Hrvatskoj može vam ispričati neku novu priču, a naš je zadatak otkriti ih i na zanimljiv način predstaviti.

Odmor i putovanje ne znače nužno more i velike turističke resorte. Naprotiv, ljudi su željni sjesti u automobil i negdje u blizi-

ni pronaći svoju oazu mira, tišine ili pak zabave. Inzistiramo na autorskim reportažama, nema govora o 'copy-paste'-u s interneta. Svi naši suradnici odlaze na teren i, ovisno o pojedinom broju, dobiju tematske zadatke. Smatramo kako doživljaji stvarnog putovanja nikad ne mogu biti dočarani pisanjem iz ureda, bez prethodnog doživljaja destinacije o kojoj se piše. Potrebno je doživjeti svaku različitu lokaciju, bilo da se radi o malom gradiću, otoku, restoranu, konobi ili možda izletu u prirodu. Osobna emocija

prenesena na papir ostavlja sasvim drugačiji dojam od suhoparnog teksta za kojeg su sve potrebne informacije preuzete s interneta.

Odakle hrabrosti za pokretanje privatnog biznisa u ova teška, krizna vremena?

» Želja za pokretanjem vlastitog projekta vjerojatno je bila jača od straha i realnosti. Plan nam se motao po glavi godinama dok smo radili na nekim drugim poslovima vezanim za turizam. Istina je što kažu, kada se jednom krenete baviti turizmom, on vam se jednostavno uvuče pod kožu. Primjetili smo kako se cjelokupna turistička promocija premjestila u online format, te smo počeli istraživati tržište. Vodili smo se jednom mišlju, a to je raditi nešto što volimo i u čemu smo dobri. Zvuči romantično, ali ovaj projekt uistinu radimo sa sr-

Želja nam je promovirati hrvatski turizam, budući da ćete u većini današnjih travel magazina vidjeti LUKSUZNE I DALEKE inozemne lokacije. Potrebno je i vrijedno upoznati svaki dio naše zemlje, shvatiti do kraja njezine potencijale, vrijednost i ljepote

Destinacija za svih 365 dana u godini

cem. Želja nam je promovirati hrvatski turizam, buduću da ćete u većini današnjih travel magazina vidjeti luk-suzne i daleke inozemne lo-kacije. Potrebno je i vrijed-no upoznati svaki dio naše zemlje, shvatiti do kraja nje-zine potencijale, vrijednost i neotkrivene ljepote te ih približiti i domaćim i stran-im gostima. Imajući u vidu da smo prije pola godine ušli u Europsku uniju, realno je očekivati da će se i zima-nje za Hrvatsku uvelike po-većati.

Gdje je moguće pronaći tip-Travel magazine? Jeste li zadovoljni čitanošću maga-zina?

» Nalazimo se na svjetskoj platformi Issuu, na kojoj se nalaze online magazini raz-ličitih industrija širom svi-jeta, uključujući i travel ma-

gazini. Magazin je dostupan i na iOS Newsstand aplikaci-ji, svojevrsnom kiosku za digitalna izdanja, putem koje je korisnicima iPhone, iPad i iPod touch uređaja omogućena dodatna inte-riaktivnost i još kvalitetniji doživljaj čitanja. Putem apli-kacije je magazin moguće či-tati i offline, dakle, bez pri-stupa internetu, primjerice tijekom putovanja zrako-plovom. Izravne linkove na magazin je moguće pronaći i na našoj web stranici: www.tiptravelmagazine.com, kao i na našem Facebook-u, a dovoljno je i u AppStore-u ukucati "tiptravel".

Veseli nas što je čitanost svakog broja (i u hrvatskom i engleskom izdanju) u kon-tinuiranom porastu, a naša je aplikacija dosad preuzeta iz čak 83 zemlje svijeta te je posljednjih nekoliko tjeda-

na visoko pozicionirana (u top 10) u AppStore-u (Top charts, kategorija "Travel" za "free" aplikacije).

Planovi za budućnost?

» Planova je uistinu puno, ali nam je cilj ići 'step by step', odnosno projekt razvi-jati postepeno. Tako nam se čini zanimljivije, ali i 'zdra-vije'. U tijeku je razvoj apli-kacije za Android uređaje, a postepeno ćemo uvađati nove rubrike i sadržaje u magazin, kako bismo čita-teljima uvijek mogli ponu-diti nešto novo i drugačije. U 2014. godini je, između ostalog, u planu i dodatno ojačati promociju u inozem-stvu.

Po vašem mišljenju, što se sve treba promijeniti u svi-jesti hrvatskih poduzetnika i turističkih djelatnika kako bi

se hrvatski turizam mogao razviti do svojih punih po-tencijala i kapaciteta?

» Što se Hrvatske tiče, mišljenja smo da je ključno dalj-nje ulaganje u sadržaje jer Hrvatska uistinu može biti destinacija za svih 365 dana u godini, a ne samo prima-mljivo ljetno odredište. Me-đutim, turisti danas traže raz-znovrsnu ponudu i aktivniji su nego ikad. Stoga je potreb-no kontinuirano pratiti nji-hove potrebe, prilagođavati se trendovima, razvijati nove turističke proizvode, temat-ske rute i sl., koje će ih privla-čiti tijekom cijele godine, i nakon što glavni dio turistič-ke sezone završi. A kada takvi sadržaji zažive, treba ih kvalitetno ispromovirati i približiti turistima kako na inozemnom, tako i na doma-ćem tržištu. Tu onda mi 'na-stupamo'.

S kojim se problemima su-srećete na terenu?

» Svaka reportaža za nas je novi izazov i novo otkriće. Ponekad je potrebno malo duže vremena, od prvotno planiranog, posvetiti istra-živanju neke destinacije i pronalasku kompetentnih sugovornika za određene teme. Ponekad nas i vrijeme malo 'zezne' pa, primjerice, padne kiša baš onda kada smo planirali fotografirati destinaciju. Ali, sve su to normalne situacije koje je potrebno predvidjeti i prilagođiti im se. Također, zna-mo se na terenu susresti i s ljudima, posebno starije ge-neracije, kojima neobično zvuči 'online magazin', jer su navikli na tiskana izda-nja. No, kada vide magazin, veseli nas što im se uvijek jako sviđa.

Sonja Župan



PROMJENE

Od Nove godine na snazi tri nova građevinska zakona 2

POGLED U BUDUĆNOST

Nijemci s velikim optimizmom dočekuju 2014. godinu 4

GOSPODARSKI RAST

Britanija bi 2030. mogla postati najveće gospodarstvo u Europi 5

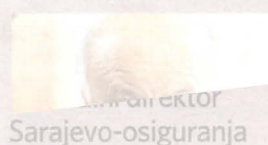
business.hr

PONEDJELJAK I UTORAK 30. i 31. 12. 2013. | BROJ 1536 | 10 KUNA | 1,40

NAJČITANIJE DNEVNE POSLOVNE NOVINE*

NOVE REFORME

8



Sarajevo-osiguranja

Mijenjanje zakona

predsjednica HUP

Dalmacija

» 6-7

INTERVJU: ROBERT I ŽELJKA KUNŠTEK

Hrvatska može biti destinacija za svih 365 dana u godini

24

HRVATSKI PROIZVOD

Codeanywhere lansira iOS verziju svoje aplikacije

22