

Kako v turizmu uspešno prodati doživetje

Enigmarij se po letu dni lahko pohvali z devetimi sobami za pobeg, pravi Nataša Potočnik, soustanoviteljica in kreativna direktorica. V Ljubljani so po oceni neodvisnega portala Trip Advisor najbolj priljubljena turistična aktivnost



Nataša Potočnik (osebni arhiv)

TANJA MILAKOVIČ

V enem letu devet sob za pobeg, tudi v Trstu in Pulju. V Ljubljani so postale celo top turistična atrakcija. Ste računali na takšen uspeh, ko ste odpirali prvo?

"Ko je ekipa Escape Enigmarij septembra lani prva v Ljubljani predstavila nov in povsem originalen koncept preživljanja prostega časa: resnično-sto interaktivno igro za dva do pet igralcev Escape room Enigmarij, si nismo niti v sanjah predstavljali, da bomo v manj kot letu dni kreirali devet sob, postali ena najbolj vročih ljubljanskih turističnih atrakcij in trendsetter (določevalec trendov) v širši regiji. Sobe so namreč v Ljubljani že v nekaj mesecih, po oceni neodvisnega portala Trip Advisor, postale najbolj priljubljena turistična aktivnost, naš inovativni Escape Igloo, ki smo ga pozimi postavili v Kranjski Gori, pa je prejel tudi nagrado Snovalec 2015."

Katera soba je najbolj obiskana?

"Največkrat je bila obiskana naša prva soba pobega v Ljubljani, (od)Rešitev. Verjamemo, da ne le zato, ker je najdlje na trgu, temveč zato, ker ima še posebej čaroben game flow (potek igre), ki je ena od bistvenih sestavin recepta za uspešno sobo. Naj omenim še Escape Igloo, s katerim smo letošnjo zimo dokazali, da je naš koncept edinstven in zmoremo razmišljati tudi širše. Čeprav je osnovni koncept za vse sobe enak: ekipo največ petih igralcev zaklenemo v tematsko sobo, kjer morajo v 60 minutah odkriti skrivne predmete in namige, dešifrirati kode in šifre, razrešiti uganke in zanke, odkleniti skrivne predale in ključavnice, predvsem pa logično razmišljati, sodelovati in najti ključ, je pravzaprav vsaka soba zgodba zase. Naloge in preizkušnje pa izvirne in drugačne, prilagojene vsakemu mestu posebej. V Pulju, v sobi strašne Črne vdove, brbota lonec živo zelenega strupa, tekmovalci pa morajo deaktivirati strup, še preden zlobnica zastrupi vso Istro. Italijane v Trstu navdušuje zgodba slavnega kuharja, maestra Luigija, znanega po omaki za testenine, ki osreči vsakogar. Ker so se do recepta skušali dokopati mafijci, je Luigi recept skril in zakriptiral, naloga tekmovalcev pa je, da dešifrirajo recept in naredijo svet spet srečen."

Nekoliko drugačna pa je menda soba dr. Hannibala v Mariboru?

"To je soba nove generacije, ki smo jo sami razvili. V sobi dr. Hannibala v Mariboru igralci preko nalog in uganek, ki jih morajo rešiti, na zabaven način spoznavajo zgodovino mesta. Med renovinarjem lokala v Vetrinjski ulici smo našli časovni stroj, ki nas preseli v mračni srednji vek. V ordinaciji dr. Hannibala Bottinonija, zdravnika iz Benetk, edinega zdravnika,

ki si je v 17. stoletju upal priti zdraviti obolele za kugo v Mariboru. Poiskati je treba skrivni recept, s katerim se zdravnik obrani pred sicer zelo nalezljivo kugo, in pobegniti nazaj, v današnji čas. Ponosni smo seveda na vse naše sobe, predvsem zato, ker smo vse zanke, uganke in dramaturgijo vsake sobe posebej zasnovali sami. Pripravili smo različne, povsem unikatne preizkušnje, ki še niso bile videne nikjer drugje, razvili smo poseben sistem pomoči s slikovnimi namigi, raznolike preizkušnje pa zasnovali tako, da vsak član ekipe pride na svoj račun. Igra poteka na simbolnem nivoju, zato znanje tujih jezikov ni potrebno, tu pa so tudi posebej usposobljeni najrazličnejši gamemasterji, zabavni high-tech pripomočki lastne razvojne ekipe, in skrbno načrtovana celovita uporabniška izkušnja od A do Ž."

S čim ste se ukvarjali, preden se je rodila ideja o Enigmariumu?

"Ko smo na začetku preteklega leta kreatorji znamke Escape Room Enigmarij prvič slišali in spoznali to igro, smo v trenutku vedeli, da je to to! Precej je pomagalo, da imava soustanovitelja korenine v oglaševalski agenciji, kjer sva se dobrih dvajset let kalila na področju kreiranja znamk, trženja, oglaševanja, organizacije dogodkov, oblikovanja in izvedbe spletnih strani. Projekta smo se lotili tako, kot je prav, in bili sami sebi pravzaprav idealen naročnik. Preden smo zasnovali koncept in strategijo znamke, smo seveda naredili tržno raziskavo. Tedaj je bilo v naši okolici le na Madžarskem nekaj tovrstnih sob, ena v Srbiji, na Hrvaškem, v Italiji in v Avstriji pa zanje še sploh niso slišali, medtem ko sta Amerika in Azija razvili nekoliko drugačne načine igre, tedanji ponudniki franšiz pa niso nudili ustreznih rešitev. Prepoznali smo priložnost in sklenili, da lahko z lastnim znanjem in več kot dvajsetletnimi izkušnjami ponudimo boljše rešitve, zato smo tako igro kot ves poslovni model razvili sami."

Razvili ste unikatni franšizni sistem, k sodelovanju vabite tudi nove partnerje. "Enigmarij Escape Room ni povsem klasična franšiza. Klasične franšize prodajajo delujoč poslovni model in copy paste vsake operacije, vključno z opremo prostora, mi pa ponujamo partnersko sodelovanje v okviru znamke in delujočega modela, popoln know-how in izvedbo vseh elementov - toda z unikatnimi sobami ter v partnerskih razmerjih, o katerih se z vsakim partnerjem na lokaciji posebej dogovorimo. Za uspešen zagon in nadaljnje poslovanje je ključno, da se nove sobe odpirajo na strateško skrbno izbranih lokacijah, kjer skupaj s partnerjem poiščemo primeren prostor in zasnujemo izvirno zgodbo."

Vaše načelo je: zakaj bi bili konkurentje, če lahko sodelujemo. Se vam ta poslovna filozofija obrestuje?



Soba dr. Hannibala v Mariboru je soba nove generacije, ki smo jo sami razvili. (Sašo Bizjak)

"Današnji obiskovalci si ne želijo več samo vloge pasivnega opazovalca, temveč aktivnejših doživetij"

"Tako kot pri kreiranju sob želimo razmišljati zunaj (slovenskih) okvirjev tudi pri poslovnih modelih, zato smo potencialne konkurente na spletni strani raje povabili k sodelovanju. S skupnim nastopom pod isto znamko tako pridobimo vsi, saj uresničevanje skupne strategije ne pomeni le cenovno učinkovitejšega načina in najhitrejša poti do cilja. Močna znamka ima pomemben razlikovalni pomen, našim igralcem predstavlja varnost in olajša odločitve, izraža pripadnost in prestiž, zagotavlja pa tudi večjo lojalnost naših tekmovalcev. Zakaj bi bili konkurentje, če lahko sodelujemo? Da je razmišljanje pravilno, potrjuje tudi več kot 12.000 zadovoljnih in nasmejanih igralcev!"

Odločili ste se tudi za unikatno trženje doživetij v turizmu. O tem ste predavali tudi udeležencem mednarodnega seminarja na fakulteti Turistica. Kaj ste jim povedali?

"Seminar o marketingu v turizmu je bil namenjen trženju doživljajskega turizma, torej kako prodati doživetje. Kako tržiti neotipljivo. Današnji obiskovalci si ne želijo več samo vloge pasivnega opazovalca, temveč si želijo aktivnejših doživetij, ob katerih se bodo predvsem čim bolj zabavali in aktivno sodelovali. Prav tako izkušnjo nudi naš koncept pobega iz sobe. In če je združen še z zgodbo, povezano z lokalno zgodovino, obiskovalci, ko se vrnejo domov, z navdušenjem razlagajo o doživetju in postajajo ne le ambasadorji blagovne znamke, temveč ambasadorji in promotorji mesta. Ker se zavedamo se vse bolj vročega pomena igrifikacije in storytellinga v turizmu, že razvijamo tudi druge unikatne rešitve - sveže doživljajske modele, s katerimi se lahko na primer obogatijo muzeje in podobno."

ROMANTIČNO RAZVAJANJE V DVOJE

Cena paketa za dve osebi: 378,00 €

Paket vključuje:

- pijačo dobrodošlice,
- 2x prenočitev s polpenzionom v apartmaju z lastnim whirlpoolom na terasi,
- na željo postrežbo zajtrka v apartmaju,
- 1x romantično večerjo v a la carte restavraciji,
- steklenico penecnega vina in sladko presenečenje v apartmaju,
- sadje v sobi,
- uporabo kopalnega plašča in copat,

- neomejeno kopanje v bazenih termalnega parka,
- na dan prihoda in odhoda možnost kopanja cel dan brez doplačila,
- neomejen vstop v svet savn,
- neomejen vstop v fitness,
- late check-out do 16. ure,
- 20% popust na vse masaže,
- animacijski program,
- brezplačno parkiranje v garaži,
- brezplačni brezžični internet.



BIOTERME

Informacije in rezervacije:
Bioterme Mala Nedelja, Moravci v Slov. goricah 34 b,
9243 Mala Nedelja; Telefon: 05 565 2000,
 E-pošta: hotel@bioterme.si, Splet: www.bioterme.si

PODARITE NEPOZABNO DOŽIVETJE

Darilni bon, ki navduši vsakogar!

ENIGMARIJ
 ESCAPE ROOM

Pobegnite iz najbolj priljubljenih sob:
 v MARIBORU na VETRINJSKI ULICI 8
 ali iz katere od 4 SOB v LJUBLJANI!
www.escape-room.si | 041 33 44 10

