

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore

Knjiga standarda kolektivnog žiga Montenegro Quality



Oktober 2024.

Uvod

Knjiga standarda sadrži posebne uslove koje trebaju ispuniti pravna ili fizička lica registrovana za obavljanje turističke i ugostiteljske djelatnosti u Crnoj Gori, kao i pravna i fizička lica registrovana za obavljanje povezanih djelatnosti u Crnoj Gori za sticanje prava na korišćenje kolektivnog žiga Montenegro Quality.

Posebni uslovi su dati po vrstama usluga/djelatnosti, i to:

- 1) Montenegro Quality standardi za hotele i slične objekte (turističko naselje, motel, pansion, eco lodge i wild beauty resort), integralni (udruženi) hotel i turistički rizort;
- 2) Montenegro Quality standardi za kamp sa najviše 15 smještajnih jedinica;
- 3) Montenegro Quality standardi za kamp sa 16 i više smještajnih jedinica;
- 4) Montenegro Quality standardi za turističke apartmane, sobe, kuće i stanove
- 5) Montenegro Quality standardi za etno sela, gostionice i odmarališta
- 6) Montenegro Quality standardi za hostele
- 7) Montenegro Quality standardi za seoska domaćinstva;
- 8) Montenegro Quality standardi za restorane
- 9) Montenegro Quality standardi za picerije
- 10) Montenegro Quality standardi za konobe
- 11) Montenegro Quality standardi za poslastičarnice
- 12) Montenegro Quality standardi za barove
- 13) Montenegro Quality standardi za lokalne proizvođači;
- 14) Montenegro Quality standardi za Suvenirnice;
- 15) Montenegro Quality standardi za nacionalne parkove;
- 16) Montenegro Quality standardi za Atrakcije,
- 17) Montenegro Quality standardi za skijališta;
- 18) Montenegro Quality standardi za muzeje i galerije;
- 19) Montenegro Quality standardi za SPA centre;
- 20) Montenegro Quality standardi za turističke agencije ;
- 21) Montenegro Quality standardi za aerodrome;
- 22) Standardi održivosti za MQ;

Ukoliko za određenu vrstu djelatnosti nije primjenljiv neki od utvrđenih uslova taj uslov se isključuje iz postupka, a ispunjenost uslova i bodovanje se vrši na osnovu primjenljivih uslova.

Knjigom standarda definisan je i logo kolektivnog žiga Montenegro Quality i dato uputstvo za korišćenje žiga.

Montenegro Quality - Standardi za: - hotel i slične objekte (turističko naselje, motel, pansion, eco lodge i wild beauty resort);	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima hotela (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hotela:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih radnika (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	2	
	40% stalnih- 60% sezonskih	4	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih- 40% sezonskih	8	
	70% stalnih- 30% sezonskih	10	10
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 3*/na 100 soba	70-80	10	
	više od 80	15	
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 4*/na 100 soba	80-95	10	
	više od 95	15	
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 5*/na 100 soba	95-150	10	
	više od 150	15	15
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
SUVENIRNICA			
Ukoliko hotel ima suvenirnicu u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0

Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ U HOTELU			
U dizajnu hotela prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela preovladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika u prostoru doprinosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela preovladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U hotelu koji ima animaciju (dječja igraonica, predstava, sportska druženja, i sl.) 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
SOBA HOTELA			
U sobi hotela u mini baru najmanje 2 proizvoda proizvedena u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
U sobi hotela je prirodna kozmetika	Da	5	5
	Ne	0	0
KONGRESNA PONUDA			
Konferencijska dvorana	Da	5	5
Digitalna moderna oprema prilagođena za videokonferencije	Da	5	5
INFORMISANJE GOSTA			
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni na recepciji informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koji pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta shodno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a			
Saradnja/ugovor hotela s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili sa kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		

Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korišćenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Hotel ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	0
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnu godinu (prosjeak po smještajnoj jedinici).	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijskih spomenika, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se unapređuje promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objavljuju se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Pri ulasku u objekat, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	2	2
	Ne	0	0
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	10	10
	Ne	0	0
			198
			max br bodova
Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.			
Bronzani znak: 55-70 % bodova			
Srebrni znak: 70-85% bodova			
Zlatni znak: 85 i više			

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i

kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za kamp sa najviše 15 smještanih jedinica	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja kampa:	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-4 mjeseci	8	
	više od 4 mjeseca	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika u toku glavna 4 mjeseca rada (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	1	
	40% stalnih- 60% sezonskih	2	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih - 40% sezonskih	8	
	70% stalnih - 30% sezonskih	10	10
Sanitarije: sušenje ruku zrakom (Dyson i ostali uređaji)	Da	5	5
	Ne	0	0
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
Prilagođenost za osobe sa poteškoćama u kretanju	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti naziv)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi min. 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi restorana dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0

Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalna rješenja: otvaranje rampe očitavanjem tablica automobila za ljude koji su prijavljeni u kampu	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ U KAMPU			
U dizajnu kampa prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Animacija kampa sadrži najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, povijesti, kulturi Crne Gore, doživljaju tijekom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne aktivnosti: dostupnost sportskih sadržaja	Da	5	5
	Ne	0	0
U SMJEŠTAJNIM JEDINICAMA KAMPA			
U smještajnoj jedinici je prirodna kozmetika čiji su prirodni sastojci lokalnog podrijetla ili inspirirani Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima u kampu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		

Djelatnici recepcije informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge, te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji potiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a, SUVENIRNICA			
Ukoliko kamp ima suvenirnicu, u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Suradnja/ugovor kampa s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koje imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	Da	5	5
	Ne	0	0
Organiziraju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	Da	5	5
	Ne	0	0
Koriste se transferi/taxi usluge koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.			
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Kamp ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	0
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje po smještajnoj jedinici.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost informacija o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
			211
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i

kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za kamp sa 16 i više smještajnih jedinica	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja kampa:	najmanje 3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-4 mjeseci	8	
	više od 4 mjeseca	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika u toku glavna 4 mjeseca rada (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	1	
	40% stalnih- 60% sezonskih	2	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih - 40% sezonskih	8	
	70% stalnih - 30% sezonskih	10	10
Sanitarije: sušenje ruku zrakom (Dyson i ostali uređaji)	Da	5	5
	Ne	0	0
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
Prilagođenost za osobe sa poteškoćama u kretanju	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti naziv)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi min. 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
	Da	5	5

U ponudi restorana dva veganska jela.	Ne	0	0
U stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalna rješenja: otvaranje rampe očitavanjem tablica automobila za ljude koji su prijavljeni u kampu	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ U KAMPU			
U dizajnu kampa prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Animacija kampa sadrži najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, povijesti, kulturi Crne Gore, doživljaju tijekom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne aktivnosti: dostupnost sportskih sadržaja	Da	5	5
	Ne	0	0
U SMJEŠTAJNIM JEDINICAMA KAMPA			
U smještajnoj jedinici je prirodna kozmetika čiji su prirodni sastojci lokalnog podrijetla ili inspirirani Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa	OSNOVNI STANDARD		

cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima u kampu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge, te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji potiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a, SUVENIRNICA			
Ukoliko kamp ima suvenirnicu, u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Suradnja/ugovor kampa s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koje imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	Da	5	5
	Ne	0	0
Organiziraju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	Da	5	5
	Ne	0	0

Koriste se transferi/taxi usluge koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.			
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Kamp ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	0
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje po smještajnoj jedinici.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		

Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost informacija o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
			211
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za turističke apartmane, sobe, kuće i stanove</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BROJ BODOVA</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Poslovanje. Upisuje se broj mjeseci iznajmljivanja.	do 3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-5 mjeseci	5	
	od 5 - 7 mjeseci	7	
	više od 7	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
FASADA OBJEKTA			
Fasada je završena, uredna.	OSNOVNI STANDARD		
Fasada je bez vidljivih zaprljanja ili tragovi algi i mahovine.	OSNOVNI STANDARD		
Vanjska stolarija treba biti uredna i redovito održavana.	OSNOVNI STANDARD		
TERASE, BALKONI, VANJSKI SADRŽAJI			
Vrtne i balkonske garniture nisu izrađene od plastike niske kvalitete, uredne su i neoštećene.	OSNOVNI STANDARD		
Jastuci za vrtne sjedalice moraju biti izrađene od lako perivog materijala te moraju biti uredni i čisti.	OSNOVNI STANDARD		
Obvezna je vanjska rasvjeta koja osigurava dovoljnu vidljivost gostima noću prilikom ulaska u smještaj.	OSNOVNI STANDARD		
Vrt treba biti uredan s pretežito lokalnim biljem, najmanje 30 %.	OSNOVNI STANDARD		
Ograde trebaju biti uvijek uredne i svježe obojane.	OSNOVNI STANDARD		
Roštilj uredan, prilagođen rukovanju gostima te udovoljava svim sigurnosnim standardima.	Da	5	5
	Ne	0	0
Izdavatelj smještaja goste informira o vrsti parkirališta kojega nudi ili, ako objekt nema parkiralište, izdavatelj smještaja na to goste upozorava.	OSNOVNI STANDARD		
Paljenje vanjske rasvjete na senzor ili postavljanje solarnih svjetiljki u vrtu.	Da	5	5
	Ne	0	0
OPREMA OBJEKTA - Blagovaonica			
Stolovi i sjedalice nisu izrađeni od plastike niske kvalitete.	OSNOVNI STANDARD		
PVC stolnjaci niske kvalitete ne koriste za prekrivanje stola.	OSNOVNI STANDARD		

OPREMA OBJEKTA - Kuhinja			
U kuhinji se nalazi jedan manji (2 litre) i jedan veći lonac (4 litre), jedna tava, zdjela za salatu (staklena/keramička), košarica za kruh, šalice za mlijeko i kavu, otvarač za vino i flaše, podložak za lonac, jedan veliki višenamjenski nož, daska za rezanje, lim za pečenje.	OSNOVNI STANDARD		
Sve posuđe u objektu je neoštećeno, čaše i pribor za jelo ujednačeni i u kompletu.	OSNOVNI STANDARD		
Po dolasku gostiju, u kuhinji se nalazi nova spužvica za posuđe, deterdžent za posuđe i dvije kuhinjske krpe izrađene od 100 % pamuka – sve nekorišteno, a krpe oprane, izglačane i uredno složene.	OSNOVNI STANDARD		
OPREMA OBJEKTA - Spavaća soba			
Madrac je u dobrom stanju, najviše 5 godina starosti.	OSNOVNI STANDARD		
Na madracu postavljen perivi nadmadrac.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ako izdavatelj smještaja ima šarenu posteljinu, obvezan je imati najmanje jedan komplet bijele posteljine po krevetu.	OSNOVNI STANDARD		
Posteljina se dezinficira pranjem na 90 stupnjeva.	OSNOVNI STANDARD		
Postavljena su minimalno dva jastuka po gostu.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ručnici ne smiju biti oštećeni. Preporučuje se jednobojni ručnici perivi na 90 stupnjeva.	OSNOVNI STANDARD		
Ručnici se moraju zamijeniti kada nastupe vidljivi znakovi istrošenosti.	OSNOVNI STANDARD		
Na krevetu bijela posteljina premium kvalitete.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ručnici i prekrivači premium kvalitete.	Da	5	5
	Ne		
Jastuci imaju perivu zaštitu koja se pere pri svakoj smjeni gostiju pranjem na 90 stupnjeva.	Da	5	5
	Ne	0	0
OPREMA OBJEKTA - Kupaonica			
U kupaonici gostima treba pripremiti sapun koji je nekorišten i nekorišten toaletni papir.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima je potrebno pripremiti najmanje dvije role (ili jedna do dvije po danu, ovisno o tome je li kapacitet smještajne jedinice za 2 ili 4 osobe). Preporučuje se troslojni toaletni papir.	OSNOVNI STANDARD		

Fuge, sanitarije, pločice su uredne, sve odaje osjećaj besprijekorne čistoće.	OSNOVNI STANDARD		
Silikon oko tuš kabine ili kade potrebno je zamijeniti ako nije u besprijekornom stanju (gljivice, pljesan).	OSNOVNI STANDARD		
Sanitarije, ormarići, police bez tragova oštećenosti.	OSNOVNI STANDARD		
Prirodna kozmetika na usluzi gostima.	Da	5	5
	Ne	0	0
OPREMA OBJEKTA - SOBNO BILJE			
Sobno bilje nema intenzivan miris.	OSNOVNI STANDARD		
Cvijeće i sobne biljke nisu zapuštene (osušene i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Motivi slika i detalja su prihvatljivi za sve dobne skupine i ne narušavaju vjerske osjećaje.	OSNOVNI STANDARD		
DIZAJN			
U dizajnu objekta prevladavaju dekoracije od svježeg ili suhog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna dopušta se svileni cvijeće visoke kvalitete).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu objekta prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na terasama i balkonima suncobrani, jastučići, tende i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ako je u objektu dopušten boravak kućnim ljubimcima, prilagođen je smještaj kućnim ljubimcima (ne koristiti insekticide, imati kućni red za goste sa psima, informacije o boravku kućnog ljubimca u destinaciji).	Da	5	5
	Ne	0	0
KLIMATIZACIJSKI UREĐAJ			
Izdavatelj smještaja je obavezan imati najmanje jedan klimatizacijski uređaj po smještajnoj jedinici koji može održavati temperaturu od 21 - 27°C (osim planinskih destinacija).	OSNOVNI STANDARD		
Uredno i redovito se održava klimatizacijski uređaj.	OSNOVNI STANDARD		
Gosti dobivaju ključeve smještajne jedinice i svih zajedničkih prostorija ili vrata koje gost ima pravo koristiti u omjeru 1:2 (jedna smještajna jedinica - najmanje 2 ključa).	OSNOVNI STANDARD		

Izdavatelj smještaja mora poštivati pravila privatnosti i osiguravanja povjerljivosti dobivenih podataka o gostima, njihovim posjetiteljima i aktivnostima tijekom boravka u objektu.	OSNOVNI STANDARD		
POZNAVANJE STRANIH JEZIKA			
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
OSTALI STANDARDI			
Izdavatelj smještaja je obavezan na vidljivom mjestu u smještajnoj jedinici istaknuti Kućni red.	OSNOVNI STANDARD		
Izdavatelj smještaja je dostupan gostu 24 sata dnevno putem mobitela (izdavatelj smještaja osobno ili osoba zadužena za kontaktiranje s gostom tijekom boravka).	OSNOVNI STANDARD		
Svaki gost dobiva paket dobrodošlice. Sadržaj paketa određuje izdavatelj smještaja prema vlastitoj procjeni (vino, suho voće, rakija, voće, povrće, ...).	Da	5	5
	Ne	0	0
Glazba u zajedničkom prostoru pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika.	OSNOVNI STANDARD		
U unutrašnjem prostoru koriste se prirodni mirisi i eterična ulja destinacije koja imaju dezinfekcijska svojstva te stvaraju dojam svježine.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne usluge: dostupnost bicikala, sub, i sl.	Da	5	5
	Ne	0	0
INTERNET			
Gostima se pružaju podaci za korištenje interneta na području objekta u zajedničkim prostorima te u sobama i apartmanima.	OSNOVNI STANDARD		
Ako se objekt nalazi na mjestu gdje nema interneta ili na mjestu na kojem je slaba pokrivenost signalom, izdavatelj smještaja gosta je na vrijeme prije dolaska o tome informirao.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
TRANSFERI, RENT A CAR			
Organizacija transfera u režiji turističkih agencija ili službene taxi usluge s područja Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Transferi koje koristi izdavatelj smještaja imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Izdavatelj smještaja surađuje s turističkim agencijama i taxi službama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i slično.	OSNOVNI STANDARD		

UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (prosjek po sještajnoj jedinici)	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Smještaj ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	10	10
	Ne	0	0
DESTINACIJSKA PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Domaćini informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini, tradiciji i specifičnosti destinacije (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji) prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici (ukoliko postoji), gost ima dostupnost informacija o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Kod domaćina su pripremljene, dopunjene i ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici (ukoliko postoji), gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	0

U usmenoj, online i pismenoj komunikaciji promocija najmanje 10 destinacijskih partnera.	Da	5	5
	Ne	0	0
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave/podijele se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na društvenim mrežama u jednom dijelu aktivno se promovira destinacijska ponuda.	Da	5	5
	Ne		
Izdavatelj smještaja omogućava gostu prijavu i odjavu tako da gost može birati self check in ili prijavu uz prisustvo domaćina.	Da	5	5
	Ne		
Pri ulasku u objekt, kao welcome, se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	0
UKUPNO BROJ BODOVA			151
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za etno sela, gostionice i odmarališta</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokoj razini u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja;	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-6 mjeseci	8	
	više od 6 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat (potvrda o o ispunjavanju određenih svjetskih certifikacijskih tvrtki/institucija).	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U stalnoj ponudi kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	OSNOVNI STANDARD		
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis i kratki opis partnerskih lokalnih proizvođača iz Crne Gore	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova iz Crne Gore, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
SUVENIRNICA			
Ukoliko ima suvenirnicu u sadržaju ponude svi proizvodi certificirani i proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
SMJEŠTAJNI DIO SEOSKOG DOMAĆINSTVA			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suhog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visoke kvalitete).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		

Ukoliko postoji glazba u prostoru treba da pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika u	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ukoliko postoje aktivnosti na otvorenom, te animacijski programi, u potpunosti imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, bioraznolikosti, povijesti, kulturi Crne Gore, doživljaju tijekom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
SOBA			
Interijer je potpuno prilagođen prirodi, sa prirodnim materijalima, sa tradicijskim elementima	OSNOVNI STANDARD		
U sobi u mini baru (ukoliko postoji) najmanje 2 proizvoda proizvedena u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U sobi je prirodna kozmetika.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi), ukoliko postoji infrastruktura.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i enegleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Interaktivnost: Organizacija radionica za goste, uključivanje gostiju u svakodnevne aktivnosti domaćinstva.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		

Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija po jednoj smještajnoj jedinici/godišnje.	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na vlastitoj web stranici se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	Da	5	5
	Ne	0	0
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
			141
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za hostele	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokoj razini u svim segmentima hostela (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hostela:	najmanje 5 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	5-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	2	
	40% stalnih- 60% sezonskih	4	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih - 40% sezonskih	8	
	70% stalnih - 30% sezonskih	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
SUVENIRNICA			
Ukoliko hostel ima suvenirnicu u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U stalnoj ponudi kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0

Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ U HOSTELU			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suhog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visoke kvalitete).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba u prostoru pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije informiraju goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		

Djelatnici recepcije pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji potiče se prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a			
Suradnja/ugovor hostela s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organiziraju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hostela.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hostela; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

Hostel ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	0
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnu godinu	od 40 recenzija godišnje	3	
	od 40-60 recenzija godišnje	4	
	60 i više recenzija godišnje	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	2	2
	Ne	0	0
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	10	10
	Ne	0	0
			168
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za seoska domaćinstva</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokoj razini u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja;	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-6 mjeseci	8	
	više od 6 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat (potvrdio o ispunjavanju određenih svjetskih certifikacijskih tvrtki/institucija).	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA			
Jela, pića i napici koji se uslužuju u seoskom domaćinstvu moraju biti karakteristični za predio u kojem se seosko domaćinstvo nalazi i da ispunjavaju uslove utvrđene ovim zakonom i zakonom kojim se uređuje bezbjednost hrane.	OSNOVNI STANDARD		
Pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno sopstvene proizvodnje;	OSNOVNI STANDARD		
Usluživanje i degustacija vina i drugih alkoholnih i bezalkoholnih pića, kao i domaćih proizvoda iz pretežno sopstvene proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili poslovnog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru;	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore (uključujući izvorsku).	OSNOVNI STANDARD		
U stalnoj ponudi kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	OSNOVNI STANDARD		
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis i kratki opis lokalnih proizvođača iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova iz Crne Gore, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
SMJEŠTAJNI DIO SEOSKOG DOMAĆINSTVA			

Usluge smještaja u sobama za iznajmljivanje turistima, turističkim apartmanima i katunima, odnosno u kampu sa najviše 15 smještajnih jedinica, odnosno 30 lica istovremeno, najviše do deset soba, odnosno 20 ležaja, samo za fizička lica, samo za goste kojima se pružaju usluge ishrane, točenja pića i napitaka (doručak, polupansion ili puni pansion) iz pretežno sopstvene proizvodnje.			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suhog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visoke kvalitete).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Ukoliko postoji glazba u prostoru treba da pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ukoliko postoje aktivnosti na otvorenom, te animacijski programi, u potpunosti imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, povijesti, kulturi Crne Gore, doživljaju tijekom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
SUVENIRNICA			
Ukoliko ima suvenirnicu u sadržaju ponude svi proizvodi certificirani i proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
SOBA			
Interijer je potpuno prilagođen prirodi, sa prirodnim materijalima, sa tradicijskim elementima	OSNOVNI STANDARD		
U sobi u mini baru (ukoliko postoji) najmanje 2 proizvoda proizvedena u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U sobi je prirodna kozmetika čiji su prirodni sastojci lokalnog podrijetla ili inspirirani Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi), ukoliko postoji infrastruktura	OSNOVNI STANDARD		

Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i enegleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Interaktivnost: Organizacija radionica za goste, uključivanje gostiju u svakodnevne aktivnosti domaćinstva.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija po jednoj smještajnoj jedinici/godišnje.	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			

U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na vlastitoj web stranici se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	Da	5	5
	Ne	0	0
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
			141
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za restorane</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nedi određenu tematsku kuhinju (navesti koju)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi restorana više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi restorana dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi u stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj	Da	5	5

Gori.	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
Objekt je tematiziran (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje	OSNOVNI STANDARD		

Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.		OSNOVNI STANDARD	
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
			146
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i

kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za picerije</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nedi određenu tematsku kuhinju (navesti koju)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi picerije više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi picerije dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi u stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da		
	Ne	5	5
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0

U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
Objekt je tematiziran (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5

Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
			131
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za konobe	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nedi određenu tematsku kuhinju (navesti koju)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi konobe više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi konobe dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi u stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj	Da	5	5

Gori.	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
Objekt je tematiziran (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	

izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	90-93	4	
	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
			131
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za poslastičarnica</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi je više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi su dva veganska i dva bezglutenska proizvoda.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ			

U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
Objekt je tematiziran (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5

Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
			126
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za barove</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih djelatnika (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUDA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da pružate dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali	Da	5	5

U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Ne	0	0
Objekt je tematiziran (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
			106
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za lokalne proizvođače	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokoj razini u svim segmentima poslovanja (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-6 mjeseci	8	
	više od 6 mjeseci	10	10
Svaki proizvod uredno je uredno složen, u pakiranju sa navedenim nazivom proizvoda, logotipom, nazivom proizvođača.	OSNOVNI STANDARD		
Svaki proizvod uredno je u dizajniranom pakiranju, sa deklaracijom, dizajniranim natpisom i etiketom.	Da	5	5
	Ne	0	0
Međunarodno priznati certifikat (potrebno priložiti)	Ne	5	5
	Ne	0	0
Ukoliko postoji PONUDA USLUGE HRANE I PIĆA			
U ponudi vlastiti proizvodi lokalnog proizvođača	OSNOVNI STANDARD		
Prostor za primanje gostiju uređen, namještaj i uređenje sa prirodnim materijalima, privlačan za boravak i prezentaciju proizvoda	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	OSNOVNI STANDARD		
Prikaz i prezentacija proizvoda: svaki proizvod opisan, opisana primjena, ljekovitost i slično.	Da	5	5
	Ne		
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
U komunikaciji s gostom preporučuju se lokalni proizvodi iz Crne Gore, sa pričom o proizvodu, tradiciji, načinu izrade i slično.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		

Djelatnici informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje o tradicijskim vrijednostima.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i engleski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji potiče prodaja, te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno uz gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda	OSNOVNI STANDARD		
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku 24 sata	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija godišnje.	od 20 recenzija godišnje	3	
	od 21-50 recenzije godišnje	4	
	51 i više recenzija godišnje	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	recenzija se odgovorilo	4	

na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
--	---	---

PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji) se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima (ukoliko je potrebno unaprijed za neke usluge rezervirati termine)	Da	5	5
	Ne	0	0
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici (ukoliko postoji) gost ima mogućnost web shopa i rezervaciji termina radionicama, posjetama i slično.	Da	5	5
	Ne	0	0
			81
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i

kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za suvenirnicu</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BROJ BODOVA</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
UREĐENJE I DIZAJN			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići, tende i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan s pretežito lokalnim biljem, najmanje 30 %.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suhog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna dopušta se svileno cvijeće visoke kvalitete).	Da	5	5
	Ne	0	0
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA I PROFESIONALNOST			
Sadržaj ponude suvenirnice najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Gosti u suvenirnici dobivaju informacije i priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Sadržaj ponude suvenirnice najmanje 50 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	Da	5	5
	Ne	0	0
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima je omogućeno uz gotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5

Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju/godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PROMOCIJA I SURADNJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji), prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima mogućnost online kupovine, te online rezervacije za proizvode/radionice i sl. koji su u ponudi.	Da	5	5
	Ne	0	0
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne aktivnosti: Organizacija radionica i prezentacija, suradnja sa lokalnim proizvođačima, umjetnicima i sl.	Da	5	5
	Ne	0	0
Poslovanje. Upisuje se broj mjeseci otvorene suvenirnice.	4 mjeseca	4	
	od 4 do 6 mj.	6	
	od 6 do 8 mj	8	

	više od 8 mjeseci	10	10
			91
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za nacionalne parkove</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja nacionalnog parka:	4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4 do 6 mjeseci	6	
	6 do 8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
Pristupačnost: Prilagođene staze za osobe sa invaliditetom, postavljanje informativnih tabli na više jezika.	Da	5	5
	Ne	0	0
Obrazovanje: Informativni centri, vođene ture sa fokusom na edukaciju, programi za podizanje svijesti o zaštiti prirode.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne aktivnosti: Organizacija ekotura i volonterskih programa, sportske i rekreativne aktivnosti.	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste kruha: klasični bijeli kruh, kruh s cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 5 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne		
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne		
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0

Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	0
U stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ U NACIONALNOM PARKU			
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere .	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Animacijski programi sadrže najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz NP Crne Gore	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		

Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju vlastite proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna suradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	10	10
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji potiče se prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a			
Suradnja/ugovor s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi/taxi usluge koji imaju vozače koji znaju najmanje crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
SUVENIRNICA			
Ukoliko nacionalni park ima suvenirnicu u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			

Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici, prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	0

	171
	max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za atrakcije	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4 do 6 mjeseca	6	
	više od 6 mjeseca	8	8
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste kruha: klasični bijeli kruh, kruh s cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne		
U stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za	Da	5	5
	Ne		

Uspješno i kvantitativno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Ne	0	0
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ			
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Animacijski programi sadrže najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnost ima, povijesti, kulturi Crne Gore, doživljaju tijekom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne usluge: Ponuda aktivnosti izvan sezone (npr. planinarenje, biciklizam), organizacija sportskih takmičenja i događaja.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju vlastite proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna suradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama			

kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Bodeuje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		

Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	0
			124
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i

kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za skijališta	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja skijališta:	2 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	2 do 3 mjeseca	6	
	više od 3 mjeseca	8	8
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste kruha: klasični bijeli kruh, kruh s cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne		
U stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocijenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0

Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za povijesne činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	0
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ NA SKIJALIŠTU			
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Animacijski programi sadrže najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnost ima, povijesti, kulturi Crne Gore, doživljaju tijekom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Dodatne usluge: Ponuda aktivnosti izvan sezone (npr. planinarenje, biciklizam), organizacija sportskih takmičenja i događaja.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju vlastite proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna suradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		

Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		

Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	0
			124
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - standardi za muzeje i galerije	ODGOVORI	BROJ BODOVA	max mogući BROJ BODOVA
Djelatnici aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Glazba pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan s pretežito lokalnim biljem, najmanje 30 %.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ukoliko postoji suvenirnica, sadržaj ponude suvenirnice najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	Da	5	5
	Ne		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
Gostima je omogućeno gotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji), prezentira se ponuda destinacije s minimalno 10 dionika u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici gost ima mogućnost online bookinga pojedinih usluga za koje je potrebna rezervacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
PROMOCIJA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online kupovine karata.	Da	5	5
	Ne	0	0
Interaktivnost: Dostupnost (uključivanje) digitalnih vodiča, virtualnih tura i interaktivnih sadržaja.	Da	5	5
	Ne	0	0
Obrazovni programi: Organizacija predavanja, radionica, specijalnih događaja (za posjetitelje svih uzrasta).	Da	5	5
	Ne	0	0

Lokalna kultura: Promocija lokalne umjetnosti i povijesti kroz specijalne izložbe.	Da	5	5
	Ne	0	0
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju posjetitelja/godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Poslovanje. Upisuje se broj mjeseci otvorenog muzeja/galerije.	4 mjeseca	2	
	od 4 do 6 mj.	4	
	od 6 do 8 mj	6	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
			86
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

Montenegro Quality - Standardi za SPA (odnosi se za SPA salone koji se nalaze izvan hotela, turističkih naselj i slično)	ODGOVORI	BODOVI	max moguci BROJ BODOVA
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hotela:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
DIZAJN I UGOĐAJ U SPA			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suhog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna dopušta se svileni cvijeće visoke kvalitete).	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Glazba u prostoru pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i djelatnika u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem, uređeno u skladu sa konceptom	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
SPA PONUDA			
Ponuda SPA centra u ponudi su najmanje 2 usluge koje uključuju korištenje prirodnih eteričnih ulja inspiriranih Crnom Gorom.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi SPA centra gostu se ponudi osvježavajući napitak od lokalnih proizvoda (prirodna aromatizirana voda ili prirodni čaj).	OSNOVNI STANDARD		
Ponuda SPA centra u ponudi je najmanje 5 usluga koje uključuju korištenje prirodnih eteričnih ulja inspiriranih Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	0
Ponuda sadrži korištenje prirodne certificirane kozmetike sa sastojcima iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti	OSNOVNI STANDARD		

destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik. Preporuka je poznavanje barem još jednog svjetskog jezika.	OSNOVNI STANDARD		
50 % djelatnika aktivno poznaje još jedan strani jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
Proaktivno se u komunikaciji potiče se prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	

	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Proaktivno se u komunikaciji potiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te pruža stalno viši nivo kvalitete usluge.	Da	5	5
	Ne	0	0
PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
			86
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za turističke agencije</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokoj razini u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici informiraju goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Suradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0

Proaktivno se u komunikaciji potiče se prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na dionike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete sukladno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a			
Suradnja s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organiziraju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Turistička agencija ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	0
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnu godinu	od 20 do 40 recenzija godišnje	3	
	od 40-60 recenzija godišnje	4	
	60 i više recenzija godišnje	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	Da	5	5
	Ne	0	0
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
			76
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan

<i>Montenegro Quality - Standardi za aerodrom</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
POSLOVANJE			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, djelatnici, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4 do 6 mjeseca	6	
	više od 6 mjeseca	8	8
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	0
PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste kruha: klasični bijeli kruh, kruh s cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog kruha.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta pive iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne		
U stalnoj ponudi imati kruh lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
POSLOVANJE I DIZAJN			
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	0
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	0
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	0
Vanjski prostor je uredan, bez vidljivih tragova nedovoljno kvalitetnog održavanja.	OSNOVNI STANDARD		

U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okoliš je uredan i čist.	OSNOVNI STANDARD		
INFORMIRANJE GOSTA			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, povijesti destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna suradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Djelatnici su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % djelatnika aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po djelatniku	Da	5	0
	Ne	0	0
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po djelatniku	Da	10	0
	Ne	0	0
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po djelatniku	Da	15	15
	Ne	0	0
NAČIN PLAĆANJA			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
UPRAVLJANJE KVALITETOM			
Redovito se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnu godinu.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5

Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnu godinu). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju godišnje.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitetu	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitetu	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitetu	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnu godinu.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

PROMOCIJA			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-povijesni spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i ponudama.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	0
			109
			max br bodova

Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Izjava o istinitosti podataka

Ovim putem, pod punom materijalnom i krivičnom odgovornošću, izjavljujem sljedeće:

Da je privredni subjekt podnosilac prijave registrovan za obavljanje djelatnosti navedene u Pozivu;

Da je privredni subjekt podnosilac prijave izmirio sve obaveze po osnovi boravišne takse u skladu sa zakonom;

Da privredni subjekt podnosilac prijave daje suglasnost Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (NTO CG) i kompaniji Feel IQM d.o.o. da koriste sve dostupne podatke prikupljene u ovoj prijavi u svrhe navedene u Pozivu i u skladu sa važećim propisima;

Da su svi podaci uneseni u prijavi tačni, potpuni i istiniti.

Saglasan
