



VYSOČINA
W E S T

**Akční plán DMO Vysočina West
na rok 2025**

Prováděcí dokument ke strategii Vysočina West 2024+. Akční plán 2025 je prvním akčním plánem navazujícím na strategii Vysočina West – neobjevený klenot, Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Vysočina West 2024+.

Akční plán stanovuje konkrétní produkty, akce a aktivity DMO na rok 2025. Navazující akční plány na sebe musejí v podstatných záležitostech navazovat a každý akční plán musí být **vyhodnocen** na úrovni splnění cílů.

Struktura AP 2025

Zhodnocení minulého období (kromě prvního tvořeného)

Jde o první akční plán navázaný na strategii rozvoje cestovního ruchu Vysočina West a prozatím tedy není co hodnotit.

Věcný a časový návrh aktivit (produktů, akcí)

Věcný a časový harmonogram marketingových aktivit

A. Kvalitní služby a infrastruktura

A.1. Podpora kvality a různorodosti služeb (rozvoj nabídky, zvýšení počtu ubytovacích a doprovodných služeb, kvalita služeb, služby pro malé ubytovací zařízení...)

Budou poskytovány podpůrné služby pro služby v CR (poskytnutí propagační materiálů, informační podpora)

A.2. Zlepšování veřejné infrastruktura CR (Cyklo in-line stezky a jejich propojenost, parkoviště, záchodky, IC-modernizované a přístupné 24/7, plovárny, tábořiště, útulny...)

Bude probíhat podpora obcí v rámci stavby cyklostezek (např. podél Sázavy), dále bude probíhat komunikace s obcemi a MAS v území za účelem rozvoje infrastruktury, bude jednáno o dotačních titulech s MAS apod.

A.3. Zlepšování neveřejné infrastruktura CR (obnova památek, středů měst, odpočinkových zón, karavanových stání)

DSO bude propagovat výzvu MMR na infrastrukturu v CR a bude komunikovat s podnikateli nad rozvojem této infrastruktury.

A.4 Zvýšení konkurenceschopnosti destinace (podpora váhajících ke vstupu do podnikání v CR, ubytování v soukromí – další rozvoj např. na penziony, podpora místních začínajících umělců)

Půjde o průběžnou činnost, pokud bude možnost této podpory.

A.5. Podpora nových forem dopravy (sdílení – kola, koloběžky, auta), propojenost (nabíjecí stanice- kola, auta), návaznost místních forem dopravy na stávající dopravu

Budou podporovány města (Pelhřimov, Havlíčkův Brod), aby měli sdílená kola, koloběžky, dále také veškeré obce a podnikatelé, aby vytvářeli podmínky pro sdílení a elektromobilitu.

Indikátory A (naplnění 2025/naplnění celkem):

Počet služeb, které zvýšily kvalitu či rozšířily nabídku – 3/10

Zlepšení veřejné infrastruktury CR (budování, modernizace, rekonstrukce) – počet 3/10

Zlepšení neveřejné infrastruktury CR (budování, modernizace, rekonstrukce) - počet 1/6

Počet modernizovaných infocenter – 0/2

Počet prvků vedoucích k novým formám dopravy – 1/5

B. Autentické zážitky

B.1. Vyhledávání a podpora vzniku nových zážitkových lokalit (festivaly, kultura, adrenalin, pokémon rejdy, herní akce apod.)

Zážitky jsou jedním z hlavních taháků a v roce 2025 se budou zástupci DMO snažit potenciál vzniku či rozvoje akcí/zážitků.

B.2. Podpora rozvoje místních zajímavostí a zážitků (návaznost na místní zajímavosti a další rozvoj)

DMO s bude snažit o další rozvoj již stávajících zážitků a zajímavostí, rozšíření nabídky a to především motivací místních aktérů.

B.3. Podpora regionálních produktů – produktů z vysočiny, lokálních produktů, specifik (amazing places), spolupráce producent – hotel/restaurace

Spolupráce a rozvoj na tomto poli má velkou perspektivu a DMO bude sloužit jako subjekt, který bude partnery z území síťovat.

Indikátory B (naplnění 2025/naplnění celkem):

Počet nových zážitkových lokalit - 0/3

Počet lokalit, které dále rozvíjely své zajímavosti a zážitkové atrakce – 1/5

C. Lidské zdroje

C.1. Vybudování dostatečných kapacit DMO (dostatek lidských zdrojů, vybavení, zázemí apod.)

DMO nabere nové zaměstnance (např. projektový manažer, dotační specialista apod.), mělo by jít cca o 1,5 úvazku. V kanceláři DMO se také nakoupí dostatečné vybavení pro zaměstnance (notebooky, tiskárna apod.)

C.2. Vzdělávání – nastavení systému vzdělávání v oblasti CR (vzdělávání pro zaměstnance, členy DMO, lidi z IC, podnikatele)

Noví zaměstnanci DMO budou zaškoleni od zkušené manažerky destinace. Všichni zaměstnanci se budou dále vzdělávat na akcích Vysočina Tourism a Czech Tourism a dále na setkáních a konferencích. DMO také zajistí vzdělávání pro partnery a IC.

C.3. Úzká spolupráce a komunikace s poskytovateli služeb – výrazný proaktivní přístup DMO bude aktivně komunikovat s poskytovateli služeb, zjišťovat jejich potřeby, pomáhat s problémy a reflektovat je v podpoře z DMO. Spolupráce bude probíhat na přenosu informací.

C.4. Budování pozitivního vztahu rezidentů k CR (směřování návštěvníků, informování obyvatel, prezentace přínosů)

Vysočina West společně s obcemi a podnikateli se budou snažit o pozitivní přínos cestovního ruchu pro region a místní obyvatele a bude minimalizovat negativní dopady na region. DMO bude také tvůrce článků o přínosech CR.

Indikátory C (naplnění 2025/naplnění celkem):

Počet zaměstnanců FTE – 1,5/2,5

Nastavení systémů vzdělávání – 0/2 systémy

Počet partnerů, s kterými DMO aktivně vzájemně spolupracuje – 25/40

D. Efektivní destinační management

D.1 Řízení destinace - organizační struktura, systém komunikace, sběru a analýzy dat, Využívání SMART řešení při sdílení dat, informací a příkladů dobré praxe, CRM systém, efektivní komunikace dovnitř, flexibilita

V rámci řízení destinace půjde o postupný a dlouhodobý proces, kde budou postupně přibývat zaměstnanci a dle toho se bude měnit organizační struktura. Pro podporu práce kanceláře se spustí nové webové stránky, DMO bude sbírat data, které bude dále sdílet s Vysočina Tourism.

D.2. Budování značky Vysočina West (založit vlastní merch, e-shop, propagace, grafický, vizuál...)

Na této aktivitě proběhnou pouze debaty, ale práce začnou v dalších letech.

D.3. Sběr dat a práce s nimi (systematizace, automatizace, databanka,)

Vysočina West dlouhodobě a systematicky plní databanku s daty, videi, fotografiemi, prozatím proces nebude automatizovaný.

D.4. Partnerství a financování - vytvořit aktivní jádro partnerů, kteří spolupracují na rozvoji destinačního managementu, spolupráce s IC, diverzifikované financování

V rámci financování se bude žádat o dotaci na podporu DMO, dále se bude spolupracovat s Vysočina Tourism, která bude nakupovat služby od DMO a dále bude nezanedbatelná část financí od členů DMO, na rok 2025 bude zajištěn adekvátní rozpočet.

Indikátory D (naplnění 2025/naplnění celkem):

Úprava systému řízení organizace DMO – 0/1

Počet opatření pro budování značky – 0/1

Počet systémů pracujících s daty – 0/1

Zvýšení zdrojů na podporu fungování DMO – nebude nastavena hodnota, jen se bude vyhodnocovat – zvýšení se v roce 2025 podaří cca o 100%

E. Marketing destinace

E.1. Rozvoj produktů cestovního ruchu (nejde o kvantitu, ale kvalitu a propracovanost), aktualizace marketingové strategie

Budou se rozvíjet a propagovat stávající produkty cestovního ruchu, nebo produkty, které se podařilo připravit na konci roku 2024 (např. trojlístek architektury). Nová produkt v roce 2025 nevznikne.

E.2. Zaměření na nové skupiny návštěvníků – školy, firemní a skupinová turistika (správné zacílení na sociálních médiích, billboardy, ...stávající zacílení je na 50+ a rodiny s většími dětmi

Bude pokračovat propagace zaměřená na rodiny s dětmi a 50+ a nově se začne s propagací pro skupiny návštěvníků např. školy, firmy

E.3. Podpora elektronických nástrojů podpory CR (Park4night.com, videospoty, virální videa, virtuální realita, provázanost webů DMO a TIC)

V rámci elektronických nástrojů se bude dále spolupracovat s influencery, fotografy a bude se obsah propagovat na FB, IN, Youtube, dále se budou hledat další možnosti.

Indikátory E (naplnění 2025/naplnění celkem):

Počet vytvořených či upravených produktů cestovního ruchu – 0/5

Zaměření na skupiny návštěvníků v CR – 3/5 (rodiny s většími dětmi, lidé 50+ a školy)

Počet elektronických nástrojů, kanálů pro podporu CR, jež DMO využívá – 2/3 (IN, FB,)

Hlavní marketingové aktivity v roce a rámcový rozpočet

Hlavní body k marketingovým aktivitám 2025 – 1.pololetí		
Marketingové aktivity:		Položkový rozpočet
Tvorba turistických novin	min. 10 000 ks	50 000,-
Přehled kulturních akcí (2x ročně)	min. 10 000 ks	25 000,-
online kampaně jaro - léto	min. 4 kampaně	70 000,-
Celoročně na plný plyn		
online kampaně podzim - zima		50 000,-
Outdoor reklama - Metro Praha (duben-květen)		50 000,-
Dotisky tištěných materiálů k produktům cestovního ruchu		1000 000,-
Dotisk image brožury / tají AJ verze		50 000,-
PR aktivity jaro-léto 2025		50 000,-
Rozšíření webových stránek a další funkce		30 000,-
Spolupráce s influencery a plnění fotobanky		50 000,-
Merchandising - drobné reklamní předměty, dárky, komponenty		30 000,-
Hlavní body k roku 2025 – 1. pololrží		
Provozní/komunikační/vzdělávací aktivity		
8.1. MÚ Nová Cerekev	jednání představenstva VW a valné hromady	
14.1. - 21.1. Online kampan na sociálních sítích FB a IG	Trojústek architektury_Pacov, Žirovnice, Kamenice nad Lipou	750,00 Kč
7.1. - 7. 2. Online kampaně na sociálních sítích FB a IG	Benefit Card	1 500,00 Kč

7.1. - 7.3. Online kampaň na sociálních sítích FB a IG	Celoročně na plný plyn: zimní aktivity	2 500,00 Kč
15. - 17.1. Ferienmesse Wien	účast a prezentace na mezinárodním veletrhu	
29.1. Konference cestovního ruchu na Vysočině	Hotel Medlov - osobní účast - networking	
10.2. - 10.3. Online kampaň na sociálních sítích FB a IG	Putování za kávou	2 500,00 Kč
18.2. 2025	jednání představenstva VW	
24.2. Setkání partnerů VW a školení	Praktické využití AI - pro pokročilé	20 000,-
10.3. - 10. 5. Online kampaň na sociálních sítích FB a IG	Celoročně na plný plyn: jarní aktivity	2 500,00 Kč
14.3. 2025 ForBike2025	účast a prezentace DMO Vysočina West na veletrhu	
1.4. 2025 Terénní školení pro pracovníky destinace, partnery a novináře.	Osobní školení v terénu - novinky v destinaci	
květen 2025	jednání představenstva VW	
1x měsíčně účast na 3K platformě s oblastními a krajskou DMO kraje Vysočina	pravidelně 1x měsíčně	
říjen 2025 - odborné certifikované školení - Travelbakers		20 000,-

Rozpočet na daný rok

Finanční rozpočet 2025	
PŘÍJMY 2025	Částka
Příjmy z poplatků měst, obcí, svazků	610 000
Příjmy z poplatků partnerů (soukromý sektor)	60 000
Příjmy ze smlouvy o nákupu služeb s Vysočina Tourims	250 000
Příjmy z plnění pro Czech Tourism	45 000
Příjmy z dotací MMR - dotace na marketing	300 000
Příjmy z dotace MMR - dotace na provoz DMO	1 187 550

Příjmy celkem r. 2025	2 452 550
VÝDAJE 2025	
Provozní náklady (personální, technické)	1 187 000
Marketingové náklady	700 000
Podíl na dotaci na provoz	300 000
rezerva	265 550
Výdaje celkem r. 2025	2 452 550

Zodpovědnost za realizaci AP a vyhodnocení

Za realizaci AP 2025 odpovídá manažer DMO Vysočina West ve spolupráci s pracovní skupinou DMO. K naplňování a vyhodnocování se bude manažer s pracovní skupinou setkávat a to minimálně 2x ročně. Proces monitoringu a evaluace bude dlouhodobý, aby byly zřejmé trendy vývoje situace a jednotlivých indikátorů v čase.



VYSOČINA
W E S T

Operativní prováděcí dokument Strategie Vysočina West 2024+.

Operativní prováděcí dokument na první čtvrtletí 2025 je krátkodobým implementačním dokumentem vycházejícím ze strategie Vysočina West – neobjevený klenot, Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Vysočina West 2024+ a z Akčního plánu Vysočina West 2025.

Doba platnosti operativního prováděcího dokumentu je leden až březen 2025.

Naplňování strategie v rámci operativního prováděcího dokumentu

Vybrané aktivity naplňované v prvním kvartálu 2025

A. Kvalitní služby a infrastruktura

A.1. Podpora kvality a různorodosti služeb (rozvoj nabídky, zvýšení počtu ubytovacích a doprovodných služeb, kvalita služeb, služby pro malé ubytovací zařízení...)

Budou poskytovány podpůrné služby pro služby v CR (poskytnutí propagační materiálů, informační podpora)

A.2. Zlepšování veřejné infrastruktura CR (Cyklo in-line stezky a jejich propojenost, parkoviště, záchodky, IC-modernizované a přístupné 24/7, plovárny, tábořiště, útulny...)

Bude probíhat podpora obcí v rámci stavby cyklostezek (např. podél Sázavy), dále bude probíhat komunikace s obcemi a MAS v území za účelem rozvoje infrastruktury, bude jednáno o dotačních titulech s MAS apod.

A.3. Zlepšování neveřejné infrastruktura CR (obnova památek, středů měst, odpočinkových zón, karavanových stání)

DSO bude propagovat výzvu MMR na infrastrukturu v CR a bude komunikovat s podnikateli nad rozvojem této infrastruktury.

A.5. Podpora nových forem dopravy (sdílení – kola, koloběžky, auta), propojenost (nabíjecí stanice- kola, auta), návaznost místních forem dopravy na stávající dopravu

Budou podporovány města (Pelhřimov, Havlíčkův Brod), aby měli sdílená kola, koloběžky, dále také veškeré obce a podnikatelé, aby vytvářeli podmínky pro sdílení a elektromobilitu.

B. Autentické zážitky

B.1. Vyhledávání a podpora vzniku nových zážitkových lokalit (festivaly, kultura, adrenalin, pokémon rejdy, herní akce apod.)

Zážitky jsou jedním z hlavních taháků a v roce 2025 se budou zástupci DMO snažit potenciál vzniku či rozvoje akcí/zážitků.

B.2. Podpora rozvoje místních zajímavostí a zážitků (návaznost na místní zajímavosti a další rozvoj)

DMO s bude snažit o další rozvoj již stávajících zážitků a zajímavostí, rozšíření nabídky a to především motivací místních aktérů.

B.3. Podpora regionálních produktů – produktů z vysočiny, lokálních produktů, specifíků (amazing places), spolupráce producent – hotel/restaurace

Spolupráce a rozvoj na tomto poli má velkou perspektivu a DMO bude sloužit jako subjekt, který bude partnery z území síťovat.

C. Lidské zdroje

C.1. Vybudování dostatečných kapacit DMO (dostatek lidských zdrojů, vybavení, zázemí apod.)

DMO nabere nové zaměstnance (např. projektový manažer, dotační specialista apod.), mělo by jít cca o 1,5 úvazku. V kanceláři DMO se také nakoupí dostatečné vybavení pro zaměstnance (notebooky, tiskárna apod.)

C.2. Vzdělávání – nastavení systému vzdělávání v oblasti CR (vzdělávání pro zaměstnance, členy DMO, lidi z IC, podnikatele)

Noví zaměstnanci DMO budou zaškoleni od zkušené manažerky destinace.

C.3. Úzká spolupráce a komunikace s poskytovateli služeb – výrazný proaktivní přístup DMO bude aktivně komunikovat s poskytovateli služeb, zjišťovat jejich potřeby, pomáhat s problémy a reflektovat je v podpoře z DMO. Spolupráce bude probíhat na přenosu informací.

C.4. Budování pozitivního vztahu rezidentů k CR (směřování návštěvníků, informování obyvatel, prezentace přínosů)

Vysočina West společně s obcemi a podnikateli se budou snažit o pozitivní přínos cestovního ruchu pro region a místní obyvatele a bude minimalizovat negativní dopady na region. DMO bude také tvůrce článků o přínosech CR.

D. Efektivní destinační management

D.1 Řízení destinace - organizační struktura, systém komunikace, sběru a analýzy dat, Využívání SMART řešení při sdílení dat, informací a příkladů dobré praxe, CRM systém, efektivní komunikace dovnitř, flexibilita

V rámci řízení destinace půjde o postupný a dlouhodobý proces, kde budou postupně přibývat zaměstnanci a dle toho se bude měnit organizační struktura. Pro podporu práce kanceláře se spustí nové webové stránky.

D.3. Sběr dat a práce s nimi (systematizace, automatizace, databanka,)

Vysočina West dlouhodobě a systematicky plní databanku s daty, videi, fotografiemi, prozatím proces nebude automatizovaný.

D.4. Partnerství a financování - vytvořit aktivní jádro partnerů, kteří spolupracují na rozvoji destinačního managementu, spolupráce s IC, diverzifikované financování

V rámci financování se bude žádat o dotaci na podporu DMO, dále se bude spolupracovat s Vysočina Tourism, která bude nakupovat služby od DMO a dále bude nezanedbatelná část financí od členů DMO, na rok 2025 bude zajištěn adekvátní rozpočet.

E. Marketing destinace

E.3. Podpora elektronických nástrojů podpory CR (Park4night.com, videospoty, virální videa, virtuální realita, provázanost webů DMO a TIC)

V rámci elektronických nástrojů se bude dále spolupracovat s influencery, fotografy a bude se obsah propagovat na FB, IN, Youtube, dále se budou hledat další možnosti.

Hlavní aktivity k 1. čtvrtletí 2025

Provozní/komunikační/vzdělávací aktivity		
--	--	--

8.1. MÚ Nová Cerekev	jednání představenstva VW a valné hromady	
14.1. - 21.1. Online kampan na sociálních sítích FB a IG	Trojlístek architektury_Pacov, Žirovnice, Kamenice nad Lipou	750,00 Kč
7.1. - 7. 2. Online kampaně na sociálních sítích FB a IG	Benefit Card	1 500,00 Kč
7.1. - 7.3. Online kampaň na sociálních sítích FB a IG	Celoročně na plný plyn: zimní aktivity	2 500,00 Kč
15. - 17.1. Ferienmesse Wien	účast a prezentace na mezinárodním veletrhu	
29.1. Konference cestovního ruchu na Vysočině	Hotel Medlov - osobní účast - networking	
10.2. - 10.3. Online kampaň na sociálních sítích FB a IG	Putování za kávou	2 500,00 Kč
18.2. 2025	jednání představenstva VW	
24.2. Setkání partnerů VW a školení	Praktické využití AI - pro pokročilé	20 000,-
10.3. - 10. 5. Online kampaň na sociálních sítích FB a IG	Celoročně na plný plyn: jarní aktivity	2 500,00 Kč
14.3. 2025 ForBike2025	účast a prezentace DMO Vysočina West na veletrhu	

Operativní prováděcí dokument na první čtvrtletí 2025 je pouze výňatkem z Akčního plánu na rok 2025 a proto tedy nemá nastavené procesy, sledování, vyhodnocování, nastavování trendů, aktualizací. Tyto činnosti se budou dít v rámci AP 2025.