

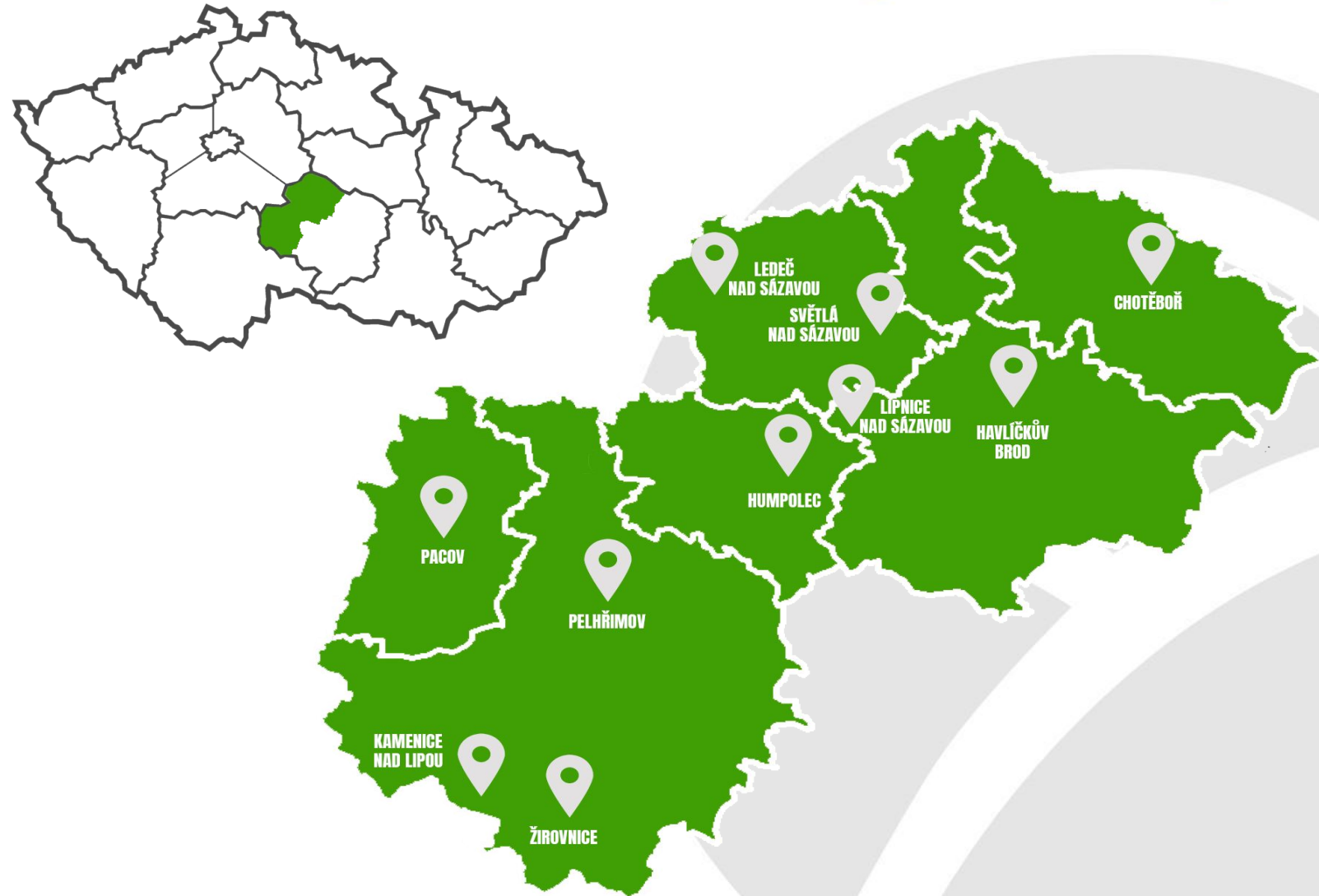
MARKETINGOVÝ PLÁN 2023

+ 1. pololetí 2024

VYSOČINA WEST

Působnost na území během roku 2023

- Havlíčkův Brod
- Humpolec
- Chotěboř
- Pacov
- Pelhřimov
- Světlá nad Sázavou



ÚVOD

Marketingové aktivity Vysočiny West, z.s. pro rok 2023 navazují na STRATEGICKÝ DOKUMENT na období 2023-2025.

Marketingové aktivity jsou dále upravovány dle aktuální situace v cestovním ruchu a reflektují nejaktuálnější trendy, témata a směřování.

Hlavní linie témat vychází ze stěžejních témat stanovených krajskou centrálou cestovního ruchu Vysočina Tourism, které byly vyhlášeny v srpnu 2022. V lednu 2023 byl dále odprezentován časový plán a rozsah spuštění kampaní k tématům.

Na základě vyhlášených témat v srpnu 2022 a po setkáních s partnery ve Vysočina West byly naplánovány marketingové aktivity pro rok 2023.

AKTUÁLNÍ SITUACE

- Destinace Vysočina West je nově vzniklou organizací destinačního managementu a od ledna 2022 je aktivní v koordinaci, propagaci a spolupráci se všemi aktéry cestovního ruchu v oblasti severozápadní Vysočiny (bývalé okresy Pelhřimovsko a Havlíčkovobrodsko).
- Prozatím nízké vnímání oblasti jako celku a jako cílové destinace na dovolenou.
- Zdravotní, logistická a ekonomická situace posledních dvou let zaznamenala zánik drobného podnikání v oblasti cestovního ruchu ve městech i na venkově.
- Ekologická situace posledních let zase poznamenala venkovskou turistiku a snížila atraktivitu dovolené v přírodě.

KONKURENCE

Primární konkurence

- Stěžejním konkurentem jsou sousední ekonomicky silné kraje a turisticky velmi oblíbené Jižní Čechy a Středočeský kraj.
- Znatelný je rychlý odliv ubytovaných návštěvníků do turisticky tradiční destinace Jižní Čechy, tedy do sousedních oblastních DMO a to především do Toulavy a České Kanady. Na severu destinace je přímou konkurencí DMO Kutnohorsko-Kolínsko.

Sekundární konkurence

- Vnitřní konkurencí jsou oblastní destinace na Vysočině s podobným cílením, tématy a turistickou nabídkou.

SWOT ANALÝZA - 1. část

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
S.1 Kvalitní životní prostředí a atraktivita krajiny	W.1 Destinační marketing v počáteční fázi
S.2 Existence DMO VYSOČINA WEST, z.s.	W.2 Málo ubytovacích kapacit nabízejících komplexní služby pro pobyty, služby pro cykloturisty atd.
S.3 Existence atraktivit využitelných pro cestovní ruch (přírodní a kulturní památky atd.)	W.3 Sezónní charakter nabídky cestovního ruchu
S.4 Hustá síť značených tras pro pěší, cyklisty, lyžaře i jezdce na koních	W.4 Nedostatečná kvalita služeb zejména ubytovacích a stravovacích
S.5 Dostatečná kapacita pro pořádání malých a středních akcí MICE	W.5 Nedostatečné pokrytí doprovodnou infrastrukturou a službami cestovního ruchu
S.6 Hustá síť TIC poměrně vhodně rozložených v území oblasti	W.6 Špatný technický stav regionální dopravní infrastruktury a nedostatečná dopravní dostupnost některých míst v oblasti s nabídkou CR prostředky VHD
S.7 Koncepční řešení cestovního ruchu v oblasti prostřednictvím strategického dokumentu, realizace aktivit v souladu s opatřeními vycházejícími ze strategie cestovního ruchu	W.7 Nedostatečné využití potenciálu atraktivit spojených s osobnostmi a rodáky oblasti (Mahler, Santini, Hašek atd.)
S.8 Používání prakticky všech běžných propagačních nástrojů včetně moderních nástrojů	W.8 Nedostatečné využití potenciálu venkovské turistiky a agroturistiky
	W.9 Existence atraktivit (i potenciálních), které zatím nejsou dostatečně využívány v cestovním ruchu
	W.10 Nedostupnost některých turistických cílů a služeb pro znevýhodněné skupiny osob
	W.11 Nedostatečná spolupráce mezi organizacemi cestovního ruchu při propagaci oblasti, především mezi veřejným a soukromým sektorem a mezi subjekty navzájem
	W.12 Nerovnoměrná dostupnost kvalitních propagačních materiálů v oblasti
	W.13 Obtížnost měření a vyhodnocování účinnosti marketingových kampaní v oblasti cestovního ruchu

SWOT ANALÝZA - 2. část

Příležitosti (O)	Hrozby (T)
O.1 Centrální poloha a dobrá dopravní dostupnost v rámci České republiky	T.1 Poškození Životního prostředí a místní krajiny nekoordinovaným rozvojem cestovního ruchu
O.2 Rostoucí poptávka po sportovních a volnočasových aktivitách	T.2 Náročnost údržby některých památek a atrakcí
O.3 Rostoucí zájem obyvatel ČR o trávení dovolené v tuzemsku	T.3 Nezájem návštěvníků o turistické cíle bez doprovodných aktivit a infrastruktury cestovního ruchu
O.4 Zvyšující se poptávka v oblasti MICE (malé a střední akce)	T.4 Vliv klimatických změn na možnost poskytnout sezonní nabídku, např. běžky, lyže, vodáctví
O.5 Spolupráce s krajskou organizací Vysočina Tourism a národní organizací CzechTourism	T.5 Zvyšující se nároky návštěvníků na kvalitu poskytovaných služeb
O.6 Rozvoj spolupráce a propojení nabídky a propagace cestovního ruchu s okolními turistickými oblastmi a regiony	T.6 Převažující počet návštěvníků na jeden den (bez přenocování) a s tím související nižší útrata v destinaci
O.7 Využití marketingových témat agentur Vysočina Tourism, CzechTourism	T.7 Chybějící národní legislativa cestovního ruchu a úprava závazných legislativních norem s dopadem na oblast cestovního ruchu

CÍL

- Představit Destinaci Vysočina West (Pelhřimovsko+Havlíčkovsko) jako jednu oblast pro trávení dovolené s pestrou nabídkou atraktivit v cestovním ruchu.
- Zakořenit v rezidentech a turistech tuto oblast jako celek a jako cílovou destinaci k dovolené – ne pouze tranzitní oblast nebo výchozí oblast do sousedních regionů.
- Nabídnout návštěvníkům v oblasti mimo společná témata na Vysočině také odlišnou komunikaci a nabídku specifickou pro Vysočina West.

CÍLOVÉ SKUPINY

Po společných schůzkách turistických center v oblasti Vysočina West se v kampaních a produktech zaměřujeme na následující cílové skupiny:

Cílení dle věku návštěvníků

- Rodiny s dětmi 25-45 let, děti 0-8 let, teens
- Studenti, mladí lidé (16-35 let)
- Aktivní páry 50+ (opuštěné hnízdo)

Geografické cílení

- Turisté – obyvatelé ČR, cílení především na Praha, Středočeský, Jižní Čechy a Pardubický kraj
- Výletníci – obyvatelé Vysočiny, + výletníci oblasti podél hranice kraje Vysočina
- Rezidenti – obyvatelé Vysočiny West (cca 160 000)

Komunikace v on-line prostředí

Sociální sítě

Aktivní činnost na sociálních sítích od ledna 2022. FB stránka Vysočina West čítá nyní 1700 sledujících, cílem je dosáhnout během následujícího roku 2500 sledujících. Příspěvky jsou vkládány minimálně 5x týdně. Slouží rezidentům, turistům a podnikatelům v destinaci k nejaktuálnějšímu přehledu o nabídce a dění v destinaci. Od ledna 2023 se spustí první placená kampaň a plán je 3-4 placené kampaně ročně. Od září 2022 komunikuje VW aktivně také na IG Vysočina West. Komunikaci na IG a FB je podporována dále spoluprací s influencery. Ve spolupráci s influencery bude VW pokračovat. Větší důraz je potřeba věnovat natáčení stories a reels.

Webové stránky

Webové stránky www.vysocinawest.cz byly spuštěny v květnu 2022. Aktuálně je zapotřebí zefektivnit a zautomatizovat kalendář akcí. Dále budou stránky rozšířeny o tipy na výlety v oblasti na jeden den a prodloužený víkend. Pracovat budeme na webových stránkách také s tématy rodáků a pověstí z destinace. Důležité je také zapracovat na webových stránkách širší nabídku ubytovatelů v oblasti.

Média

Díky aktivní a blízké spolupráci s Vysočina tourism došlo k navázání spolupráce s reportéry z ČT. Vysočina West natočí v roce 2023 celkem 3-5 reportáží s týmem Toulavé kamery.

Komunikace v off-line prostředí

Tištěné materiály

Tištěné materiály mají pořád své místo v off-line prostředí. VW v roce 2023 vydá turistické noviny, dále Benefit Card, materiály k plánovaným produktům a image materiál s QR kódy a s fotografiemi navozující atmosféru oblasti. Tištěné materiály budou distribuovány do všech TIC v oblasti, k ubytovatelům a do kaváren v oblasti. Tištěné materiály budou hlavním médiem pro komunikaci na 8 plánovaných kontaktních kampaních.

Citylight (indoor x outdoor)

VW využije v roce 2023 Citylight plochy ve městech v destinaci tak, aby byla také u rezidentů podpořena sounáležitost s destinací. Turisty osloví destinace formou Citylightploch B1 přímo ve vagónech Metra C v Praze – (16 B1 ploch na dva měsíce březen – duben 2023).

Merchandising / podpora brandu

VW plánuje pořídit na jaře 2023 vlastní PROMO STAN Vysočina West 3x2 m, dále několik Roll-up. Z řady reklamních předmětů na podporu brandu budou nakoupeny Multifunkční výletnické šátky, turistické placky, kvarteta a další drobné předměty.

PR, inzerce

VW plánuje z finančních důvodů zatím komunikovat pouze prostřednictvím městských zpravodajů, které spadají pod města a kulturní zařízení, která jsou součástí destinace Vysočina West. Dále pomocí on-line reportérů na webových portálech některých deníků. 4-6 ročně bude VW vydávat tiskovou zprávu týkající se činnosti destinace, připravovaných produktů a kampaní.

Kontaktní akce

Promo akce

V práci v terénu je přínos nejen v okamžité zpětné vazbě a navázání přímé komunikace, ale také zviditelnění materiálů podnikatelů v destinaci a cílená distribuce koncovému zákazníkovi. Vysočina West se plánuje v roce 2023 účastnit 8 promo akcí v rámci kraje Vysočina a několika akcí také mimo Kraj Vysočina (např: ForBike Praha, Země Živitelka v Českých Budějovicích, Velké Pardubická).

Terénní školení pro pracovníky TIC a press tripy

VW plánuje v roce 2023 ve spolupráci s Vysočina tourism dvě terénní školení po novinkách v destinaci. Školení je určené především pro pracovních ze všech TIC v oblasti Vysočina West, aby pracovníci TIC nová místa, novinky či nové prohlídky zažili na vlastní kůži a poté mohli lépe informaci předávat na turistických informačních centrech.

Press tripy

Ve spolupráci s Vysočina tourism uvítá destinace Vysočina West v roce 2023 několik press tripů ze zahraničí.

Produkty cestovní ruchu

Destinace Vysočina West se zaměří na první tři produkty cestovního ruchu, které propojí oblast, partnery v oblasti a zviditelní území. Produkty mají zajistit, aby návštěvníci co nejvíce poznávali oblast a co nejdéle zůstávaly přímo v oblasti Vysočina West.

Produkty Vysočiny West pro roky 2023-2025:

- **Kavárenská vizitka** (Sbírej kávová razítka se šálkem, navštiv alespoň 10 kaváren z 15 a zařaď se do soutěže o víkendový pobyt).
- **Vysočina West s nadhledem** (Navštiv 10 vyhlídek z 15, pořizuj fotografie – získej dárek pro radost).
- **Benefit Card** (25 výhod v kombinaci zvýhodněné vstupy na památky, výhody v kavárnách, u ubytovatelů či v půjčovnách).

BENEFIT CARD 2023

Aktuální vizuál



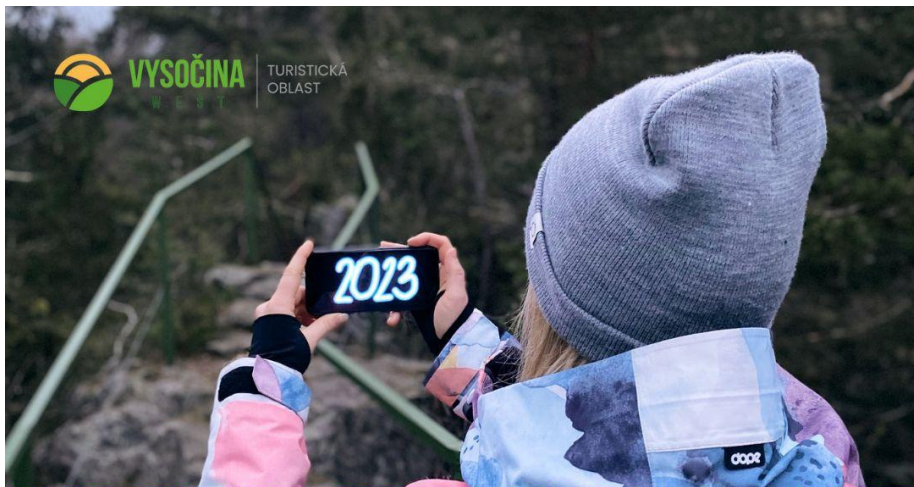
- Distribuce – začátek května 2023
- Distribuce k ubytovatelům v oblasti
- Náklad ca: 7 000 ks
- Platnost do roku 2025

Kavárenská vizitka



- Kavárenská vizitka láká k navštívení kaváren v destinaci a sbírání razítek se Šálkem.
- V každé vybrané kavárně dostane návštěvník za objednávku speciální razítko do KAVÁRENSKÉ VIZITKY, kterou po naplnění alespoň deseti razítky, odevzdá do jakéhokoliv turistického informačního centra v destinaci. (TIC Chotěboř, TIC Havlíčkův Brod, TIC Humpolec, TIC Kamenice nad Lipou, TIC Ledec nad Sázavou, TIC Pacov, TIC Pelhřimov, TIC Světlá nad Sázavou, TIC Želiv, TIC Žirovnice).
- Jedna z kavárenských vizitek se splněnými podmínkami bude oceněna výhrou.

Vysočina West s nadhledem



VYSOČINA TURISTICKÁ OBLAST
WEST

VYSOČINA S NADHLEDEM
ZDOLEJTE ALESPŮŇ DESET VYBRANÝCH VYHLÍDEK, VĚŽÍ NEBO ROZHLEDEN
A ZÍSKEJTE ORIGINÁLNÍ MULTIFUNKČNÍ ŠÁTEK

VÍCE INFORMACÍ
O VÝZVĚ



- Vysočina West s nadhledem láká k navštívení vyhlídek, rozhleden a věží v destinaci.
- Nabízí výběr z několika míst napříč oblastí a odměňuje při zdolání alespoň 10 z nich.
- Odměnou za zdolání alespoň 10 vybraných míst a doložení fotografií je multifunkční šátek.

Turistické noviny 2023

přírodou za zážitky...



- Distribuce konec dubna 2023
- Náklad ca 10 000 ks
- TIC ve Vysočina West a hraničních TIC, distribuce do hotelů a kaváren v oblasti

Pivní putování 2024

přírodou za zážitky...

- Pivní putování ve Vysočina West seznamuje návštěvníky s pivovary v oblasti. Vypráví příběhy rodinných pivovarů, minipivovarů, městských pivovarů nebo klášterního pivovaru. Láká k ochutnání piva, exkurzi atd.
- Součástí pivního putování je plnění sběratelské sady
- mapa s pivovary ve Vysočina West
- tištěný materiál
- sběratelská sada
- kampaň k novému putování

Položkový rozpočet na marketingové aktivity 2023

Položka rozpočtu	Částka
Facebookové a instagramové kampaně	25000
Metro Praha x Citylight plochy ve vagonech	20000
Turistické noviny	25000
Image materiál	25000
PROJEKT 1 - Benefit Card	10 000
PROJEKT 1 - Vysočina West s nadhledem	25000
PROJEKT 2 - Kavárenská vizitka	20000
Merchandising, kontaktní kampaně	40000
Školení pro partnery a pracovníky TIC destinace Vysočina West	15000
Press tripy	5000
Nový roll au (2 - 3 ks)	5000
Správa, úprava webových stránek	10000
Citylighplochy	10000
PR - v místních denících, zpravodajích	15000
CELKEM	250000

Položkový rozpočet na marketingové aktivity 1. pololetí 2024

Položka rozpočtu	Částka
Facebookové a instagramové kampaně 01-06-2024	30 000
Metro Praha x Citylight plochy ve vagonech, trace c (květen-červen 2024)	20 000
Turistické noviny 2024 (duben)	30 000
Projekt 1 - Pivní putování (nově)	30 000
PROJEKT 2 - Benefit Card	10 000
PROJEKT 3 - Vysočina West s nadhledem	20 000
PROJEKT 4 - Kavárenská vizitka	20 000
Kulturní přehled ve Vysočina west - léto 2024 + lokální PR aktivity	20 000
Lokální PR aktivity	10 000
Merchandising, kontaktní kampaně	10 000
CELKEM	200 000

[illegible]

Časový plán marketingových aktivit 2. kvartál 2023

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.
Duben																															
Květen																															
Červen																															

Časový plán marketingových aktivit 3. kvartál 2023

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.
venec												Promo akce Hračkobraní od 14.7.																			
	Placená kampaň na FB a IG - Dovolená a výlety ve Vysočina West, Města žijí kulturou (25.6. - 15.7. 2023)																														
pen																															
čárí																															
												Placená kampan na FB a IG - Babí léto na Vysočině																			

Časový plán marketingových aktivit 4. kvartál 2023

[illegible]

Časový plán marketingových aktivit 1. kvartál 2024

1. kvartál 2024																															
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.
Leden																															
																					Placená FB a IG Kampaň x Naplánuj si dovolenou u nás - NOVINKY ve Vysočina West 2024										
Únor																															
Březen																															
	Sestavení a vydání kulturního přehledu akcí v destinaci na léto 2024 (distribuce TIC, ubytovatelé, kavárny, tur. cíle)																							Promo akce ForBike Praha - březen 2024							

Časový plán marketingových aktivit 2. kvartál 2024

2. kvartál 2024																																
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.	
Duben																																
											FB, IG kampaň - upoutávka na produkty CR (nový produkt PIVNÍ PUTOVÁNÍ, kavárenská vizitka a Vysočina West s nadhledem)																					
	Vydání a rozvoz turistických novin 2024																															
Květen																Placená kampaň na FB a IG - sezóna neokoukané krásy																
	Kulturní přehled Vysočiny West pro letní sezónu 2024																															
	Citilight bannery ve vybraných městech - Jedna oblast, spousty zážitků																															
	Vydání a rozvoz turistických novin 2024 (ubytovatelé, kavárny, tur.cíle)																															
Červen																																
											Dotisk a rozvoz BENEFIT CARD k ubytovatelům																					
	Placená kampaň na FB a IG - Vysočina West sezóna neokoukané krásy - upoutávky na otevření sezóny na hradech, zámcích a na turistických cílech (duben - květen 2024)																															
Červen																																
	Citilight bannery ve vybraných městech - Jedna oblast, spousty zážitků																															
	Rozvoz Benefit Card k ubytovatelům s platností do roku 2025																															

KONTAKTY

přírodou za zážitky...

KANCELÁŘ VYSOČINY WEST

- Vysočina West, z.s.
- třída Legií 1115
- 393 01 Pelhřimov

- tel.: +420 778 767 990
- e-mail.: kancelar@vysocinawest.cz, info@vysocinawest.cz
- web.: www.vysocinawest.cz