



VYSOČINA
W E S T

Operativní prováděcí dokument

Strategie Vysočina West 2024+

Operativní prováděcí dokument pro rok 2026 je krátkodobým implementačním dokumentem vycházejícím ze strategie Vysočina West – neobjevený klenot, Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Vysočina West 2024+

Doba platnosti operativního prováděcího dokumentu je leden až prosinec 2026.

Naplnování strategie v rámci operativního prováděcího dokumentu

Vybrané aktivity naplňované v roce 2026

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 2026 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, specifík (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 v roce 2026 disponuje stabilním destinačním týmem, který je složen z pracovníků destinace a z pracovníků nad DPP. Jelikož krajská destinace ve spolupráci s oblastními plánuje pro rok 2027 spuštění návštěvnické karty NÁVŠTĚVNÍKA KRAJE VYSOČINA, destinační tým bude posílen o úvazek 0,2 – koordinátora zákaznické karty.

Do kanceláře DMO se budu postupně dokupovat potřebné vybavení pro efektivní provoz (tablety, 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 budou nadále postupně doplňovat a vylepšovat nástroje na webových stránkách destinace.

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 provozní dotace u MMR na podporu oblastních DMO, dále se bude spolupracovat s Vysočina Tourism, která bude nakupovat služby od DMO.
 V jednání během roku 2026 vstoupí také možnost čerpat krajskou dotaci pro oblastní DMO. Koncem roku 2025 bylo schváleno navýšení poplatků členů destinace a tak bude nezanedbatelná část financí přímo od členů DMO. Na rok 2026 bude zajištěn adekvátní rozpočet v rozmezí 2,6 Mio – 2,85 Mio (v případě že bude schválena krajská dotace)

E. Marketing destinace

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

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

Hlavní marketingové aktivity v roce a rámcový rozpočet

Hlavní body k marketingovým aktivitám v roce 2026		
Marketingové aktivity:		Položkový rozpočet
Důraz na online marketing – spuštění online kampaní na sociálních sítích Vysočiny West jaro-léto 2026	Kampaně: Jarní prázdniny v destinaci, Velikonoční akce a výlety, Sezona otevírá brány, Putování za kávou (série reels), Letní výlety v destinaci, Aktivní dovolená, Babí léto v destinaci	80 000,-
Natáčení tematických videí: Destinace z výšky, Gastro a putování za kávou, Moderní poutník, Pěší výlety v Posázaví, Cyklo v destinaci	V destinaci bude natáčet několik natáčecích týmů	120 000,-
Tvorba turistických novin destinace - distribuce koncem dubna (TIC, turistické cíle, gastro, penziony a hotely)	Min. 14 000 výtisků	80 000,-
Elektronická verze turistických novin	Dostupná na webových stránkách destinace	
Tvorba kulturních přehledů destinace – letní přehled, od listopadu adventní přehled destinace	10 000 ks	20 000,-
Inzerce v tištěných médiích – cílení také na německou klientelu – od května 2026	V titulu Křížem krázem Českem – Kreuz und durch Tschechien	45 000,-
Outdoor reklama - Metro Praha (květen a červen 2026)	16 rámečků ve vagonech metra na trase C – upoutávka na výlety v destinaci	50 000,-

Dotisky tištěných materiálů k produktům cestovního ruchu: dotisk a aktualizace k: Putování za kávou, Putování za výhledy		40 000,-
Tvorba průvodce destinaci (červen 2026)		80 000,-
PR aktivity jaro-léto 2026 Titul Prag Moon, iDnes – online články + inzertní prostor v tištěném titulu – letní prázdniny 2026		30 000,-
Tvorba a spuštění e-shopu na dárkové vouchery destinace + úvodní kampaň k e-shopu (webová aplikace k e-shopu byla zaplacená již v prosinci 2025)	Kampaň s upoutávkou na nový e-shop	20 000,-
Spolupráce s influencery a plnění fotobanky	v průběhu celého roku	50 000,-
Spuštění kampaní podzimní aktivity v destinaci, advent v destinaci, Dárkový e-shop (září – prosinec 2026)	Online placené kampaně na sociálních sítích	20 000,-
Rozšíření zázemí na veletrhy - Merchandising - drobné reklamní předměty, dárky, komponenty, nové roll up, tablet k prezentaci na veletrhy atd.		35 000,-
Hlavní aktivity destinace v roce 2026		
Provozní aktivity		
Vyúčtování dotací MMR: marketingové a provozní dotace od MMR	Do konce ledna 2026	Leden
Podání žádosti na novou dotaci MMR – Provoz oblastní destinace	Do konce ledna 2026	Leden
Uzavření smlouvy s Vysočina tourism o nákupu služeb	Postupné plnění úkolů dle harmonogramu během roku	Únor
Podání žádosti na individuální krajskou dotaci pro oblastní destinace – do 15. března	dle harmonogramu	
Splnění recertifikace destinace	Nejpozději do 6. dubna	Duben
Příprava a práce na uvedení e-shopu na dárkové vouchery partnerů destinace	Jaro-léto 2026	
Postupné práce na analýze turistického potenciálu POSÁZAVÍ	Odevzdání červen 2026	Červen

Edukační a komunikační aktivity		
Prezentace na Ferienmessen Wien 2025	15. – 17. 2026 prezentace destinace a partnerů destinace	Leden
Konference cestovního ruchu na Vysočině 28.1.	Návštěvnické centrum Bernard	Leden
12. – 14.3. Holiday world Praha	Účast a prezentace DMO Vysočina West na veletrhu	březen
16.3. odborné školení pro pracovníky destinace a partnery destinace	Praktické využití nástrojů AI v cestovním ruchu	březen
14. 4. 2026 Terénní školení pro pracovníky destinace, partnery a novináře	Osobní školení v terénu - novinky v destinaci	březen
Jednání představenstvy Vysočiny West (1x jednání valné hromady)	Jaro-léto	Březen, květen
1x měsíčně účast na 3K platformě s oblastními a krajskou DMO kraje Vysočina	pravidelně 1x měsíčně	
Měsíčně rozesílání PR článků a tiskových zpráv	Regionální média, tisková oddělení měst	
Účast na veletrhu cestovního ruchu v Drážďanech v Německu	Prezentace destinace	srpen
26.5. školení na Kraji Vysočina	TIC z destinace, pracovníci destinace	květen
Prezentace destinace na Gastrofestivalu v Habrech	Účast na kontaktní akci	červen
Prezentace destinace na Hračkobraní v Kamenici nad Lipou	Účast na kontaktní akci	červenec
Účast na konferenci s Czech tourism	Účast na konferenci	září
6. října - Terénní školení pro pracovníky destinace, partnery a novináře	Osobní školení v terénu - novinky v destinaci	Říjen
Prezentace destinace na Knižním veletrhu v Havlíčkově Brodě	Účast na kontaktní akci	Říjen
Jednání představenstvy Vysočiny West (1x jednání valné hromady)	Podzim - zima	Září, listopad

Rozpočet na rok 2026

Rozpočet 2026	
Jednotlivé položky rozpočtu	
Příspěvek od Vysočina tourism - Smlouva o nákupu služeb	250 000
Příspěvek formou přímého grantu od krajského odboru	150 000
Příspěvek od Czech tourism	45 000
Provozní dotace od MMR (285 125,- podíl z Westu)	1 140 500
Roční příspěvky měst a spolků destinace celkem	1 050 000
	2 635 500

POLOŽKOVÝ ROZPOČET NA MARKETINGOVÉ AKTIVITY, KOMUNIKACI, ŠKOLENÍ, EDUKACI PRO ROK 2026	
Položky rozpočtu	Částka
ONLINE	
na sociálních sítích	140000
PPC kampaně	50000
Videa, spolupráce s influencery	200000
Nákup fotografií do fotobanky Vysočiny West	40000
Webové stránky - newslettery - správa newsletter	20000
OFFLINE	
Turistické noviny	70 000
Kulturní přehledy destinace (letní a adventní)	30000
Průvodce destinací CZ, AJ, NJ verze	150000
Dotisky a aktualizace dosavadních letáků	50000
Indoor/Outdoor - metro Praha, citylight plochy	80000
KOMUNIKACE, EDUKACE	
Veletrhy, promo akce, drobný merchandising	50 000

Školení, setkání partnerů	50 000
Komunikace s partnery	20000
Volná položka na projekty	50000
CELKEM:	1 000 000

Personální výdaje	roční	
Mgr. Ludmila Krátká - koordinátor destinace, komunikace s partnery	HPP 0,85	700 000
Bc. Nela Štěpánková	HPP 0,3	260 000
Kristýna Dubská - grafika, správa sociálních sítí, fotobanka Vysočiny West	DPP	120 000
Soňa Zvolánková - dotační pracovník	DPP	80 000
Ing. Blanka Jelínková - finanční a mzdová účetní	DPP	70 000
Mgr. Jana Výborná - správa kalendáře akcí, kontaktní akce	DPP	50 000
		1 280 000

Provozní výdaje	roční	
účetní program, antivirový program		10 000
správa domén, emailů		5 000
telefonní služby		10 000
cestovné, pojištění		15 000
roční poplatek STO ČR		5 000
		45 000

Bezpečná rezervace		
		310 500

Operativní prováděcí dokument na rok 2026 je pouze částí ze strategických dokumentů a proto tedy nemá nastavené procesy, sledování, vyhodnocování, nastavování trendů, aktualizací. Tyto činnosti se budou dít v rámci AP 2026.