

Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s
pro rok 2022 s výhledem na rok 2023

OBSAH

Obsah	2
Úvod.....	4
Oblasti aktivit	5
Co máme splněno	6
1 ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ	7
1.1 Koordinace činnosti.....	7
Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy	7
Nastavení a optimalizace pozice koordinátora	7
Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu (zejména kulturní akce)	7
1.2 Systém měření a kontroly	8
Pravidelný monitoring návštěvnosti	8
1.3 Financování	8
Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku	8
2 INFRASTRUKTURA A NABÍDKA	9
2.1 Turistické trasy	9
Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy	9
Vyznačení běžeckých lyžařských tras	9
Pořízení stroje na značení běžeckých tras.....	9
2.2 Nové produkty.....	10
Produkt „Poutní turismus“	10
2.3 Nové PROJEKTY	10
Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku	10
3 MARKETING.....	11
3.1 Strategie a image.....	11
Řízení image značky	11
Průzkum potenciálu a potřeb poptávky	11
3.2 Tvorba nástrojů	12
Strategický obsah webu	12
Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí	12
Pořízení image fotografií	12
Vytvoření propagačního videa „Prezentační spot Brd“ a image fotografií s komparzem	13
Tištěné propagační materiály.....	13
Merchandising	14
3.3 Sociální síť.....	14

Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích.....	14
Správa sociálních sítí (průběžné).....	14
Větší využití kanálu „Brdy a Podbrdsko“v síti YouTube.....	15
3.4 Kampaně a podpůrné marketingové aktivity	15
Fam trip s influencery.....	15
Public relations (průběžné)	15
4 LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ	16
4.1 Vzdělávání	16
Organizace workshopu pro osoby podnikající v oblasti cestovního ruchu	16
Organizace fóra cestovního ruchu	16
VÝHLED PRO ROK 2023	17
Hlavní oblasti ČINNOSTI a očekávání	17
POTENCIÁLNÍ HROZBY.....	17
Pandemie Covid-19	17
Ekonomická situace.....	17
POTENCIÁLNÍ PŘÍLEŽITOSTI	18
Rostoucí domácí poptávka	18
Green New Deal	18
PRIORITNÍ AKTIVITY V ROCE 2023	18
Posilování spolupráce v turistické oblasti a s dalšími subjekty	18
Marketing a propagace	18
Infrastruktura	19
ROK 2023: ČESKÉ TRADICE	19
Potenciál tématu a předpoklady na straně nabídky naší turistické oblasti.....	19
Předpokládané aktivity v souvislosti s rokem tradic	20

Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s pro rok 2022 zahrnuje plánované aktivity spolku pro nadcházející kalendářní rok. Plán byl sestaven v souladu se střednědobými a krátkodobými cíli Marketingové strategie Turistické oblasti Brdy a Podbrdsko přijaté v roce 2019. Aktivity se týkají různých oblastí činnosti spolku a každá svým způsobem představuje dílčí krok k postupnému naplňování strategie.

Tento dokument byl zpracován v souladu s doporučeními Implementačního manuálu Kategorizace organizací destinačního managementu agentury CzechTourism z 1. 9. 2021. Při zpracování dokumentu jsme zohlednili analytické výstupy a doporučení naší marketingové strategie, ale též jsme zvažovali naše kapacity a předpokládané finanční možnosti pro rok 2022. Při výběru aktivit byl kladen důraz také na výstupy SWOT analýzy v marketingové strategii, abychom využili na maximum silných stránek a příležitostí, a naopak se snažili překonat nebo alespoň minimalizovat naše slabé stránky a potenciální ohrožení.

Součástí dokumentu je výhled pro rok 2023.

OBLASTI AKTIVIT

V roce 2022 se zaměříme především na následující čtyři oblasti činnosti, které chceme postupně rozvíjet:

1. ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ
2. INFRASTRUKTURA A NABÍDKA
3. MARKETING
4. LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ

V předchozích letech jsme naši činnost soustředili více na marketing a marketingovou podporu destinace. V souvislosti s pandemií covid-19 jsme se zapojili do mnoha online kampaní Středočeské centrály cestovního ruchu, příspěvkové organizace a některé online kampaně jsme realizovali vlastními silami včetně online soutěží. Onlinovou kampaní v době pandemie covid-19 jsme chtěli docílit toho, abychom potencionálním návštěvníkům naší destinace ukázali místa i méně známá a tím zamezili overturismu v mnoha místech naší turistické oblasti.

Vzhledem k tomu, že jsme v září 2021 obdrželi certifikaci jako organizace po destinační management a máme již rozvinutý nejen digitální marketing, zaměříme se nyní na infrastrukturní projekty, jejichž cílem bude podpora cestovního ruchu v naší oblasti. V roce 2022 se zaměříme také na posílení naší členské a partnerské základy včetně rozvoje personálních kapacit.

Stejně jako v roce 2021 budeme klást velký důraz na trvalou udržitelnost cestovního ruchu v naší turistické oblasti. Plán byl sestaven s ohledem na potřeby budování 3K platformy a rozšiřování členské a partnerské základy našeho spolku.

CO MÁME SPLNĚNO

Krátkodobý plán pro rok 2022 vychází z marketingové strategie přijaté v roce 2019 a navazuje na plán z předchozího roku, kde rozvíjí některé aktivity. Na úvod si shrneme a vyhodnotíme plnění vytyčených aktivit z předchozího roku, a to dle jednotlivých oblastí.

Organizační fungování

- | | |
|---|-----------------|
| ✓ Přijetí koordinátora spolku | HOTOVO |
| ✓ Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Pravidelný monitoring návštěvnosti | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |

Infrastruktura

- | | |
|--|-----------------|
| ✓ Zimní běžecké lyžařské trasy | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Podpůrné aktivity ve prospěch cestovního ruchu oblasti | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Propojení a návaznost turistiky na říční plavbu (analýza možností) | ODLOŽENO |

Marketing

- | | |
|---|-----------------|
| ✓ Image video | HOTOVO |
| ✓ Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Strategický obsah webu | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Obsah webu – blog, akční a sezonní nabídky | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Produkty – výběr a příprava produktů pro realizaci | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Public relations (průběžné) | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Správa sociálních sítí (průběžné) | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Průzkum image | ODLOŽENO |
| ✓ Průzkum potenciálu a potřeb poptávky | ODLOŽENO |
| ✓ PPC kampaň ve vyhledávačích (posílení viditelnosti značky) | ODLOŽENO |
| ✓ Fam trip s influencery | HOTOVO |
| ✓ Veletrhy a výstavy | ODLOŽENO |

Nad rámec akčního plánu pro rok 2021 se nám podařilo zrealizovat také:

- ✓ SEO analýza a návrh doporučení pro SEO
- ✓ Vypracování „jízdního řádu“ pro SEO a tvorbu souvisejícího obsahu
- ✓ Vytvoření a tisk propagačních materiálů s různou tematikou
- ✓ Pořízení kolekce fotografií ve spolupráci s influencery pro účely marketingu a PR
- ✓ Realizace projektů v rámci zásobníku projektů (investiční a neinvestiční akce)
- ✓ Certifikace Turistické oblasti Brdy a Podbrdsko, z.s.

1 ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ

1.1 KOORDINACE ČINNOSTI

Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy

V roce 2022 se zaměříme na další prohlubování činnosti naší platformy 3K. S rozšiřujícím počtem členů našeho spolku se zaměříme na efektivitu komunikace, koordinace aktivit, ale i zapojování a sladování zájmů členů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zpětná vazba od členů a partnerů, podněty ke zlepšení atp.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

Nastavení a optimalizace pozice koordinátora

Cílem této aktivity je nastavit systém fungování a práce koordinátora spolku, vytyčit oblasti svěřené odpovědnosti a zapracovat jej/ji. V průběhu roku bude podle potřeby tento systém optimalizován. Současně bude nutné koordinátora uvést do spolupráce s představiteli členských subjektů, ale i dalších potenciálních partnerů, médií a dalších subjektů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zpětná vazba od členů a partnerů, zpětná vazba od koordinátora

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu (zejména kulturní akce)

V předchozím roce jsme provedli předběžný průzkum kulturní nabídky turistické oblasti, na který letos navážeme detailním průzkumem, a to s ohledem na charakter akcí, žánrové zaměření, cílové publikum a také geografické rozložení nabídky. Detailní průzkum nám umožní lépe sestavit kalendář akcí, ale také více segmentovat kulturní nabídku.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Analýza kulturní nabídky

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

1.2 SYSTÉM MĚŘENÍ A KONTROLY

Pravidelný monitoring návštěvnosti

Dokončíme vytvoření systému pro pravidelný monitoring návštěvnosti turistických cílů a dále také on-line platformem, které využíváme pro marketing. V roce 2020 jsme na pravidelné bázi vyhodnocovali fungování sociálních sítí a návštěvnost webu www.brdayapodbrdsko.cz.

V roce 2022 budeme sledovat:

- Návštěvnost turistických informačních center
- Statistiky hromadných ubytovacích zařízení
- Návštěvnost webu a struktura návštěvníků (Google Analytics)
- Návštěvnost sociálních sítí

Dále zvážíme monitoring mediálních výstupů a zmínek o naší destinaci v off-line i on-line médiích.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Analýza (report)

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Minimálně čtvrtletně během roku 2022 (dle aktuálního vývoje pandemie covid-19)

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

1.3 FINANCOVÁNÍ

Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku

Průběžné vyhledávání možností financování našeho spolku a našich projektů a aktivit. Zaměříme se zejména na:

- Dotace Ministerstva pro místní rozvoj ČR
- Dotace Ministerstva zemědělství ČR
- Evropské dotace
- Soukromé dárce

Výstup, plnění, vyhodnocení: Získané finanční prostředky

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

2 INFRASTRUKTURA A NABÍDKA

2.1 TURISTICKÉ TRASY

Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy

V roce 2022 zahájíme práce na zhotovení projektové dokumentace včetně získání souhlasných stanovisek dotčených orgánů pro značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy. Budeme analyzovat finanční možnosti získání dotace na realizaci projektového záměru „Značení cyklotras v jižní části CHKO BRDY“.

Výstup, plnění, vyhodnocení:

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: Bude upřesněno

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externím dodavatelem

Vyznačení běžeckých lyžařských tras

V rámci zvyšování atraktivity turistické nabídky a posílení kapacit pro zimní sezonu vyznačíme v rámci spolupráce s VLS, s. p. v terénu běžecké lyžařské trasy.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Značení v terénu + případná mapa tras

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 50.000, - Kč

Zodpovídá: Bc. Zuzana Kučerová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externím dodavatelem

Pořízení stroje na značení běžkařských tras

V roce 2022 zvážíme možnosti pořízení stroje na značení běžkařských tras. Budeme analyzovat i vhodné dotační tituly pro získání finančních prostředků na nákup stroje na značení běžkařských tras.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Statistika výjezdů a délka vyznačených stop

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Zimní období

Náklady: Bude upřesněno

Zodpovídá: Bc. Zuzana Kučerová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

2.2 NOVÉ PRODUKTY

Produkt „Poutní turismus“

Ve spolupráci s DMO Berounsko vytvoříme nový turistický produkt zaměřený na poutní turismus. Propojíme tak přirozeným způsobem obě naše destinace a napojíme je na již existující významné poutní trasy, které zasahují na území naší turistické oblasti. Při tvorbě produktu budeme vycházet z marketingové strategie obou DMO, které s poutní turistikou, resp. i s širěji pojatou oblastí „duchovna“ počítá.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, vytyčení trasy, propagační materiály, prezentace produktu na webu, sociálních sítích i v rámci eventů, dále související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 90.000 Kč

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti, partnerskou DMO a dalšími zapojenými subjekty

2.3 NOVÉ PROJEKTY

Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku

Během jarních příprav provedeme průzkum mezi partnery a dalšími subjekty v destinaci, případně subjekty spolupracujícími, s cílem zjistit jejich projektové záměry. Následně aktualizujeme projektový zásobník a budeme řešit možnosti realizace jednotlivých projektů a jejich financování.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Zásobník projektů

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Květen 2022

Náklady: Bude upřesněno

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti, partnerskou DMO a dalšími zapojenými subjekty

3 MARKETING

3.1 STRATEGIE A IMAGE

Řízení image značky

Budeme průběžně pracovat na image značky destinace Brdy a Podbrdsko v duchu marketingové strategie. V roce 2022 budeme dále pokračovat v profilování naší destinace zejména na sociálních sítích a na webu a prostřednictvím koordinátora se zaměříme i na vybrané PR aktivity.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Průběžné vyhodnocení výstup, případně průzkum vnímání image destinace

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externím dodavatelem digitálního marketingu

Průzkum potenciálu a potřeb poptávky

Průzkum potenciálu poptávky a potřeb potenciálních návštěvníků provedeme on-line na populaci obyvatel České republiky.

Prostřednictvím on-line dotazování se zaměříme zejména na:

- Znalost Brd a Podbrdsk v rámci ČR
- Podíl lidí (resp. domácností), které destinaci navštívily
- Potenciál poptávky, tj. objem návštěvníků, který pravděpodobně navštíví destinaci v budoucnu
- Možnosti, jak motivovat návštěvníky k cestě do destinace
- Efektivní komunikační kanály pro perspektivní cílové skupiny potenciálních návštěvníků (např. konkrétní webové portály, konkrétní skupiny nebo stránky na sociálních sítích, konkrétní rádia, spolky a sdružení, které kolem sebe sdružují dané cílové skupiny)

Díky získaným datům provedeme hlubší analýzu a segmentaci cílových skupin, získáme představu o regionálním rozložení (potenciální) poptávky a také získáme představu, jakými kanály komunikovat s jednotlivými cílovými skupinami. Průzkum a analýza dat nám napomohou také zjistit, jaké jsou rozhodovací mechanismy návštěvníků (tj. plánování dovolené a nákupní proces) a kdy je ideální je oslovit s cílenou nabídkou.

Pro provedení on-line dotazování využijeme placené on-line nástroje některé z českých výzkumných agentur.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Prezentace na jednání spolku

Místo realizace: On-line

Termín dokončení: dle aktuálního vývoje pandemie covid-19

Náklady: 100.000,- Kč

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

3.2 TVORBA NÁSTROJŮ

Strategický obsah webu

Pokračovat v budování strategického obsahu webu www.brdyapodbrdsko.cz, což znamená nadále zkvalitňovat a optimalizovat texty v oblasti nabídky destinace, ale také na blogu. Soustředit se na SEO parametry dle výstupů z proběhnuvší SEO analýzy.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Postupné plnění webu dle doporučení v SEO analýze

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / on-line

Termín dokončení: Průběžná aktualizace a optimalizace textů (SEO)

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externím dodavatelem

Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí

Operativní vytváření obsahu pro akční a sezonní nabídky, které bude probíhat po celý rok dle aktuální nabídky. Podobně budeme průběžně plnit kalendář akcí.

Tato část tvorby obsahu bude úzce napojená na PR aktivity, resp. vytvořený obsah budeme rozesílat také do médií formou novinek a tiskových zpráv.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Články na webu destinace, záznamy v kalendáři akcí

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Koordinátor turistické oblasti

Pořízení image fotografií

Pořízení sady image fotografií. Fotografie budou pořízeny na základě interní rozvahy – jaké fotografie, zejména z pohledu cílení na cílové skupiny, v jakém počtu a nakolik budou odrážet specifika jednotlivých subregionů a sezonalitu.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Fotografie – počet dle zadání

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 50.000,- Kč

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a s externím dodavatelem

Vytvoření propagačního videa „Prezentační spot Brd“ a image fotografií s komparzem

V roce 2022 vytvoříme profesionální video včetně krátkých spotů, včetně image fotografií s komparzem z 11 různých lokalit. Na to navážeme online kampaň s dosahem cca 50 000 uživatelů (kombinace Facebook, Instagram, Youtube).

Výstup, plnění, vyhodnocení: Propagační video, propagační spoty včetně fotografií s vysokým rozlišením a komparzem

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 550 000 Kč (financování z NPPCR 50% a 50% spoluúčast spolku)

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a s externím dodavatelem

Tištěné propagační materiály

Dotisk tištěných propagačních materiálů, konkrétně:

- Image
- Pěší výlety
- Cyklistické výlety
- Jednoduché letáky – hrady, zámky a zříceniny, pro děti, muzea a galerie, rozhledny a vyhlídky, technické památky, vojenské památky

Dále plánujeme vyrobit následující tiskoviny:

- Návštěvní knížka
- Propagační materiál pro zimní turistiku
- Poutní turismus – skládací mapa

Tištěné propagační materiály budou distribuovány primárně na TIC v naší turistické oblasti a do dalších partnerských institucí, případně provedeme distribuci na další partnerská místa TIC v jiných turistických oblastech a na SCCR. Distribuce bude probíhat dále prostřednictvím eventů, které budou pořádat členové (případně partneři) spolku, a kterých se budeme účastnit.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Tištěné propagační materiály a jejich počet

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 200.000,- Kč (včetně distribuce)

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a s externím dodavatelem

Merchandising

Vytvoření upomínkových předmětů za účelem jejich prodeje. Druh a podoba bude upřesněna během roku 2022. Upomínkové předměty budou distribuovány do TIC a dalších partnerských institucí k následnému prodeji.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Počet vyrobených upomínkových předmětů a jejich prodejnost

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 10.000,- Kč

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a s externím dodavatelem

3.3 SOCIÁLNÍ SÍŤ

Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích

Průběžná tvorba plánu obsahu sociálních sítí a výběr zastřešujících témat pro jednotlivé měsíce pro marketing na sociálních sítích. V roce 2022 se zaměříme více na konkrétní aktivity a budeme se snažit komunikaci na sociálních sítích více cílit na vybrané cílové skupiny.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Pracovní dokument

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2022

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externím dodavatelem

Správa sociálních sítí (průběžné)

Správa sociálních sítí, tj. pravidelné publikování příspěvků, sdílení zajímavých informací a novinek, komunikace s fanoušky a dalšími uživateli. Součástí je získávání podkladů, zejména fotografií od externích fotografů a instagramerů. Primárně se zaměříme na sociální sítě Facebook a Instagram.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Pravidelné vyhodnocení (měsíční) dle dostupných metrik (např. míra interakce publika, prokliky na web atp.)

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2022

Náklady: 230.000,- Kč (zahrnuje i YouTube viz navazující bod)

Zodpovídá: Externí správce sociálních sítí ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a Mgr. Lucií Kaiserovou

Větší využití kanálu „Brdy a Podbrdsko“ v síti YouTube

Plánujeme intenzivnější využití kanálu v sociální síti YouTube, tzn. předpokládáme větší prezentaci našeho kanálu na všech sociálních sítích, ale i průběžné zveřejňování videí (oficiálních i od fanoušků).

Výstup, plnění, vyhodnocení: Počet odběratelů, počet shlédnutí videí, sdílení odkazů na videa na dalších sociálních sítích

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika

Termín dokončení: Průběžně po celý rok 2022

Zodpovídá: Externí správce sociálních sítí ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a Mgr. Lucíí Kaiserovou

3.4 KAMPAŇ A PODPŮRNÉ MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Fam trip s influencery

Organizace tzv. fam tripu pro influencery. Cílem bude vygenerovat povědomí o destinaci a možnostech trávení volného času v destinaci. Současně očekáváme aktivaci komunit navázaných na jednotlivé influencery, ale také sekundární publicitu v médiích. Harmonogram a itinerář fam tripu bude naplánován s předstihem, a to i na základě předběžné poptávky ze strany účastníků. Tuto aktivitu můžeme realizovat i ve spolupráci se Středočeskou centrálou cestovního ruchu, příspěvkovou organizací, která již v roce 2021 zajistila v rámci území jednotlivých DMO návštěvu influencerů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Fam trip, počet účastníků, počet výstupů na sociálních sítích, sdílení a další interakce, přehled mediálních titulů, počet výstupů a případné reakce na ně

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika

Termín dokončení: Prosinec 2022

Náklady: 60.000,- Kč

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

Public relations (průběžné)

Průběžné public relations – pravidelná tvorba a rozesílání tiskových zpráv, poskytování informací a podkladových materiálů médiím, reakce na relevantní události a vyhledávání příležitostí k publicitě.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Počet vytvořených tiskových zpráv, počty výstupů na webu a v off-line médiích. Vyhodnocení kvality výstupů a jejich přínosů pro naši destinaci.

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika

Termín dokončení: Prosinec 2021 (předpokládáme pokračování v navazujících letech)

Náklady: Vlastními silami, případně dle rozpočtu placené články (advertorial)

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

4 LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ

4.1 VZDĚLÁVÁNÍ

Organizace workshopu pro osoby podnikající v oblasti cestovního ruchu

Podpora vzdělávání podnikatelů v oblasti cestovního ruchu ze strany spolku a partnerských institucí hraje důležitou roli pro rozvoj odvětví cestovního ruchu v naší destinaci. Proto v roce 2022 uspořádáme workshop pro podnikatele v našem odvětví.

Cílem plánované akce je:

- Podpořit podnikatele v oboru
- Předat know-how a informace k image destinace a strategickým prioritám
- Představit naše plány a domluvit se na společných představách o budoucím směřování
- Prezentovat podnikatelům možnosti financování jejich projektů
- poskytnout prostor pro networking a spolupráci

Výstup, plnění, vyhodnocení: Workshop, počet účastníků, zpětná vazba od účastníků, nové podnikatelské aktivity a projekty

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: bude upřesněno

Náklady: Bude upřesněno (možnost financování ze zásobníku projektových záměrů)

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externími dodavateli

Organizace fóra cestovního ruchu

Fórum cestovního ruchu bude místem setkání odborníků, podnikatelů, novinářů a všech zájemců o cestovní ruch v Brdech. Fórum cestovního ruchu považujeme za strategický event, v rámci kterého budeme prezentovat naši destinaci, turistickou nabídku, ale i plány do budoucna. Fórum má přinést také nejnovější poznatky z oboru, které budeme moci následně implementovat. Současně bychom rádi dali prostor všem členům, partnerům a dalším aktivním subjektům, aby mohli prezentovat své projekty a aktivity. Fórum má být v neposlední řadě platformou pro navazování kontaktů a spolupráce. Očekáváme také účast zástupců jiných destinací a vzájemnou výměn know-how a navázání spolupráce.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Fórum, počet účastníků, zpětná vazba od účastníků, nové projekty a aktivity

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: bude upřesněno

Náklady: Bude upřesněno (možnost financování ze zásobníku projektových záměrů)

Zodpovídá: Mgr. Lucie Kaiserová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti a externími dodavateli.

VÝHLED PRO ROK 2023

V roce 2023 budeme pokračovat v rozvoji turistické oblasti po všech stránkách, navážeme na stávající aktivity a budeme nadále aktivně vyhledávat nové příležitosti.

HLAVNÍ OBLASTI ČINNOSTI A OČEKÁVÁNÍ

Předpokládáme, že v roce 2023 zaměříme činnost destinačního managementu zejména na tyto tři oblasti:

1. Posilování spolupráce v turistické oblasti a s dalšími subjekty
2. Marketing a propagace
3. Infrastruktura

Očekáváme, že se nám během roku 2022 podaří zefektivnit činnost naší 3K platformy a prohloubit spolupráci mezi členy spolku a dalšími partnery. Očekáváme také příliv nových členů, což je pro nás dlouhodobá výzva. Tomu všemu napomůže mimo jiné obsazení pozice koordinátora, který bude tuto agentu spravovat na denní bázi.

POTENCIÁLNÍ HROZBY

Pandemie Covid-19

Plánování rozvoje turistické oblasti do jisté míry komplikuje pokračující pandemie Covid-19. V roce 2020 jsme úspěšně nastavili procesy, které umožní řízení destinace i ve ztížených podmínkách proměňujících se vládních opatření, zejména důraz na on-line komunikaci (interní i směrem k potenciálním návštěvníkům) a způsob práce na nových produktech. Přesto s sebou případná pokračující pandemie nese proměny chování návštěvníků, ale i různá omezení fungování v turistických cílech, s čímž se musíme potýkat.

Ekonomická situace

Ekonomické prognózy varují před zhoršující se ekonomickou situací v České republice, zejména upozorňují před dalším nárustem inflace, což by potenciálně snížilo kupní sílu obyvatel.

Aktuálně došlo i ke zvýšení úrokových sazeb, což může znamenat překážku pro podnikatele a jejich investice, stejně jako to může omezit investiční aktivitu v oblasti infrastrukturních projektů ze strany veřejného sektoru.

Na druhou stranu se velmi příznivě vyvíjí ekonomický růst v eurozóně, zejména v některých zemích dosahuje až rekordní úrovně (např. Irsko – 14,6 %, Estonsko 9 %, Chorvatsko 8,1 %).

Pro nás bude stěžejní také postoj nové vlády, která se bude vyrovnávat s rekordními deficity v důsledku řešení pandemické krize, což může mít vliv na financování projektů v cestovním ruchu.

POTENCIÁLNÍ PŘÍLEŽITOSTI

Rostoucí domácí poptávka

Pandemie ve svém důsledku zapříčinila nárůst domácí poptávky. Podle údajů ČSÚ z listopadu 2020 bylo v ubytovacích zařízeních přibližně pětkrát více hostů z tuzemska než ze zahraničí. Oproti roku 2019 se v tuzemsku ubytovalo o 29 % více Čechů.

Pro TO Brdy a Podbrdsko z toho plynou potenciálně výrazné přínosy, zejména kvůli těmto faktorům:

- Jedná se o poměrně rozlehle území s přírodním charakterem a dobrými předpoklady pro aktivní turistiku, což je v době pandemie velmi atraktivní
- Blízkost Prahy a případně Plzně generuje významnou část tuzemské poptávky, což navíc podporuje dobrá dopravní dostupnost destinace
- Stále sílící trend udržitelného cestovního ruchu

V souvislosti s poptávkou dodejme, že v letošním roce významně přibylo i hostů ze Slovenska, kterých v ubytovacích zařízeních v ČR přibylo o více než 40 %. To je další významná příležitost pro naši destinaci, ať už z titulu blízkosti Prahy, ale i pro ojedinělou nabídku naší turistické oblasti. V konečném důsledku je to další příležitost, jak prodloužit délku pobytu v naší destinaci.

Rostoucí domácí poptávka, případně poptávka z některých dalších zemí, bude klást nároky na kapacitu turistické oblasti. Budeme tedy nadále pracovat s riziky fenoménu overtourism a budeme se snažit rozptýlit návštěvníky po celé naší turistické oblasti.

Green New Deal

Klimatické cíle EU s sebou přináší řadu závazků, ale také předpokládá rozdělit formou dotačních titulů až jednu miliardu eur. Z toho plyne příležitost i pro naši turistickou oblast, ale i jednotlivé subjekty v naší destinaci.

Celkový charakter „zeleného údělu“ významnou měrou podporuje trendy v oblasti udržitelnosti, což se promítá i do oblasti cestovního ruchu.

PRIORITNÍ AKTIVITY V ROCE 2023

Posilování spolupráce v turistické oblasti a s dalšími subjekty

V roce 2023 budeme nadále pracovat na rozšiřování naší členské základny, s čímž souvisí i nutnost neustále zlepšovat interní procesy a komunikaci, tedy naši platformu 3K.

Jelikož v roce 2022 předpokládáme provedení min. dvou eventů (workshop a konference), získáme mimo jiné významnou zpětnou vazbu od účastníků, což nám umožní dále rozvíjet fungování naší destinační organizace. V případě pozitivních ohlasů a obě akce připravíme pro rok 2023 další.

Marketing a propagace

Marketingové a propagační aktivity pro naši turistickou oblast významně ovlivní průzkum, který budeme realizovat v roce 2022. Podle jeho výsledků navrhne přesnější cílení, ale i obsah budoucích

marketingových aktivit a případných kampaní. Průzkum nám odhalí také rezervy ve vnímání naší destinace, což nám umožní odstranit slabá místa v našem marketingu.

V obecné rovině předpokládáme v roce 2023 pokračování našich úspěšných kampaní a průběžné propagace na sociálních sítích. Nadále budeme rozvíjet web www.brdyapodbrdsko.cz.

V případě potřeby provedeme dotisk propagačních materiálů, případně se zaměříme na tvorbu nových, a to dle aktuální nabídky a potřeb.

Podle úspěšnosti fam tripu s influencery, který plánujeme na rok 2022, připravíme další obdobné eventy.

Konkrétní aktivity a případné kampaně naplánujeme v závěru roku 2022. Nadále budeme také v oblasti marketingu rozvíjet spolupráci s dalšími subjekty a institucemi, stejně jako budeme hledat společné cesty pro prezentaci naší turistické oblasti v rámci propagace Středočeského kraje. Předpokládáme zapojení do případných projektů SČCCR.

Infrastruktura

Pro rok 2023 předpokládáme další rozvoj infrastruktury, zejména turistických tras pro pěší, cyklo a běžkaře. Konkrétní projekty se budou odvíjet od aktuálních možností financování rozvoje infrastruktury.

V této souvislosti můžeme očekávat také růst poptávky po elektromobilitě, což před nás klade otázky, na kolik se pustit do budování infrastruktury pro elektrokola, případně i pro elektromobily (tzn. dobíjecí stanice). V tomto směru budeme úzce spolupracovat s příslušnými ministerstvy a odbory Středočeského kraje.

Je možné, že v roce 2023 znovu otevřeme záměr budování infrastruktury pro rekreační splavnění Vltavy.

ROK 2023: ČESKÉ TRADICE

Agentura CzechTourism plánuje pro rok 2023 propagovat jako zastřešující téma TRADICE; klasické i moderní. Proto se v roce 2023 zaměříme speciálně i na toto téma.

V roce 2023 spustíme sérii eventů zaměřených právě na tradice regionu, a to tradice všeobecně známé během roku (např. velikonoční svátky), ale též tradice specifické pro jednotlivé regiony naší turistické oblasti.

Potenciál tématu a předpoklady na straně nabídky naší turistické oblasti

Motiv tradic otevírá další potenciál i v jiných směrech, zejména:

- tradiční řemesla – hornictví, uhlířství, špendlíkářství atd.,
- náboženská a poutní turistika (Svatá Hora, Prokopská puť v Březových Horách atd.),
- betlémská tradice (Příbramsko),
- loutkářství (Březnice),
- vojenská historie,

- bohatý zásobník místních pověstí
- a samozřejmě tradiční pokrmy a regionální speciality.

Výše naznačené možnosti mají průnik s venkovskou turistikou, kterou mimo jiné akcentuje naše marketingová strategie z roku 2019.

Téma tradic je zajímavé i z toho pohledu, že jejich poznávání je častým motivem pro domácí cestovní ruch a návštěvu regionů ČR. Tento motiv je častý i u návštěvníků ze Slovenska, které zmiňujeme v potenciálních příležitostech v souvislosti s rostoucí poptávkou v roce 2023.

Předpokládané aktivity v souvislosti s rokem tradic

V rámci podpory tématu TRADICE zvažujeme pro rok 2023 následující aktivity:

- Průzkum a vytvoření operativní databáze akcí, které s tématem tradic souvisí
- Vytvoření speciální sekce nabídky zaměřené na tradice na webu www.brdyapodbrdsko.cz
- Vytvoření min. jednoho produktu zaměřeného na tradice (viz předchozí podkapitola s přehledem předpokladů na straně nabídky)
 - Samostatně se zaměříme na gastronomii a nabídku lokálních produktů a tradičních pokrmů
- Pořízení fotografií a případného videa s touto tematikou
- Doplnění obsahu na webu www.tradicemasmyl.cz (spravuje CzechTourism)
- Propagace místních tradic na sociálních sítích (v optimálním případě každý měsíc zaměřený tematicky na jinou tradici); včetně placených PPC kampaní
- Uspořádání speciálního workshopu k tématu tradic pro subjekty v cestovním ruchu
- Uspořádání konference na téma tradic v Brdech a Podbrdsku
- Vydání speciálního tištěného propagačního materiálu k tématu
- Průběžné PR aktivity v souvislosti s rokem tradic

Poznámka: Přípravné práce pro naplnění záměru projektu TRADICE zahájíme už v roce 2022 a dle kapacit budeme postupně realizovat i dílčí aktivity, abychom mohli téma tradic v roce 2023 naplno realizovat.