



Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s.

na rok 2024

1 OBSAH

1	Obsah.....	2
2	Úvod	4
3	Oblasti aktivit.....	5
4	Co máme splněno.....	5
5	ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ.....	7
5.1	Koordinace činnosti	7
	Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy	7
	Optimalizace pozice koordinátora a specialisty	7
	Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu (zejména kulturní akce).....	7
5.2	Systém měření a kontroly.....	8
	Pravidelný monitoring návštěvnosti.....	8
5.3	Financování.....	8
	Průběžný monitoring možností financování aktivit spolku	8
	Vyhledávání možností financování z prostředků fondů zřízených na základě iniciativy Green New Deal.....	8
6	INFRASTRUKTURA A NABÍDKA	10
6.1	Turistické trasy	10
	Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy	10
	Zimní běžecké trasy	10
	Revize a rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy	10
	Označení brdských osmistovek a vylepšení výhledů z vybraných vrcholů Brd	10
6.2	PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU	11
	Produkt „Poutní turismus“	11
	Produkt „Návštěvnická knížka“	11
	Produkt „Brdoviny“	12
	Produkt: Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech	12
	Produkt „Tradice Brd a Podbrdsko“	12
	Produkt „Naučné stezky Brd a Podbrdsko – Neznámé Brdy a Podbrdsko“	13
	Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko – Pivní stezky Brd a Podbrdsko“	14
	Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti/dětskýma očima“	14
	Příklady tipů na výlety:	14
	Produkt „Dotkni se Brd“	15
	Produkt „Pustit k vodě“	15
6.3	Nové PROJEKTY.....	16
	Průzkum projektových záměrů a aktualizace projektového zásobníku	16
	Sběr a příprava projektových záměrů v souladu s principy Green New Deal	16

7	MARKETING	17
7.1	Strategie a image.....	17
	Řízení image značky.....	17
	Průzkum potenciálu a potřeb poptávky	17
7.2	Tvorba nástrojů	18
	Strategický obsah webu	18
	Obsah webu – Akční a sezonní nabídky, kalendář akcí	18
	Možnosti vylepšení webu.....	18
	Pořízení image fotografií	18
	Tištěné propagační materiály.....	19
	Merchandising.....	20
7.3	Sociální sítě.....	20
	Plán tvorby obsahu a výběr témat pro marketing na sociálních sítích	20
	Správa sociálních sítí (průběžné).....	20
	Větší využití kanálu „Brdy a Podbrdsko“v síti YouTube.....	20
7.4	Kampaně a podpůrné marketingové aktivity	21
	Fam trip	21
	Digitální aplikace SmartGuide	21
	Public relations a placená reklama v médiích	21
	Veletrhy cestovního ruchu	21
8	LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ.....	23
8.1	Vzdělávání	23
	Organizace fóra cestovního ruchu.....	23
	Školení pro pracovníky turistických informačních center v oblasti.....	23
8.2	SPOLUPRÁCE S PARTNERY	23
	Prohlubování spolupráce a naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery	23

2 ÚVOD

Plán činnosti spolku Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z.s pro rok 2024 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. 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 2023. 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.

3 OBLASTI AKTIVIT

V roce 2024 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 roce 2024 se zaměříme na marketingové aktivity, infrastrukturní projekty, jejichž cílem bude podpora cestovního ruchu v naší oblasti, a na posílení naší členské a partnerské základny včetně rozvoje personálních kapacit. Stejně jako v minulých letech budeme v roce 2024 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 základny našeho spolku.

Certifikační komise Kategorizace organizací destinačního managementu dne 13. 12. 2022 rozhodla o udělení certifikace na další rok. Certifikát je platný jeden rok, tedy do 12. 12. 2023.

4 CO MÁME SPLNĚNO

Krátkodobý plán pro rok 2024 vychází z marketingové strategie přijaté v roce 2019 (a její aktualizace z roku 2022) 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 |
| ✓ Přijetí specialisty na CR 80 h měsíčně | HOTOVO |
| ✓ Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy | PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO |
| ✓ Podrobný průzkum a analýza kulturní nabídky regionu | ODLOŽENO |
| ✓ 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 |

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, příprava a realizace projektů	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	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO
✓ Veletrhy a výstavy	PRŮBĚŽNĚ PLNĚNO

5 ORGANIZAČNÍ FUNGOVÁNÍ

5.1 KOORDINACE ČINNOSTI

Prohlubování a zefektivnění činnosti 3K platformy

V roce 2024 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Optimalizace pozice koordinátora a specialisty

Cílem této aktivity je nastavit systém fungování a práce koordinátora a specialisty spolku, vytyčit oblasti svěřené odpovědnosti a zapracovat je. V průběhu roku bude podle potřeby tento systém optimalizován. Současně bude nutné koordinátora a specialistu 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

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

V předchozích letech 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. V plánu je pořízení profesionální fotografií z vybraných akcí.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Analýza kulturní nabídky

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti ve spolupráci s členy pracovní skupiny

5.2 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. Na pravidelné bázi budeme vyhodnocovat fungování sociálních sítí a návštěvnost webu www.brdyapodbrdsko.cz.

V roce 2024 budeme sledovat:

- Návštěvnost turistických informačních center
- Statistiky hromadných ubytovacích zařízení
- Návštěvnost webu a strukturu 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: specialista CR

5.3 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti ve spolupráci s členy pracovní skupiny

Vyhledávání možností financování z prostředků fondů zřízených na základě iniciativy Green New Deal

Aktivně budeme vyhledávat možnosti financování projektů souvisejících s evropskou iniciativou Green New Deal.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Získané finanční prostředky

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti ve spolupráci s členy pracovní skupiny

6 INFRASTRUKTURA A NABÍDKA

6.1 TURISTICKÉ TRASY

Značení cyklotras v jižní části CHKO Brdy

V roce 2024 budeme pokračovat v přípravách na zhotovení projektové dokumentace a 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 2024

Náklady: 200.000 Kč (projekt)

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti spolu s externím dodavatelem

Zimní běžecké trasy

V rámci zvyšování atraktivity turistické nabídky a posílení kapacit pro zimní sezonu připravíme ve spolupráci s VLS, s. p. mapu cest, které nebudou ošetřeny zimní údržbou. V případě optimálních sněhových podmínek zajistíme ve spolupráci s městem Příbram a VLS, s. p. strojovou úpravu vybraných cest.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Mapa tras

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 20.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s městem Příbram a VLS, s. p.

Revize a rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy

V roce 2024 zrealizujeme ve spolupráci s KČT rozšíření sítě pěších turistických tras v CHKO Brdy v rozsahu, v jakém nám to dovolují stanoviska dotčených orgánů. Ve spolupráci s KČT osadíme aktualizované mapy turistických tras na vybraná nástupní místa do Brd.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Aktualizovaná mapa turistických tras

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Zimní období

Náklady: 100.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Označení brdských osmistovek a vylepšení výhledů z vybraných vrcholů Brd

Cílem je ve spolupráci se Správou CHKO Brdy a VLS, s. p. postupně označit symbolem vyřezaným ze dřeva vrcholy Brd (označníky vyrobí žáci Waldorfské školy Příbram), které přesahují výšku 800 m n. m. Součástí označení by měly být i vrcholové knihy v jednotném designu. V celé brdské vrchovině se nachází 11 takových vrcholů. V roce 2024 dojde k označení alespoň 3 vrcholů. Zároveň budou na

vybraných vrcholech Brd prořezem zkvalitněny výhledy do krajiny, tato aktivita proběhne ve spolupráci s VSL, s. p. a správou CHKO Brdy.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Označené vrcholy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 150.000, - Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti s externím dodavatelem

6.2 PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU

Produkt „Poutní turismus“

Ve spolupráci s DMO Berounsko budeme pokračovat v rozvoji produktu cestovního ruchu zaměřeného 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 šířeji pojatou oblastí „duchovna“ počítá.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt (včetně cizojazyčné mutace), prezentace produktu na webu, sociálních sítích i v rámci eventů – např. Jarní pouť za perlami Berounska, Brd a Podbrdsko (ve spolupráci se spolky Ultréia), dále související mediální výstupy. Realizace propagačního videa, reels a fotografií s komparzem.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 100.000 Kč

Zodpovídá: Bc. Zuzana Kučerová ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti, partnerskou DMO a dalšími zapojenými subjekty

Produkt „Návštěvnícká knížka“

Návštěvnícká knížka Turistické oblasti Brdy a Podbrdsko umožňuje čerpání slev a dalších výhod ve vybraných turistických místech středních Čech.

Princip fungování návštěvnícké knížky je založen na poskytování řady slev a výhod z oblasti trávení volného času. Knižka tak podporuje vyšší nákup turistických služeb a produktů, které jsou v tomto systému zapojeny. Návštěvnícká knížka poskytuje svým uživatelům slevy a výhody, slouží jako motivační faktor a inspirace na výlety pro turisty i místní obyvatele, jako propagace pro zapojené poskytovatele a jako nástroj destinační spolupráce. Při zakoupení plného vstupného/služby získá návštěvník zdarma tuto knížku, v níž najde slevy či jinou výhodu v dalších zařízeních, která se do projektu zapojila. Návštěvnícká knížka je prezentována na Facebooku, Instagramu a webových stránkách turistické oblasti. Do projektu se zapojilo celkem 48 subjektů (z toho 27 soukromých subjektů). Celkový náklad činil 7.000 výtisků.

V roce 2024 prozkoumáme možnost vytvoření společného produktu s DMO Berounsko. Z dotazníkového šetření, které bylo provedeno online a bylo zaměřeno na poskytovatele slev, jednoznačně vyplynulo, že podnikatelé mají zájem o rozšíření návštěvnícké knížky o oblast Berounska. Rozšíření návštěvnícké knížky bychom rádi pilotně zavedli již v roce 2024, pokud se ukáže, že je tato změna realizovatelná v poměrně krátkém čase.

Během roku 2024 společně se zástupci DMO Berounsko prověříme možnost přenesení slevové knížky do online prostředí pomocí vhodné aplikace. Budeme zvažovat, zda návštěvnícká karta v tištěné

podobě zůstane částečně či vůbec. Dojde k vyhodnocení nabídek různých poskytovatelů na slevovou knížku v online verzi. Přechod na novou knížku se bude odvíjet od technických možností a finanční náročnosti tohoto projektu.

Výstup, plnění, vyhodnocení: tištěné materiály, aktivní zapojení podnikatelských subjektů, on-line výstupy (Facebook, Instagram), interní analýzy.

Náklady: 100 000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Brdoviny“

V červnu 2023 vyšlo první vydání turistických novin Brdoviny věnovaných turistické oblasti Brdy a Podbrdsko. Noviny čtenářům přinesly tipy na výlety, praktické rady a zajímavé aktuality z Brd a Podbrdsko. Zároveň bylo cílem provázat služby poskytované v DMO. Celkový náklad v roce 2022 činil 10.000 výtisků. Turistické noviny byly k dispozici zdarma v informačních centrech, muzeích, na zámcích a hradech a dalších partnerských místech.

V roce 2024 dojde k vydání dalšího čísla Brdovin. Vzhledem k popularitě tohoto produktu počítáme s větším nákladem, a sice 12 000 výtisků. V rámci pracovní skupiny zanalyzujeme možnosti dalšího rozvoje tohoto produktu. Zvážíme rozšíření o některá témata např. tipy na koupání v celé TO.

Výstup, plnění, vyhodnocení: 10-12 000 výtisků turistických novin, aktivní zapojení členů a partnerů, on-line výstupy (Facebook, Instagram), interní analýza.

Náklady: 100 000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt: Brdy a Podbrdsko na kole a s batohem na zádech

Vydané brožury přinášejí celkem 20 tipů na výlet, resp. 10 výletů pěšky a 10 cyklo výletů. Každý výlet obsahuje popis trasy i zajímavostí v okolí, orientační mapku se zyznačenou trasou, informaci o její délce a náročnosti. Nezapomnělo se ani tip na dobré jídlo, a tak každý z výletů obsahuje tipy na místní gastronomii. Brožury obsahují lehké trasy vhodné pro rodiny s dětmi, i náročnější pro sportovce. Kolekci doplňuje také 6 informačních letáků, které představují jednotlivé turistické cíle. Slouží tak jako krátká pozvánka na hrady a zámky, rozhledny, místa spjatá s vojenskou minulostí nebo třeba do muzeí a galerií.

V roce 2024 dojde k redesignu tištěných materiálů k produktu. Proběhne aktualizace tipů na místní gastronomii. Prozkoumáme nové možnosti marketingové podpory tohoto produktu.

Výstup, plnění, vyhodnocení: propagační materiál, aktivní zapojení členů a partnerů, on-line výstupy (Facebook, Instagram).

Náklady: 100 000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Tradice Brd a Podbrdsko“

Turistická oblast Brdy a Podbrdsko disponuje bohatým zásobníkem tradic a dodnes je patrný odkaz tradic v živé kultuře i v umělecké tvorbě. V roce 2024 připravíme produkt založený právě na tradicích, a to nejen v jejich tradičním pojetí, ale i v pojetí moderním.

V první fázi aktualizujeme přehled o tradicích zpracovaný v marketingové strategii a poté přistoupíme k návrhu turistického produktu.

Předběžně počítáme s tím, že hlavní osou produktu bude „putování za tradicemi Brd a Podbrdsko“. V rozšířené verzi prověříme možnost k produktu přidat motivační systém, např. pas na razítka nebo určitou formu sbírání kódů pro on-line verifikaci a po dosažení určitého počtu cílů nabídneme účastníkům drobné odměny.

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 pouť 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.

Návrh aktivit v rámci tvorby produktu CS k tradicím Brdy a Podbrdsko

V rámci podpory tématu TRADICE zvažujeme pro rok 2024 následující aktivity:

- Průzkum a vytvoření operativní databáze akcí, které s tématem tradic souvisí
- Vytvoření speciální sekce nabídky zaměřené na tradice na webu www.brdypodbrdsko.cz
- Vytvoření min. jednoho produktu zaměřeného na tradice (viz předchozí podkapitola s přehledem předpokladů na straně nabídky)
- Pořízení fotografií a případného videa s touto tematikou
- Propagace místních tradic na sociálních sítích (v optimálním případě každý měsíc zaměřený tematicky na jinou tradici)

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, prezentace produktu na webu, sociálních sítích

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 100.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Naučné stezky Brd a Podbrdsko – Neznámé Brdy a Podbrdsko“

Produkt Krajinou Brd a Podbrdsko vychází z lokalizačních předpokladů destinace Brdy a Podbrdsko. Zaměření produktu je především na pěší turisty. Důraz bude kladen na soulad s krajinou a kulturou, vnitřní prožitek a udržitelné formy cestování. Cílem je návštěvníkům ukázat nejen známá ale i méně známá místa v oblasti. Komunikační témata: Cestujte a objevujte méně známá místa, toulky krajinou, zaměření na dovolené mimo město a zdravý životní styl, regionální rozproštění turistů, za naučnými stezkami v Brdech a Podbrdsku.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko
Termín dokončení: Prosinec 2024
Náklady: 80.000 Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Ochutnej Brdy a Podbrdsko – Pivní stezky Brd a Podbrdsko“

V rámci produktu budou prezentovány jednak malé řemeslné pivovary a jednak i větší a zavedený pivovar Herold v Březnici, jehož historie sahá několik staletí do minulosti a je tak jedním z vůbec nejstarších podniků kontinuálně působících na světě. Pivovary můžeme najít po obou stranách Brd a Hřebenů, díky tomuto produktu bude možné jednotně prezentovat velkou část Brd a Podbrdsko, čímž dosáhneme zvýšení povědomí o regionu a získáme tak možnost propojit jinak velmi rozdílné oblasti, které tvoří geografickou součást destinace. Tento produkt vyvineme v souladu s marketingovou strategií turistické oblasti z roku 2019.

Produkt se zaměří na představení tipů na výlety v okolí pivovarů a některé z nich (tam, kde to bude smysluplné) propojí stezkou na kole či pěšky.

Turisté by dále měli díky tomuto produktu získat přehled o možnostech stravování a ubytování v okolí pivovarů a na ně navázaných pěších a cyklo tras.

V rozšířené verzi prověříme možnost k produktu přidat motivační systém, např. pas na razítka nebo určitou formu sbírání kódů pro on-line verifikaci a po dosažení určitého počtu cílů nabídneme účastníkům drobné odměny.

Úspěch tohoto produktu závisí na aktivní účasti majitelů a provozovatelů pivovarů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko
Termín dokončení: Prosinec 2024
Náklady: 100.000 Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Brdy a Podbrdsko pro děti/dětskýma očima“

Při tvorbě produktu se zaměříme na vytvoření atraktivní nabídky pro rodiny s dětmi, která jim bude ušita na míru a usnadní jim vyhledávání vhodných výletů a zážitků v oblasti. Budeme stavět na již existující nabídce pro rodiny s dětmi, která ale není nijak konzistentně a atraktivně propagována. Zážitky v Brdech a Podbrdsku jsou specifické i díky industriálnímu dědictví regionu, čímž se můžeme diferenciovat od nabídky ostatních DMO.

V první fázi je nutné udělat analýzu nabídky ze strany turistických atraktivit, níže uvádíme některé příklady.

V rozšířené verzi prověříme možnost k produktu přidat motivační systém, nabízí se možnost přidat hry pro rodiny s dětmi formou sbírání kódů pro on-line verifikaci a po dosažení určitého počtu cílů nabídnout účastníkům drobné odměny.

Příklady tipů na výlety:

- Hry a hračky malých aristokratů na zámku Hořovice
- Jízda hornickým vláčkem v Hornickém muzeu Příbram

- Zkouška kostýmu princezny nebo rytíře v Podbrdském muzeu v Rožmitále p. Třemšínem
- Za Dášeňkou a Karlem Čapkem do Strže u Staré Huti
- Rekreační areál Nový rybník v Příbrami s trampolínami, vodním hřištěm, minizoo a Adventure minigolfem
- Interaktivní expozice pro děti ve Svatohorském muzeu
- Expozice o krajině, zvířátkách a rostlinách Brd v Domě Natura
- Expozice pro malé i velké v loveckém zámečku Tři trubky

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Dotkni se Brd“

V roce 2024 se pustíme do přípravy produktu ve spolupráci s CHKO Brdy. V prvé řadě je nutné provést analýzu, jaké konkrétní aktivity bychom mohli společně se správou CHKO Brdy realizovat. Správa CHKO Brdy zatím předběžně projevila zájem o spolupráci na tvorbě tištěných materiálů o naučných stezkách a zatraktivnění jejich marketingové prezentace.

Součástí produktu je rozšíření spolupráce také na vytváření aktivit a zážitků v Brdech, které bychom návštěvníkům společně zprostředkovali, jedná se např. o pozorování hvězd, putování za studánkami, či putování za faunou a florou v srdci chráněné oblasti. Program by byl odborně připravován ve spolupráci s pracovníky AOPK. Zážitky by tak v sobě nesly neformální edukativní složku.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích, eventy, související mediální výstupy

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Produkt „Pustit k vodě“

Na tomto produktu budeme úzce spolupracovat s SCCR v průběhu roku 2024 a jeho přesnou podobu budeme tedy teprve definovat. Z pohledu naší destinace dává smysl se věnovat oblasti Slapska, Novoknínska, které jednoznačně mají turistický potenciál. Již v roce 2023 jsme rozšířili databázi image fotografií, abychom měli základ pro vizuálně zajímavý materiál, který by lákal na přírodní zajímavosti, stezky, gastro zážitky a ubytování ve výše zmíněném regionu.

V tomto případě se také nabízí prověření možnosti spolupráce DMO, se kterými „u vody“ sousedíme.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Hotový produkt, propagační materiál, prezentace produktu na webu, sociálních sítích

Náklady: 50.000 Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

6.3 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Sběr a příprava projektových záměrů v souladu s principy Green New Deal

Zmapujeme a vytvoříme speciální přehled projektových záměrů, resp. potenciálních projektů, které budou odpovídat principům evropské iniciativy Green New Deal. Do přehledu zahrneme i různé eventy nebo případné podnikatelské aktivity, na kterých bychom se potenciálně mohli podílet jako partneři. Cílem této aktivity bude získat přehled o možnostech kompatibilních s GND, které bychom mohli vhodným způsobem zařadit mezi žádosti o podporu z příslušných fondů, ale stejně tak bychom je mohli uchopit v marketingové komunikaci a podtrhnout tak „zelené“ image naší destinace.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Přehled projektových záměrů, zásobník projektů

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Květen 2024

Náklady: Bude upřesněno

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

7 MARKETING

7.1 STRATEGIE A IMAGE

Řízení image značky

Budeme průběžně pracovat na image značky destinace Brdy a Podbrdsko v duchu marketingové strategie. V roce 2024 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externí dodavatel digitálního marketingu

Průzkum potenciálu a potřeb poptávky

Průzkum potenciálu poptávky a potřeb potenciálních návštěvníků provedeme on-line a off-line. Dotazník sjednotíme s ostatními DMO a jeho tvorbu budeme také konzultovat s SCCR.

Prostřednictvím on-line a off-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.

Pro provedení on-line dotazování využijeme placené on-line nástroje některé z českých výzkumných agentur. Vyhodnotíme možnost zapojení TIC a turistických atraktivit. Zjistíme možnosti spolupráce s některou z vysokých škol.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Prezentace na jednání spolku

Místo realizace: On-line, off-line

Termín dokončení: s ohledem na čerpání rozpočtu realizace až v druhé polovině roku 2024

Náklady: 100.000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

7.2 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 (náklady max. za služby webmastera)

Zodpovídá: koordinátor 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. Důraz budeme klást na prezentaci produktů cestovního ruchu.

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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Možnosti vylepšení webu

V roce 2024 zajistíme vylepšení funkcionalit webu – rozšíření filtrů v sekci Výlety, modul pro interaktivní výběr a výpis souvisejících míst, modul pro interaktivní výběr a výpis restaurací/ubytování v okolí, provázání míst s kalendářem akcí, modul pro import a vkládání akcí do kalendáře, plánovač výletů verze 1.0, QR hra. Web bude mít zajištěn překlad do cizích jazyků pomocí strojového překladače DeepL.

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: Průběžně během roku 2024

Náklady: 200.000 Kč

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 2024
Náklady: 100.000,- Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Tištěné propagační materiály

Dotisk tištěných propagačních materiálů dle potřeby (nutno zohlednit zvýšené požadavky), konkrétně:

- Pěší výlety – **redesign**, včetně názvu (např. Brdy a Podbrdsko s batohem na zádech)
- Cyklistické výlety – **redesign**, včetně názvu (např. Brdy a Podbrdsko na kole)
- Putujte pěšky jako kdysi naši předkové – skládací přehledová mapa
- Trhací mapa

Dále plánujeme vyrobit následující tiskoviny:

- Návštěvníká knížka – zachovat počet zapojených subjektů, využít možnost vytvořit slevovou knížku ve spolupráci s Berounskem, např. **100 slev Berounska, Brd a Podbrdsko**.
- Propagační materiál pro zimní turistiku – mapa
- Nepoznané Brdy a Podbrdsko – neznámé naučné stezky
- Brdoviny – noviny by opět vyšly na počátku letní sezony, rozšíření o nabídku tipů na koupání, turisté by se zde budou opět inspirovat k výletům po naší turistické oblasti, noviny budou obsahovat nabídku nejdůležitějších kulturních akcí v regionu, náklad 12.000 ks, distribuce v celé TO.
- Ochutnej Brdy a Podbrdsko – pivovarská stezka
- Pustit k vodě, K vodě do Brd a Podbrdsko – záleží na požadavcích a koncepci SCCR
- Dotkni se Brd (se Správou CHKO) – materiál určený k propagaci naučných stezek a zajímavostí chráněné krajinné oblasti.
- Brdy a Podbrdsko pro děti/dětskýma očima – vycházíme z tipů na výlet uvedených původně v jednoduchém letáku, cílem je informace pro turisty rozšířit a nabídku pro rodiny s dětmi atraktivněji prezentovat. Zájem návštěvníků byl potvrzen na základě zpětné vazby z TIC a turistických aktivit.

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 2024

Náklady: viz kapitola 5.2 Produkty cestovního ruchu

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

Merchandising

Vytvoření upomínkových předmětů za účelem jejich prodeje. Druh a podoba bude upřesněna během roku 2024 (v návrhu jsou turistické vizitky a známky). 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 2024

Náklady: 20.000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a s externím dodavatelem

7.3 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 2024 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 2024

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor 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 síť Facebook a Instagram. Zvláštní pozornost budeme věnovat tématu tradic v naší turistické oblasti.

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 2024

Náklady: 270.000,- Kč (zahrnuje i YouTube viz navazující bod) + 30.000,- Kč na letní kampaň

Zodpovídá: Externí správce sociálních sítí ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

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 2024
Zodpovídá: Externí správce sociálních sítí ve spolupráci s koordinátorem turistické oblasti

7.4 KAMPAŇ A PODPŮRNÉ MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Fam trip

Cílem bude vygenerovat povědomí o destinaci a možnostech trávení volného času v destinaci. Harmonogram a itinerář fam tripu bude naplánován s předstihem, a to i na základě předběžné poptávky ze strany účastníků. Tuto aktivitu budeme realizovat pouze ve spolupráci se Středočeskou centrálou cestovního ruchu.

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 2024
Náklady: 40.000,- Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Digitální aplikace SmartGuide

V případě zapojení více DMO Středočeského kraje bychom posílili zapojení naší turistické oblasti do spolupráce s poskytovatelem mobilní aplikace pro turisty.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Výběr kvalitní platformy, využití dat

Místo realizace: Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko / Česká republika
Termín dokončení: Prosinec 2024
Náklady: 100.000,- Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Public relations a placená reklama v médiích

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 2024 (předpokládáme pokračování v navazujících letech)
Náklady: Vlastními silami, případně dle rozpočtu placené články (advertorial) – 100.000,- Kč
Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

Veletrhy cestovního ruchu

Také v roce 2024 budeme Brdy a Podbrdsko prezentovat ve spolupráci se SCCR na veletrzích cestovního ruchu. Jejich návštěvníkům pravidelně představujeme turistické cíle a atraktivity, místa pro

trávení aktivní dovolené a volného času. Prezentace probíhá prostřednictvím osobní komunikace s návštěvníky expozice a distribuce tištěných propagačních materiálů.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Účast na veletrzích (ITEP Plzeň, Holiday World Praha)

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

Termín dokončení: Prosinec 2024

Náklady: 20.000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti

8 LIDÉ A ROZVOJ VZTAHŮ

8.1 VZDĚLÁVÁNÍ

Organizace fóra cestovního ruchu

Fórum cestovního ruchu bude místem setkání odborníků, podnikatelů, novinářů a všech zájemců o cestovní ruch v Brdech a Podbrdsku. 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 dali rádi 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 výměnu 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: 30.000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externími dodavateli.

Školení pro pracovníky turistických informačních center v oblasti

V roce 2024 bychom chtěli opět zorganizovat setkání pracovníků turistických informačních center v naší oblasti, jehož cílem je sdílení informací napříč územím. Navážeme spolupráci s NPÚ, která umožní provést minimálně 2 studijní návštěvy objektů, které jsou ústavem spravovány.

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

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: bude upřesněno

Náklady: 20.000,- Kč

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti a externími dodavateli.

8.2 SPOLUPRÁCE S PARTNERY

Prohlubování spolupráce a naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery

Partnerství je pro naši destinaci základním stavebním kamenem rozvoje. Stávajících partnerů si vážíme a budeme nadále usilovat o co nejlepší vztahy. V rámci naplňování partnerství uvnitř naší destinace budeme proto klást nadále velký důraz na naplňování smluv o spolupráci s našimi partnery.

Mezi klíčové aktivity partnerství patří zejména propagace a zajišťování prostoru pro prezentaci ve výstupech a materiálech naší destinace. Současně budeme usilovat o maximální kooperaci i v dalších dílčích oblastech (např. eventy, příprava produktů, plánování infrastruktury atp.), ale i v rámci optimalizace strategie a vize naší destinace.

Tato aktivita je úzce provázána s prohlubováním 3K platformy.

Na naplňování smluv o spolupráci bude aktivně dohlížet koordinátor oblasti, který bude půlročně zpracovávat přehled naplňování smluv se všemi partnery.

Výstup, plnění, vyhodnocení: Přehled naplňování smluv o partnerství (pololetně zpracuje koordinátor), Zpětná vazba od partnerů, statistiky o počtu zmínek partnerských organizací v propagačních materiálech a na on-line platformách

Místo realizace: Turistická oblast Brdy a Podbrdsko

Termín dokončení: bude upřesněno

Náklady: Vlastními silami

Zodpovídá: koordinátor turistické oblasti