



TURISTICKÁ OBLAST
**KLADSKÉ
POMEZÍ**

Akční plán 2017

Turistická oblast Kladské pomezí

Branka, o.p.s.

Srpen 2016

Dokument byl zpracován na základě Marketingové strategie pro destinaci Kladské pomezí, schváleno na jednání správní Branky, o.p.s. 13. září 2016 v Červeném Kostelci a na Valné hromadě Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí dne 22.listopadu 2016 v Adršpachu.

OBSAH	
Strategický cíl A	22
1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci	22
1.1. Tvorba finančních zdrojů	22
1.2. Upřesnění organizační struktury destinace	22
1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu	22
Vnitřní komunikace	22
1.4. Zdokonalení informačního systému	23
Média	23
Informační značení v terénu	23
1.5. Rozvoj lidských zdrojů	24
Český systém kvality služeb	24
Tvorba zážitkových programů	24
Strategický cíl B	25
2. Vytvoření ucelené a konkurence schopné nabídky	25
2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace	25
Cyklobusy Kladským pomezím	25
Ski_kladskepomezi.cz	25
Festival zážitků – Čeští spisovatelé a osobnosti	26
2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny	26
Toulavý baťoh	26
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	26
Zážitkový mixér – Festival zážitků	26
Strategický cíl C	27
3. Zvýšení účinnosti marketingu CR	27
3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR	27
Vlastní webová prezentace	27
E – marketing	27
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	27
Účast na veletrzích a regionálních akcích	27
Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků, Blíže kultuře, blíže přírodě	28
Tištěná propagace	28
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	29
Regionální produkt – Kladské pomezí	29
3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů	29
3.3. Hodnocení kvantitativních parametrů	30

Strategický cíl A

1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci

1.1. Tvorba finančních zdrojů

- Spolupráce s KHK – grantová politika
- Strukturální fondy EU a granty
- Osvěta vůči místním samosprávám – prezentace přínosů CR
- Aktivní oslovování nových členů Svazu CR

Dílčí cíle: stabilizace finančního zajištění aktivit destinační společnosti, zvýšení autority organizace

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Branka viz. osobní náklady

1.2. Upřesnění organizační struktury destinace

Aktivní komunikace a osvěta ohledně stávající rajonizace s MMR (v kompetenci SRP), Czech Tourism, KHK

Dílčí cíle: stabilizace postavení destinace v rámci ČR, zvýšení efektivity marketingu

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Branka 2016 viz. osobní náklady

1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu

Vnitřní komunikace

- Zachování stávajícího systému pořádání valné hromady minimálně 2x ročně,
- Setkání správní rady a představenstva min. 4x ročně ,
- Vydávání elektronického bulletinu 4x ročně – rozesílání na 1400 adres (500 region, 900 mimo region)
- Aktivní oslovování členů, vyhodnocování spolupráce viz. ČSKS
- Fórum cestovního ruchu

Pravidelná setkání před zahájením sezony také pro subjekty mimo členskou základnu s cílem představení aktivit, distribuce propagačních materiálů, setkání informačních center, nabídka vzdělávání, představení sezónní nabídky médiím – tisková konference.

Dílčí cíle: vytvoření systému spolupráce mezi aktéry CR, rozvoj lidských zdrojů, zdokonalení informačního systému, zajištění systematického toku informací

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Branka viz. osobní náklady + mikroprojekt Blíže kultuře, blíže přírodě

1.4. Zdokonalení informačního systému

Média

- Správa profilu na facebooku, přednostní uveřejňování příspěvků členů a sdílení jejich zpráv, on-line propagace příspěvků
- Založení a spravování nových profilů na sociálních sítích - Instagram, Twitter
- Správa a aktualizace portálu ski.kladskepomezi.cz, toulavybatoh.cz www.kladskepomezi.cz - nový systém řazení subjektů dle výše příspěvků a inzerce, dolní lišta pro členy Standard +
- Prohloubení spolupráce s médii – pravidelné zasílání TZ, dlouhodobá spolupráce Swing – tipy na výlety, novinky.cz, zasílání tipů na výlety do městských zpravodajů, recipročně uvedení loga.

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce

Odpovídá: PR

Termín:průběžně

Zdroje: rozpočet Branka, o.p.s. + DPP viz. osobní náklady , Interreg VA – Festival zážitků

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

- Vytvoření nové sekce na webu Festival zážitků, která bude aktivně provázaná se stávajícími informacemi
- PPC kampaň

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce

Odpovídá: ředitel

Termín:průběžně

Zdroje: rozpočet Branka, o.p.s. + DPP viz. osobní náklady , Interreg VA – Festival zážitků

Informační značení v terénu

Vítací a děkovací cedule, nástěnné mapy

- Navázání na zpracovaný návrh projektu z roku 2016, usilovat o získání vnějších finančních zdrojů
- Rozšíření na informační tabule s mapou mezi ubytovatele a další provozovatele služeb

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

Kulturní stezka

Propojení českých a polských turistických cílů zapojených do projektu Festival zážitků do jednoho společného produktu zaměřeného na kulturní cestovní ruch.

Dílčí cíle: zvýšení povědomí o značce, informovanost o destinaci pro tranzitující návštěvníky

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Branka, o.p.s. viz. osobní náklady, Interreg VA – Festival zážitků

1.5. Rozvoj lidských zdrojů

Český systém kvality služeb

Systém podporovaný Ministerstvem pro místní rozvoj vznikl pro vzoru dobře fungujících systémů v evropských zemích. Hlavním cílem je zavádění managementu kvality do života organizace, její pochopení a neustálý rozvoj. Destinační společnost Branka absolvovala školení trenéra I.stupně a bude usilovat o rozšíření certifikátu na rok 2017.

Dílčí cíle: Zkvalitnění partnerství a rozšíření členské základny

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Branka viz. osobní náklady

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

Tvorba zážitkových programů

Dvoudenní školení se bude konat před turistickou sezonou a konáním festivalu zážitků pro české i polské aktéry zážitků včetně zajištění tlumočnicka. Primárními oslovenými budou jednotliví aktéři, ale účastnit se budou moci i pracovníci na jednotlivých subjektech činných v cestovním ruchu, pracovníci informačních center apod.

Dílčí cíle: Zkvalitnění partnerství a rozšíření členské základny, osvěta cestovního ruchu vůči místním obyvatelům, rozvoj lidských zdrojů

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Branka viz. osobní náklady

Strategický cíl B

2. Vytvoření ucelené a konkurence schopné nabídky

2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace

Cyklobusy Kladským pomezím

Projekt, který má více než desetiletou tradici, bude realizován za podpory Královéhradeckého kraje. Zjištěn bude provoz na linkách Hradec Králové - Pomezní boudy a Náchod - Karlow. Termín provozu červen –září. V rámci projektu bude realizována marketingová kampaň.

Způsoby propagace:

–vydání a distribuce mapy s tipy na výlety, letáku jízdní řády, výroba a polep vleku, inzerce v regionálních tiskovinách, reklama v rádiu, tisk loga a trasy na jízdenky CDS, e-marketing , výlep v MHD HK – výstupy budou závislé na výši získané podpory KÚ

Dílčí cíle:rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky.

Odpovídá: ředitel

Termín: podání žádosti leden, realizace kampaně březen – září, říjen vyhodnocení

Zdroje: KHK , vlastní (pokrytí ztráty + vlastní podíl dotace na marketing) – viz.rozpočet cyklobusy

Ski_kladskepomezi.cz

Projekt nabízející souhrn služeb pro zimní aktivity. Údržba lyžařských běžeckých tratí v 9-ti lokalitách. Celkem 298 km tratí. Od konce prosince do konce února je provozován každou sobotu skibus do oblasti Jestřebích a Stolových hor. Spolupráce s celonárodním projektem ww.skimapa.cz, který připravuje Capsa.cz.

Způsoby propagace:

- Provoz webu ski.kladskepomezi.cz, inzerce v místních periodických, letáky, info-bannery v zimních střediscích

Dílčí cíle: zmírnění dopadu sezónnosti, rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky

Odpovídá: ředitel

Termín: srpen 2016 - termín podání žádosti, listopad 2016 - setkání s provozovateli tratí v jednotlivých střediscích, prosinec 2016 –únor 2017 provoz skibusu a úprava tratí, duben-květen 2017 -vyhodnocení

Zdroje: KHK, provozovatelé tratí, vlastní zdroje (úhrada ztráty z provozu skibusu) viz. rozpočet 2017–lyže

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

Festival zážitků – Čeští spisovatelé a osobnosti

Bude zahrnuto do projektu Interreg V A – Festival zážitků, témata Karel Čapek, Božena Němcová, Dušan Jurkovič, Josef Škvorecký, rod Nádherných - vytvoření zážitkových programů, marketing, kulturní stezka, quest, zavírání sezony, školení, šetření spokojenosti, návštěvnická karta, web, tiskovina

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM, ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: projekt Interreg V A – Festival zážitků

2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny

Toulavý baťoh

Produkt pro rodiny s dětmi, který vznikl v roce 2014, zahrnuje webový portál, magnetické mapy, pracovní sešity, ilustrovanou mapu sloužící zároveň jako cestovatelská hra. Pro udržení kvality a rozsahu nabídky bude třeba pro rok 2017 vydat ilustrovanou mapu a nakoupit motivující odměny, organizovat akce ve spolupráci se subjekty CR.

Způsoby propagace:

- Provoz a aktualizace webu toulavybatoh.cz, PR – tiskové zprávy, FB – placené propagování příspěvků, distribuce letáků, účast na akcích s propagačním stanem TB, nabídka v letních turistických novinách, spolupráce se školami a volnočasovými zařízeními pro děti.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: před zahájením letní turistické sezony do jarního setkání IC

Zdroje: soukromé subjekty (inzerce) + vlastní zdroje (distribuce, tvorba materiálu) viz. rozpočet 2017 TB

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

Zážitkový mixér – Festival zážitků

Hlavním cílem bude strhnout pozornost médií a návštěvníků v době začínající letní turistické sezony a nabídnout během hlavní turistické sezony co nejvíce různorodých zážitků souvisejících s kulturním odkazem regionu. Každá ze zapojených atraktivit (5) připraví zážitkový program na jednu sezonu, který bude opakovat v pravidelný den v týdnu po dobu letních prázdnin. Více viz. kap. 2.1.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: příprava leden-červen, hlavní realizace – červenec, srpen

Zdroje: projekt Interreg V A – Festival zážitků

Strategický cíl C

3. Zvýšení účinnosti marketingu CR

3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR

Vlastní webová prezentace

www.kladskepomezi.cz , www.toulavybatoh.cz, ski.kladskepomezi.cz viz. také kap. 1.4.

E – marketing

- sociální sítě, spolupráce s portály specializujících se na nabídku regionů, webové stránky partnerských měst, webový portál KHK viz. kap. 1.4
- www.kladskepomezi.cz – sledování návštěvnosti, PPC reklama, aktualizace akcí, aktualit, článků, jazykové mutace – rozrůstání obsahu

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

- Vytvoření krátkého filmu k tématu zážitkové turistiky k propagaci na webu
- PPC reklama, propojení jednotlivých sekcí, vytvoření sociální zdi na www.stránkách

Dílčí cíle: tvorba image destinace, zastavení snížení poklesu návštěvnosti, v případě získání dotace zvýšení o 10%

Odpovídá: ředitel

Termín: 31.12.2017

Zdroje: Interrreg V A – projekt Festival zážitků, rozpočet Branka 2016 režijní náklady

Účast na veletrzích a regionálních akcích

Přímá prezentace destinace v rámci expozice Východní Čechy – Královéhradecký a Pardubický kraj.

RegionTour Brno - 19.-22.leden 2017

Infotour a cykloturistika - 10.-11.března 2017

Wroclaw – 24.- 26. únor 2017

Nepřímá účast – dle zdrojových zemí: Německo, Slovensko, Polsko (dle účasti KHK)

Účast na regionálních akcích: Jiráskův Hronov, MFF Červený Kostelec, Pivobraní, U nás na zámku, Poříčské toulky - další bez personální účasti (dle potřeby členů, zapůjčení stanů)

Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků, Blíže kultuře, blíže přírodě

Venkovní putovní výstava Blíže přírodě, blíže kultuře

Výstava velkoformátových fotografií českých a polských turistických cílů (celkem 40 panelů, 16 na české straně, včetně mapy a popisů) s cílem oslovení návštěvníků a prodloužení jejich délky pobytu, připomenutí 20-tého výročí existence destinační společnosti Branka, o.p.s. a desetileté spolupráce s polským partnerem Powiat Klodzki. Bude se jednat o vytvoření společné turistické nabídky na obou stranách hranice. Umístění: Náchod, Adršpach, Ratibořice, Praha, Wroclaw, Poznań, Opole, Chorzów, Lodz.

Dílčí cíle: tvorba image destinace, navázání partnerství

Odpovídá: PM

Termín: viz. termíny konání

Zdroje: Interreg V A

Akce na ukončení sezony

Akce bude součástí Festivalu zážitků. Cílem je propagovat společný region a jeho dědictví a nalákat návštěvníky na aktivity Festivalu zážitků plánované pro nadcházející sezónu.

Dílčí cíle: tvorba image destinace, navázání partnerství

Odpovídá: PM

Termín: září 2017

Zdroje: Interreg V A

Tištěná propagace

Turistické noviny

Noviny jsou vydávány sedmou sezónu ve stejné podobě

Letní noviny - distribuce – duben, květen – náklad 25 000 ks

Zimní noviny – omezený rozsah, důraz na lyžařské běžecké tratě, zimní mapa

Dílčí cíle: zprostředkování aktuálních informací z oblasti cestovního ruchu, rozšíření nabídky

Odpovídá: šéfredaktor

Termín: 2 - x ročně duben 2017, říjen 2017

Zdroje: inzerce

Katalog ubytování

Tištěná nabídka ubytovacích kapacit z celého regionu. Inovovaný katalog v nákladu 2 500 kusů. Členové uvedení zdarma. Distribuce IC, turistické cíle, veletrhy CR, IC Praha, H.Králové.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, tvorba ucelené nabídky

Odpovídá:PM

Termín: 1 x za rok, prosinec 2016/leden 2017

Zdroje: inzerce

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

Festival zážitků – průvodce

Zhotovení propagačního katalogu „Festival zážitků“, důraz bude kladen na aktéry zapojené do Festivalu zážitků, jazyková mutace Čj,Pj,Nj,Aj.

Dílčí cíle: tvorba produktu,

Odpovídá:PM, ředitel

Termín: červen 2017

Zdroje: Interreg V A

Regionální produkt – Kladské pomezí

Navázání na vytvoření certifikace Regionální produkt – Kladské pomezí je v souladu s cílem B.2 Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny v Marketingové strategii pro destinaci Kladské pomezí 2015-20. Náplní této aktivity bude marketingová podpora pro regionální výrobce, sestavení nabídky, nastavení spolupráce s MAS, nábor nových výrobců.

Dílčí cíle: vytvoření partnerství, posílení povědomí o značce, osvěta CR vůči místním obyvatelům

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: poplatky výrobců, rozpočet Branka, o,p.s. 2017 – osobní náklady

3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů

Statistická šetření, která budou obsahovat: sledování vývoje struktury návštěvníků, jejich spokojenost, důvody návštěvy, bude realizována ve vybraných turistických cílech zapojených do projektu Festival zážitků.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, vytvoření partnerství mezi subjekty CR, monitoring dopadu marketingových aktivit a opatření

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec 2017

Zdroje: viz.projekt Interreg V A – Festival zážitků

3.3. Hodnocení kvantitativních parametrů

Sledování návštěvnosti turistických cílů a obsazenosti ubytovacích kapacit. Zdroje ATIC, ČSÚ, KHK, Czechtourism. Iniciovat a podporovat vznik a umístění monitorovacích systémů např. rozhledny, cyklostezky atd.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, vyhodnocení efektivity marketingu

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec 2017

Zdroje: rozpočet Branka 2017 viz. osobní náklady