



TURISTICKÁ OBLAST
**KLADSKÉ
POMEZÍ**

Akční plán 2019

Turistická oblast Kladské pomezí

Branka, o.p.s.

Září 2018

Dokument byl zpracován na základě Marketingové strategie pro destinaci Kladské pomezí, schváleno na jednání správní Branky, o.p.s. dne 20.listopadu ve Velkém Poříčí a na Valné hromadě Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí 4.prosince 2018 v Náchodě.

Zpracovala: Markéta Venclová

OBSAH	
Strategický cíl A	3
1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci	3
1.1. Tvorba finančních zdrojů	3
1.2. Upřesnění organizační struktury destinace	3
1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu	3
Vnitřní komunikace	3
1.4. Zdokonalení informačního systému	4
Média	4
Informační značení v terénu	4
1.5. Rozvoj lidských zdrojů	5
Český systém kvality služeb	5
Tvorba zážitkových programů	5
Strategický cíl B	5
2. Vytvoření ucelené a konkurence schopné nabídky	5
2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace	5
Cyklobusy Kladským pomezím	5
Ski_kladskepomezi.cz	6
Festival zážitků – Vojenská historie	6
2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny	7
Toulavý bařoh	7
Karel Čapek	7
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	7
Festival zážitků	7
Strategický cíl C	8
3. Zvýšení účinnosti marketingu CR	8
3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR	8
Vlastní webová prezentace	8
E – marketing	8
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	8
Účast na veletrzích a regionálních akcích	8
Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků	9
Tištěná propagace	9
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	9
Regionální produkt – Kladské pomezí	10
3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů	10
3.3. Hodnocení kvantitativních parametrů	10
4. Vysvětlivky	11
5. Přílohy	12
5.1. Stručný přehled aktivit na sezonu 2019	12

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. Na základě podání žádosti o certifikaci v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu zajistit požadavek CzechTourism o vydání souhlasného stanoviska KHK.

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

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: 2/2019

Zdroje: rozpočet Branka 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 aktualizované adresy
- Aktivní oslovování členů, vyhodnocování spolupráce viz. ČSKS
- Fórum cestovního ruchu – konference k představení novinek

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

1.4. Zdokonalení informačního systému

Média

- Správa profilu na Facebooku, přednostní uveřejňování příspěvků členů a sdílení jejich zpráv, on-line propagace příspěvků
- Spravování profilu na Instagramu, vytvoření kampaně zaměřené na hashtagy, využití sítí soc. sítí pro marketingové účely
- Správa a aktualizace portálu ski.kladskepomezi.cz, toulavybatoh.cz www.kladskepomezi.cz - zajištění každoroční aktualizace
- 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

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. Závislé na realizaci polského partnera.

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

System podporovaný Ministerstvem pro místní rozvoj vznikl dle vzoru dobře fungujících systémů v evropských zemích. Hlavním cílem je zavádění managementu kvality do života organizace, její pochopení a neustálý rozvoj.

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. Zajišťuje polský partner.

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

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: září 2019

Zdroje: rozpočet Branka viz. osobní náklady Interreg VA – Festival zážitků

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 – Pomezí 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, propagační film a uvedení v on-line médiích, 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 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 www.skimapa.cz, který připravuje Capsa.cz.

Způsoby propagace:

- Provoz webu ski.kladskepomezi.cz, inzerce v místních periodících, 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: listopad – setkání s provozovateli tratí v jednotlivých střediscích, prosinec–únor úprava tratí, duben-květen – vyhodnocení

Zdroje: dotace KHK, provozovatelé tratí, vlastní zdroje (úhrada ztráty z provozu skibusu) viz. rozpočet 2019 – lyže

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

Festival zážitků – Vojenská historie

Bude zahrnuto do projektu Interreg V A – Festival zážitků, zapojení subjektu: Pevnost Dobrošov, Svazek obcí 1866, zámek Adršpach, 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: rozpočet Branka – 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. Pokračovat v inovované formě s razítky pro označení navštívených míst a zajistit motivující odměny za návštěvu míst + sponzorsky získat ceny.

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.

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 2019 TB

Karel Čapek

Nový turistický produkt Čapek, který představuje nabídku cestování s čapkovskou tematikou a zprostředkovává zábavnou formou široké veřejnosti odkaz Karla Čapka a jeho sourozenců je třeba pravidelně aktualizovat, navázat kontakty a oslovit s nabídkou prezentace provozovatelé služeb.

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

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: dotace KHK, rozpočty obcí zapojených do projektu

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

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 (3 CZ + 5 PL)) 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: Branka – 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

- PPC reklama, propojení jednotlivých sekcí, vytvoření sociální zdi na www. stránkách

Dílčí cíle: tvorba image destinace, zvýšení návštěvnosti webu o 5 % oproti roku 2018

Odpovídá: ředitel

Termín: 31. 12. 2018

Zdroje: Interrerreg V A – projekt Festival zážitků, rozpočet Branka - režijní náklady

Účast na veletrzích a regionálních akcích

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

RegionTour Brno - 17. -20.leden 2019

Holiday World – 21. -24. únor 2019

Infotour a cykloturistika - 8. -9. března 2019

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

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

Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků

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. Akce se bude konat na téma osobnosti – Vojenská historie

Dílčí cíle: tvorba image destinace, navázání partnerství

Odpovídá: PM

Termín: září

Zdroje: Interreg V A

Tištěná propagace

Turistické noviny

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

Zimní noviny – náklad 5 000 ks, 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, říjen

Zdroje: inzerce

Katalog ubytování a služeb

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 2018/leden 2019

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: leden 2019

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. – osobní náklady

3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů

Statistická šetření, která budou obsahovat: sledování vývoje struktury návštěvníků, jejich
spokojenost, důvody návštěvy, budou 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

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, Google analytics. Iniciovat a podporovat vznik a umístění monitorovacích systémů u
partnerů v destinaci např. rozhledny, cyklostezky atd.

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

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec 2019

Zdroje: rozpočet Branka viz. osobní náklady

4. Vysvětlivky

Seznam zkratek a pojmů

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

ČSKS – Český systém kvality služeb

DM – destinační management

DPP – dohoda o provedení práce

EU – Evropská unie

FB – facebook

Hashtag – slovo označená znakem „#“ (tzv. mřížka, plůtek či hash), chápané jako forma klíčového slova. Slouží k označení informací na sociálních sítích.

HK – Hradec Králové

IC – informační centrum

KHK – Královéhradecký kraj

MAS – Místní akční skupina

MHD – místní hromadná doprava

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

PM – projektový manažer

PPC – Pay Per Click – reklama za prokliknutí na webové stránky

PR – public relations – práce s veřejností

Quest – hledací hr, hráč nebo skupina hráčů plní úkoly za účelem získání odměny

SRP – správní rada Branka, o.p.s. a představenstvo Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí

TB – Toulavý baťoh

TZ – tiskové zprávy

5. Přílohy

5.1. Stručný přehled aktivit na sezonu 2019

destinační společnost pro Kladské pomezí BRANKA, o.p.s.

příloha k Akčnímu plánu Branky, o.p.s. na rok 2019

- **Úprava lyžařských běžeckých tratí – prosinec 2018 – únor 2019**
Realizace projektu na údržbu lyžařských běžeckých tratí v sezoně 2018/2019. Tvorba nového designu webu ski.kladskepomezí.cz a obohacení o on-line web kamery. Spolupráce s bilestopy.cz
- **Vydání tiskoviny Katalog ubytování – leden 2019**
Každoročně vydávaná publikace s prezentací ubytovatelů v rámci celého regionu. Distribuce publikace probíhá na všech informačních centrech a veletrzích cestovního ruchu.
- **Účast na veletrzích cestovního ruchu – leden–březen 2019**
Prezentace Kladského pomezí na veletrzích cestovního ruchu v Brně – Regiontour, Praze – Holiday World, Hradec Králové – Infotour, Wrocław – Międzynarodowe Targi Turystyki i czasu wolnego
- **Čapek – průběžně**
Aktualizace webu s čapkovskou tematikou v rámci Královéhradeckého kraje, nabídka výletů a pobytů, spolupráce se soukromým sektorem.
- **Vydání letních a zimních turistických novin – duben, září 2019**
Každoročně vydávaná publikace v celkovém nákladu 30 000 ks.
- **Léto v Kladském pomezí 2019 – představení sezonních novinek – duben 2019**
Dubnová konference s představením novinek na sezonu 2019 jednotlivými aktéry cestovního ruchu.
- **Setkání informačních center – duben, říjen 2019**
Dvakrát ročně probíhá setkání IC za účelem výměny informací, distribuce propagačních materiálů.
- **Provoz cyklobusů – květen, září 2019**
Zajištění provozu cyklobusů v roce 2019 včetně propagace.
- **Toulavý baťoh – květen–září 2019**

Realizace projektu pro rodiny s dětmi v podobě vydání ilustrované mapy, sezonní soutěže, spolupráce s Rodinnými pasy

- **Festival zážitků - 1.7.-31.8.2019**
Realizace projektu zaměřeného na zážitkový cestovní ruch. V roce 2019 bude na osmi místech česko-polského pohraničí připravena nabídka zážitků v různých atraktivitách s tematikou vojenská historie regionu.
- **Certifikace a propagace regionálních produktů – podzim 2019**
Certifikace nových regionálních výrobků a jejich propagace.
- **Spolupráce s institucemi – průběžně**
Podílení se na aktivitách Královéhradeckého kraje, spolupráce s CzechTourismem a Ministerstvem pro místní rozvoj – měření dopadů příhraniční spolupráce.
- **Poskytování servisu subjektům působícím v cestovním ruchu – průběžně**
Začlenění do systému propagace celého regionu, distribuce materiálů, poskytování mapových podkladů, fotografií regionu, tvorba nástěnných venkovních map.
- **Webová prezentace – průběžně**
Provoz a aktualizace oficiální webové prezentace regionu Kladské pomezí, podpora návštěvnosti – on-line marketing.
- **Sociální sítě – průběžně**
Prezentace regionu pomocí sociálních sítí – Facebook, Instagram. Aktuality, komunikace, on-line marketing.
- **Osvěta obyvatel ve vztahu k cestovnímu ruchu – průběžně**
Vydávání informačního bulletinu, spolupráce s médii, pořádání akce na ukončení turistické sezony, nabídka školení, spolupráce s ČSKS
- **Hodnocení ukazatelů efektivity destinačního managementu – průběžně**
Kvantitativní a kvalitativní parametry – profil návštěvníka, sledování návštěvnosti ve vybraných subjektech, hromadných ubytovacích zařízeních, délka pobytu, analýza webu, sociálních sítí.