



TURISTICKÁ OBLAST  
**KLADSKÉ  
POMEZÍ**

# Akční plán 2018

---

Turistická oblast Kladské pomezí

**Branka, o.p.s.**

**Říjen 2017**

Dokument byl zpracován na základě Marketingové strategie pro destinaci Kladské pomezí, schváleno na jednání správní Branky, o.p.s. dne 7. listopadu 2017 v Novém Městě nad Metují a na Valné hromadě Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí dne XXXXXXXXX v XXXXX.

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 – Čeští spisovatelé a osobnosti	6
2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny	7
Toulavý baťoh	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	9
Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků	9
Tištěná propagace	9
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	10
Regionální produkt – Kladské pomezí	10
3.2. Hodnocení kvalitativních parametrů	10
3.3. Hodnocení kvantitativních parametrů	10
4. Vysvětlivky	11

## 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 . Podání žádosti o certifikaci v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu.

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

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: 6/2018

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 1400 adres (500 region, 900 mimo region)
- 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](http://ski.kladskepomezi.cz), [toulavybatoh.cz](http://toulavybatoh.cz) [www.kladskepomezi.cz](http://www.kladskepomezi.cz) - zajištění každoroční aktualizace
- Prohloubení spolupráce s médii – pravidelné zasílání TZ, dlouhodobá spolupráce Swing – tipy na výlety, [novinky.cz](http://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.

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 dle 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. Zajišťuje polský partner.

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

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: říjen 2018

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 - 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, 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 [www.skimapa.cz](http://www.skimapa.cz), který připravuje Capsa.cz.

Způsoby propagace:

- Provoz webu [ski.kladskepomezi.cz](http://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: 1. pololetí podání žádosti, listopad - setkání s provozovateli tratí v jednotlivých střediscích, prosinec – únor provoz skibusu a úprava tratí, duben-květen -vyhodnocení

Zdroje: KHK, provozovatelé tratí, vlastní zdroje (úhrada ztráty z provozu skibusu) viz. rozpočet 2018 – 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 2018 vydat razítka pro označení navštívených míst 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 2018 TB

### **Karel Čapek**

Vznik nového turistického produktu, který bude představovat nabídku cestování s čapkovskou tematikou a přístupnou zábavnou formou široké veřejnosti odkaz Karla Čapka a jeho sourozenců

Dílčí cíle: Záměrem je v roce 2018 představit téma Karel Čapek jako nejvýraznějšího představitele období vzniku 1. republiky a použít toto téma jako motiv k návštěvě turistické oblasti Kladské pomezí, Královéhradeckého kraje, celé České republiky.

Odpovídá: ředitel

Termín: před zahájením veletrhů realizace, 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 (5 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: 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](http://www.kladskepomezi.cz) , [www.toulavybatoh.cz](http://www.toulavybatoh.cz), [ski.kladskepomezi.cz](http://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](http://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, zvýšení návštěvnosti webu o 5 % oproti roku 2017

Odpovídá: ředitel

Termín: 31. 12. 2018

Zdroje: Interrreg 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 - 18. -21.leden 2018  
Holiday World – 15. -18. únor 2018  
Infotour a cykloturistika - 9. -10. března 2018  
Nepřímá účast – dle zdrojových zemí: Německo, Slovensko, 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 téma osobnosti – Karel Čapek, proběhne v Malých Svatoňovicích.

Dílčí cíle: tvorba image destinace, navázání partnerství

Odpovídá: PM

Termín: září 2018

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 2017, říjen 2017

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 2017/leden 2018

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 2018

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. 2018 – 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 2018

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 2018

Zdroje: rozpočet Branka 2018 viz.osobní náklady

## 4. Vysvětlivky

### Seznam zkratk 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 baňoh

TZ – tiskové zprávy