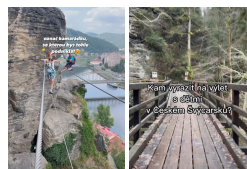


Marketing Českého Švýcarska 2023



1 PLNÍME MÉDIA

Přestože jsme byli pod palbou negativních událostí, zajistili jsme více než 230 velkých pozitivních vystupů na podporu Českého Švýcarska s pomocí účinného mixu marketingových a PR nástrojů (on-line kampaně v digitálu a na sociální se zapojením influencer marketingu, spotové kampaně, billboardové kampaně, masovní mediální kampaň) jsme posílili značku nejen v regionu, ale velmi zřetelně i v celorepublikovém měřítku. Zaměřili jsme se na posílení povědomí o cestovních možnostech ubytování, restauračních i dalších službách, stejně jako o vybraných obcích v regionu. V mediální komunikaci jsme se dostali s tématy regionu nejen do lokálních médií, ale i do cestovních a zahraničních titulů, českých magazínů a festivalových médií, jako je Reflex, Blisk, Aha, Manuana a další. Opět jsme pokročili s trojicí PR marketingu Opešky.



2 PŘEDSTAVUJEME TRENDY SÍTÍ

Včasnou ložiskovou roli jsme překročili hranici 440 000 uživatelů na obou sítích. Bezpečně půl miliónu lidí! Během celého uplynulého roku jsme se pravidelně setkávali s členy Destinačního Fondu, abychom vytvářeli autentický obsah pro sociální síť. V rámci této spolupráce bylo zachyceno mnoho momentů na stovkách fotografií a videí, která jsme v rámci prezentování na různých sociálních platformách. Naše videa si v roce 2023 získala velkou pozornost a překročila hranici 1 000 000 zhlédnutí. To je výjimečné a motivuje nás ke spolupráci i dále. Naše sociální síť prošla v roce 2023 odborným auditem, který vykonala marketingová agentura Včelístě, a použila nás jako vzorový příklad pro konkurenci. V roce 2023 nám vzrostla sledovanost na Instagramu o 31 % a na Facebooku o 29 %. Na Facebooku viděli náš obsah 1 800 000 lidí, na Instagramu 1 440 000 lidí.

3 POMÁHÁME RESTARTOVAT TURISMUS

Vedle kontinuálně vedené komunikace v médiích naplňujeme spektrum a regiony jsme ve velkém časovém deficitu a s efektivním využitím finančních zdrojů připravili několik pozitivních kampaní, které měly za cíl upozornit na lákadla destinace. Vizually naši kampaně byly vidět na billboardách a citylightech po celé ČR. Přípravili jsme spotové kampaně na radnici s ekonomicky silným - tedy pro ČR relevantním publikem a vedli jsme intenzivní digitální kampaň, paralelně s komunikací na natiských sociálních sítích. Intenzivní mediální kampaň obsahovala nejen atraktivní obsah v redakčním prostoru s využitím námi připravených šemat, ale také PR články realizované ve spolupráci s našimi partnery (UK, MMR, ČechTurism).

Kam na podzimní prázdniny? Malé i velké školky nadchne České Švýcarsko

Přivítání, kde dle vašeho výběru...
Děti se mohou těšit na...
Všechny tyto služby...
Kam na podzimní prázdniny? Malé i velké školky nadchne České Švýcarsko. Přivítání, kde dle vašeho výběru... Děti se mohou těšit na... Všechny tyto služby...
Cestovní | 15

České Švýcarsko nadchne turisty i rodiny s dětmi. Kam se vydat na prodloužený víkend?

Kvůli tomu, že v posledních letech...
Kam se vydat na prodloužený víkend? Kvůli tomu, že v posledních letech...
Cestovní | 13

Tip na prodloužený víkend: Kránsnopsko nadchne turisty i gurmány

Chcete na prodloužený víkend...
Tip na prodloužený víkend: Kránsnopsko nadchne turisty i gurmány. Chcete na prodloužený víkend...
Cestovní | 21



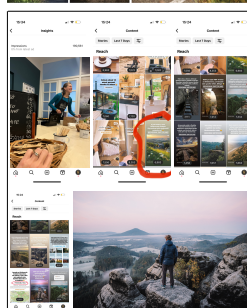
4 VYDÁVÁME NOVINY

Už třetím rokem jsou tu s námi turistické noviny. V loňském roce jsme vydali LÉTO v Českém Švýcarsku v české a německé jazykové mutaci v celkovém nákladu 17.500 kusů. Na zimní období jsme připravili novinky, kterou jsou turistické noviny ZIMA, abychom překlenuli prázdné období mezi zimou a letní sezónou. Noviny vyšly v číselné v nákladu 10.000 kusů. Tato tiskovina je rozváděna zdarma v informačních centrech, recepčních, místech a také v sousedním Sasku, projevuje praktické tipy pro návštěvníky.



5 BLOG, INFOSERVIS, BROŽURY

Pravidelně publikujeme zábavné, informativní i poučné formáty, například blogové články nebo infolenky. V uplynulém roce jsme pro členy blogu připravili 33 blogových článků a posílali 26x informační servis. Ten jsme také graficky upravili, aby byl uživatelsky více přehledný a aby se do něj vešlo ještě více informací. Infolenky chodí každých 14 dní na 2000 adres. V rámci pravidelných závazků jsme distribuovali 2x tiskoviny i ve spolupráci se saskými informátoři.

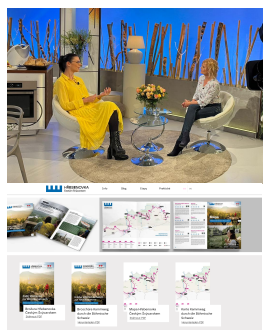


6 PRESS/INFLUENCER AKTIVITY

V roce 2023 jsme zorganizovali 7 akcí pro podporu udržitelosti turistiky, včetně dobrory a gastroturistiky. Hosté jsme navázali s blogery z Velké Británie, Německa, Polska, Nizozemska, Belanuku a Skandinávie. Zavedli jsme je k řadě poskytovatelů služeb a členů Destinačního fondu.

7 USPOŘÁDALI JSME ODBORNOU KURZU

V říjnu jsme připravili tradiční odbornou kurzur do Sasku, abychom si vzájemně vyměnili své zkušenosti v oblasti cestovního ruchu. Akce byla v rámci členství pro členy Destinačního fondu. Ukázali jsme jak nejvíce vystupuje Schrammsteine, prošli jsme Klínovskou tramvaj, údolím říčky Klínovce, navštívili skvělí bratři Kuchstali a ukázali si příklad dobré praxe v Reffluju ve Schmilce.



9 HŘEBENOVKA JEDE

Do nové sezóny vstupovalo České Švýcarsko za nepřítomnosti turistů. Turisticky nezájemnější člá - Edmondova soutěže a Gabriela stezka - zůstaly uzavřené. Naším komunikačním záměrem tak bylo podpořit návštěvnost ČS s fokusem na zahraniční lákadla v destinaci, ale hlavně s pomocí nového produktu v podobě Hřebenovky Českým Švýcarskem. Komunikaci jsme postavili na prezentaci jednotlivých etap v propojení s ubytováním, restauracemi, případně také dalšími zajímavostmi v regionu (tj. již zmínovaná podpora partnerů v destinaci). S tímto jsme se dostali jak do regionálních, tak předních celostátních médií - časopisů, magazínů, časopisů Manuana, Svět ženy, Glance,IFESTYLOVÝCH CASOPISŮ (např. Sedmátnice, První vyčtyřky, Překvapení) a cestovatelských titulů (např. Kojata). S Hřebenovkou jsme byli také 2x hosty pořadu Sama Doma na ČT1. Pro tuto atraktivní trasu propojující celý náš region jsme připravili web, kde jsou praktické informace o jednotlivých etapách, mapy, články, rady, itineráře a vše ostatní co turista mohou potřebovat a vytiskli jsme také brožuru s tlačí mapou v české a německé verzi.

8 UBYTOVACÍ VOUCERY A BEZPLATNÁ DOPRAVA

Na podporu turistiky po dobu jsme ve spolupráci s Ústředním úřadem a MMR připravili dotaci balíček. Ubytovací vouchery, na jejichž podporu bylo vyčleněno 10 mil. Kč byly vyčerpany v rekordním čase. 8 500 lidí díky této akci dorazilo do Českého Švýcarska a díky nim se tak podílelo do regionu dostal cca 85 mil. Kč. Akce bezplatná doprava stále běží a každý návštěvník, který stráví v destinaci 2 a více nocí ji může stále využít.

10 SBÍRÁME OCENĚNÍ

Za naši kampaň na podporu návštěvnosti jsme sbírali ocenění na domácích (Velká cena cestovního ruchu) i zahraničních soutěžích (Big Sea Tourism Design). Vysmránan byl i náš turistický průvodce Záhřky (Turistproago).

