

MARKETINGOVÁ STRATEGIE

A PŘEHLEDY



ČESKÉ ŠVÝCARSKO
Obecně prospěšná společnost

2 0

2 1

Mgr. Miroslav Kokta
Marketingový a projektový manažer

Bc. Jan Šmíd
ředitel České Švýcarsko o.p.s.

OBSAH

MARKETINGOVÁ STRATEGIE A PŘEHLED

01 Úvod, kontext roku	# 3
02 Klíčové úkoly	# 4
03 Komunikační kanály - přehled	# 5
04 Online cesta zákazníka	# 6
05 Web	# 7-10
06 Facebook	# 11-12
07 Instagram	# 13-14
08 Newsletter, infoservis	# 15
09 Tištěné materiály a brožury	# 16-17
10 Marketingově významné akce	# 18
11 Zdrojové trhy a cílení	# 19
12 Shrnutí pro cílení	# 20-21
13 Analýza trhu, aktuality	# 22-23
14 Úrovně členství v DF	# 24
15 Marketingová nabídka	# 25
16 Závěr	# 26
17 Kontakty	# 27

01

ÚVODEM

Obecně prospěšná společnost České Švýcarsko se kontinuálně zabývá udržitelným rozvojem cestovního ruchu v regionu České Švýcarsko, který zahrnuje nejen Národní park České Švýcarsko, ale také přiléhající oblasti CHKO Labské oblasti a Šluknovský výběžek. V oblasti marketingu má řadu cílů, z nichž nejdůležitější jsou:

1. Podpora informovanosti a osvěty v environmentální oblasti
2. Posílení ekonomického rozvoje regionu založeného především na pozitivní propagaci destinace
1. Iniciace dialogu pro řešení klíčových potřeb aktérů cestovního ruchu

KONTEXT ROKU 2020

V roce 2020 došlo ke změnám, které mají zásadní vliv na vývoj návštěvnosti destinace. Pokračuje kůrovcová kalamita a intenzivní těžba dřeva. Nově dochází k uzavírání turistických cest z důvodu rizika pádu stromů. Cestovní ruch byl po část roku paralyzován omezeními vlády ČR v souvislosti s Covid-19. Opakovaná uzávěra státních hranic znemožnila v průběhu roku přeshraniční styk, který běžně tvoří asi 40% celkové návštěvnosti destinace. V roce 2021 se očekává meziroční pokles návštěvnosti ze SRN o cca 50%. Zahraniční návštěvníky v roce 2020 částečně nahradili čeští turisté. Pro podniky poskytující služby v CR se výrazně zvyšuje podíl last-minute bookingů a také požadavky na hygienu a bezpečnost. Na podzim jsme začali připravovat kampaň na podporu mimosezóny, jejíž spuštění se vlivem pandemie odsouvá na podzim 2021.

02

KLÍČOVÉ ÚKOLY 2021

1

Procesní řízení, pravidla, transparence

Nastavení procesů pro efektivní a transparentní fungování marketingu o.p.s. a aktualizace vnitřních směrnic.

2

Zvýšení podílu financování z vlastních zdrojů

Využití komerčního potenciálu vybudovaných kanálů (web, e-shop, soc. sítě) pro získání finančních prostředků na jejich správu, rozvoj a další obecně prospěšné činnosti.

3

Vytvoření přehledné nabídky online marketingových služeb

Nabídka marketingových služeb pro členy DF, která bude nabízena online formou. Předdefinovaný rámec služeb za předem dané ceny formou balíčků.

4

Další budování brandu České Švýcarsko

Rozšíření povědomí o značce České Švýcarsko. Budování dobrého jména destinace. Zkvalitňování a sjednocení vizuálních výstupů.

5

Podpora návštěvnosti v období mimo hlavní sezónní měsíce

Zavedení pravidelné podpory návštěvnosti v období od podzimu do jara, kdy je návštěvnost nižší. Příprava komplexních kampaní pro jaro a podzim.

6

Marketingová podpora lokální ekonomiky a regionálních výrobců

Podpora regionálních výrobků formou propagace na sociálních sítích, webu, v infocentrech a na e-shopu Českého Švýcarska.

7

Pravidelné PR články a tiskové zprávy

Posilování povědomí o aktivitách České Švýcarsko o.p.s. a přínosech pro CR prostřednictvím pravidelných PR článků a zpráv. Posílujeme informovanost místních obyvatel a aktérů CR.

03

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY



ONLINE

1. Webové stránky www.ceskesvycarsko.cz
2. Facebooková stránka „České Švýcarsko - Excelentní destinace“
3. Instagramový profil „Bohemian_switzerland“
4. Partnerské weby (Skalní města ČR, Brána do Čech apod.)
5. Ostatní provozované weby (drahanp.cz, sedmdivu.cz apod.)



OFFLINE

1. Tiskoviny a tematické brožury (Zimní nabídka, Zážitky...)
2. Veletrhy cestovního ruchu
3. Rozsáhlá distribuční síť členů a partnerů
4. PR články, noviny a časopisy
5. Ostatní offline marketing (informační tabule, pořádání akcí...)

04

ONLINE CESTA ZÁKAZNÍKA

České Švýcarsko o.p.s. spravuje řadu komunikačních kanálů, z nichž každý má jinou úlohu při práci s potenciálním návštěvníkem destinace. Učinění nákupního rozhodnutí a rezervaci služeb předchází složitý proces postupné inspirace a získávání povědomí o destinaci, které probíhá v několika krocích.

V první fázi poslouží sociální sítě, které jsou pro uživatele zdrojem inspirace a pomáhají nám nasměrovat pozornost směrem k destinaci.

Ve druhé fázi využíváme především web, kde potenciální návštěvník provádí průzkum a plánování, případně je odkázán na relevantní weby poskytovatelů služeb cestovního ruchu jako ubytování, gastronomie nebo zážitky.

Návštěvník webu v ideálním případě učiní rozhodnutí navštívit destinaci a využije při rezervaci služeb weby partnerů nebo booking engines, na které odkazuje web ceskesvycarsko.cz.

Během výletu/dovolené většina návštěvníků sdílí zážitky na sociálních sítích, a tím motivují další nerozhodnuté výletníky/turisty.



Obr. 1: Schéma rozvržení hl. komunikačních kanálů při práci s návštěvníky

05

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY/ONLINE



WEBOVÉ STRÁNKY „CESKESVYCARSKO.CZ“

Webové stránky ceskesvycarsko.cz jsou nadále stěžejní doménou pro komunikaci s veřejností. V roce 2020 dosáhla návštěvnost webu (UV) 320.000 což je nejvíce, ze všech kanálů, které o.p.s. spravuje.

Mezi hlavní úkoly webu patří:

1. Informovat veřejnost o novinkách z oblasti CR v regionu
2. Inspirovat potenciální návštěvníky destinace
3. Nasměrovat zájemce při výběru služeb

Plán rozvoje webu

V roce 2021 projde web částečnou rekonstrukcí. S rostoucí agendou a množstvím nových podstránek je struktura webu nepřehledná a navigace obtížná. S rozšířením webu o nové sekce došlo ke zhoršení UX. Dále je třeba zajistit responzivitu webu pro mobilní zařízení a tablety, které v uplynulém roce využívala téměř polovina návštěvníků.

Web dlouhodobě negeneruje žádný zisk. Nezbytným krokem ve vývoji je monetizace webu na úroveň, která pokryje náklady na provoz a správu. Tento krok bude realizován na bázi affiliate programu ve spolupráci s booking enginey. Druhým krokem je vytvoření online nabídky marketingových služeb pro členy DF.

Od září 2020 je web prolinkován s e-shopem regionálních produktů, který se stal novým prodejním kanálem obecně prospěšné společnosti. Spojení webu a e-shopu pomůže budovat lepší pozici e-shopu ve vyhledávačích.



WEBOVÉ STRÁNKY „CESKESVYCARSKO.CZ“

Komunikační témata webu

Web slouží v propagaci destinace primárně jako nástroj, který pomáhá potenciálním návštěvníkům s průzkumem a získáváním informací před příjezdem do destinace a také během pobytu. Struktura webu směřuje návštěvníky k využití kvalitních služeb a poskytuje dostatek informací pro rozhodování, kde, kdy a jakým způsobem budou dovolenou trávit.

Na webu by měly být nově odděleny 2 typy informací:

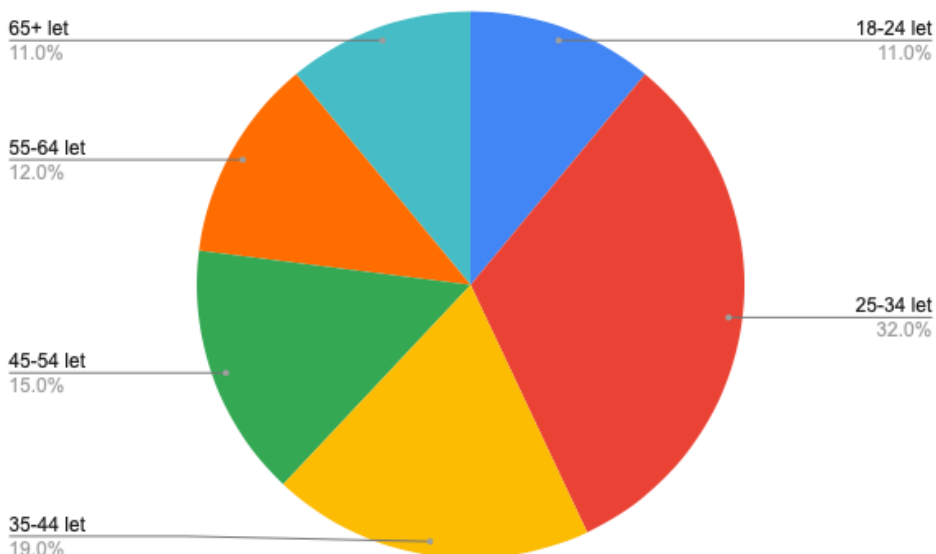
1. Blog - nástroj inspirace, SEO, zajímavosti, tipy, influenceři
2. Informační servis - novinky v NP, uzavírky, doprava, obce, DF

Frekvence feedu

- Blog - 1x za 10 dnů
- Informační servis - 1x týdně v hlavní sezóně, 1x za 2 týdny mimo sezónu

Zahájení pravidelného feedu 3/2021.

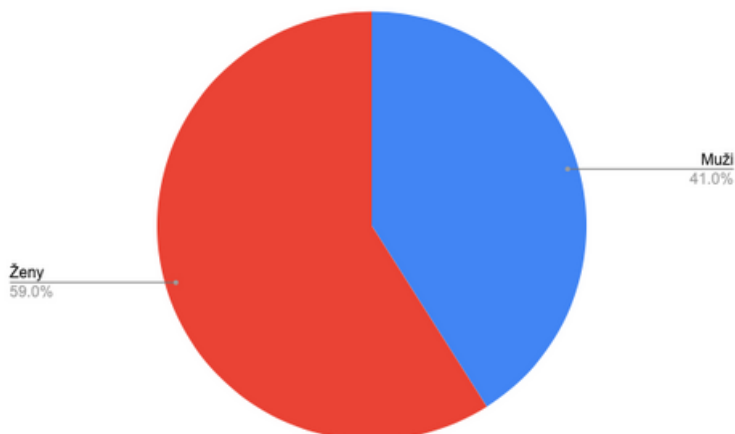
Uživatelská základna webu dle věku



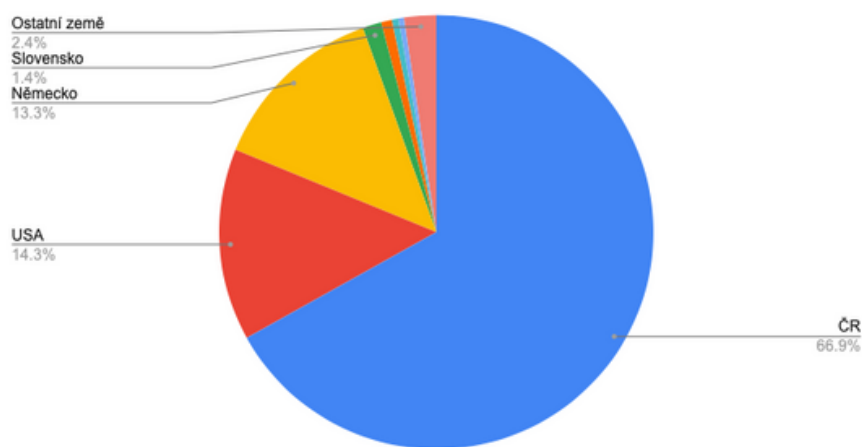


WEBOVÉ STRÁNKY „CESKESVYCARSKO.CZ“

Uživatelé dle pohlaví



Uživatelé dle země původu a města/lokality



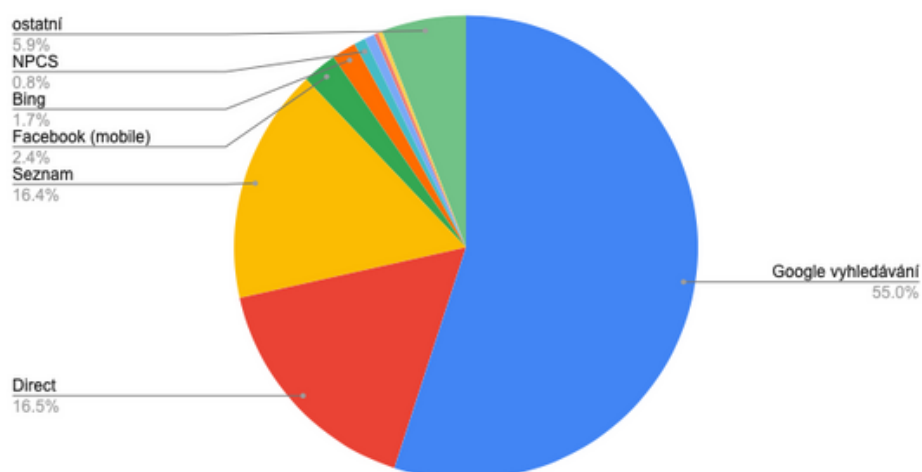
1.	Prague	93,175	(28.24%)
2.	Chicago	41,375	(12.54%)
3.	Decin	11,834	(3.59%)
4.	Dresden	8,262	(2.50%)
5.	Brno	7,845	(2.38%)
6.	(not set)	6,215	(1.88%)
7.	Berlin	5,747	(1.74%)
8.	Ceske Budejovice	4,806	(1.46%)
9.	Usti nad Labem	4,401	(1.33%)
10.	Liberec	4,226	(1.28%)

11.	Hamburg	3,922	(1.19%)
12.	Ostrava	3,456	(1.05%)
13.	Pilsen	3,443	(1.04%)
14.	Olomouc	2,691	(0.82%)
15.	Teplice	2,672	(0.81%)
16.	Varnsdorf	2,666	(0.81%)
17.	Hradec Kralove	2,247	(0.68%)
18.	Pardubice	1,865	(0.57%)
19.	Ceska Lipa	1,861	(0.56%)
20.	Most	1,674	(0.51%)



WEBOVÉ STRÁNKY „CESKESVYCARSKO.CZ“

Zdroje návštěvnosti - odkud uživatelé webu přicházejí nejčastěji



06

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY/ONLINE



„ČESKÉ ŠVÝCARSKO - EXCELENTNÍ DESTINACE“

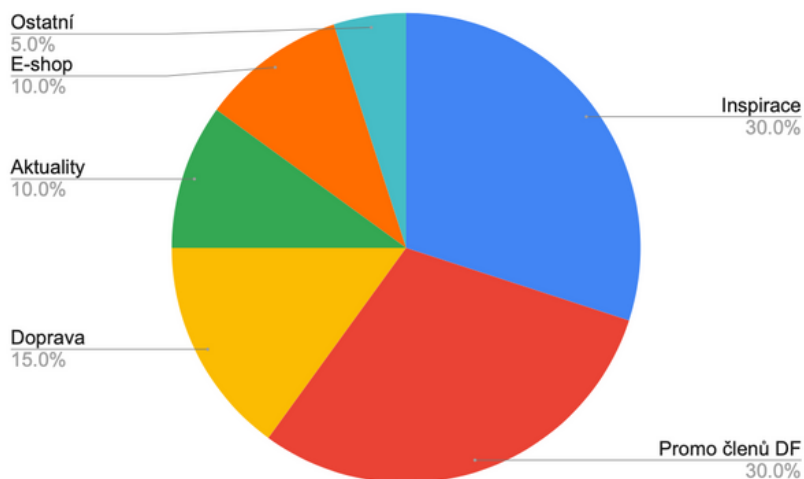
Obecné informace

9k+ like, 9,5k+ follow

Fb stránka slouží především jako informační kanál, dále jako brandingový kanál a v neposlední řadě jako podpůrný sales kanál. Prezentovány jsou výhradně příspěvky z knihovny o.p.s.

Komunikační témata

Na Fb stránce se objevují především následující témata: tipy na výlety a inspirace, informace z dopravy, aktuality z regionu, propagace členů DF, e-shop a ostatní minoritní témata.

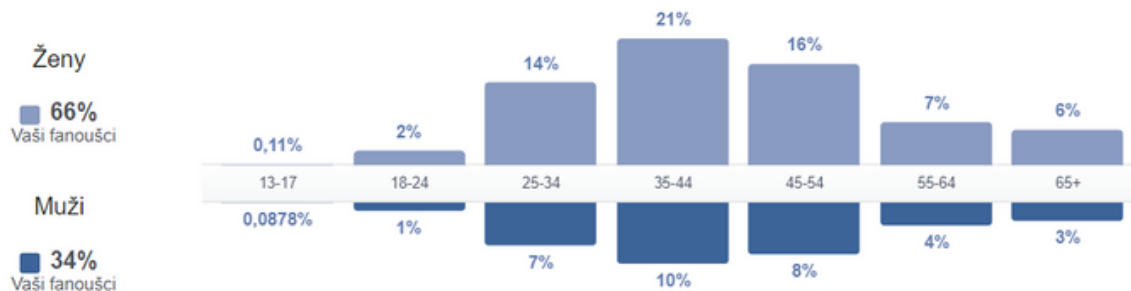
**Frekvence feedu**

1-2 příspěvky / den



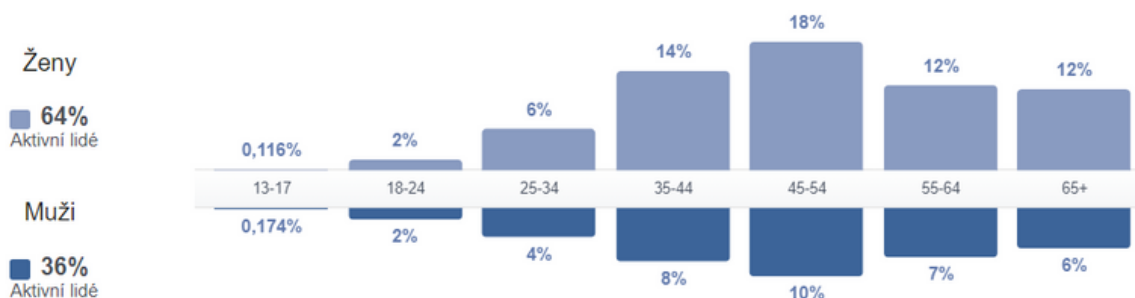
„ČESKÉ ŠVÝCARSKO - EXCELENTNÍ DESTINACE“

Základna fanoušků



Přehled uživatelů, kteří zobrazili příspěvek na Fb stránce, členěných dle věku a pohlaví.

Základna aktivních uživatelů



Přehled uživatelů, kteří o stránce mluví (aktivní uživatelé), dle věku a pohlaví.

Fanoušci dle zemí, měst a jazyka

Země	Vaši fanoušci	Město	Vaši fanoušci	Jazyk	Vaši fanoušci
Česká republika	8 098	Praha	1 414	čeština	7 935
Německo	460	Děčín	1 233	němčina	446
Slovensko	123	Ústí nad Labem	531	slovenština	165
Polsko	112	Varnsdorf	378	angličtina (USA)	163
Spojené království	47	Rumburk	373	polština	115
Nizozemsko	41	Liberec	260	Angličtina (Spojené krá...	98
Spojené státy americké	28	Česká Lípa	208	holandština	49

07

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY/ONLINE



BOHEMIAN_SWITZERLAND

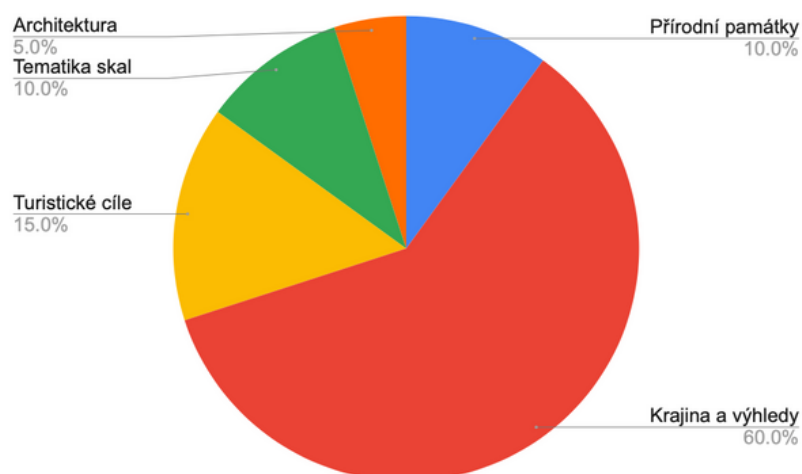
Obecné informace

4,7k+ followers

IG je nyní spravován jako ryze brandingový nástroj na podporu destinace.

Komunikační témata

V rámci IG jsou sdíleny především moodové fotografie přírody, příležitostně s lidmi. Většina evokuje klid, jedinečnost, pocity prožitku. Vyobrazení dramatické krajiny, skal a výhledů. Cílení na marketingové osoby, které jsou vyprofilovány ze statistik návštěvnosti a průzkumů (DMO, CzechTourism, ČSÚ).

**Frekvence feedu**

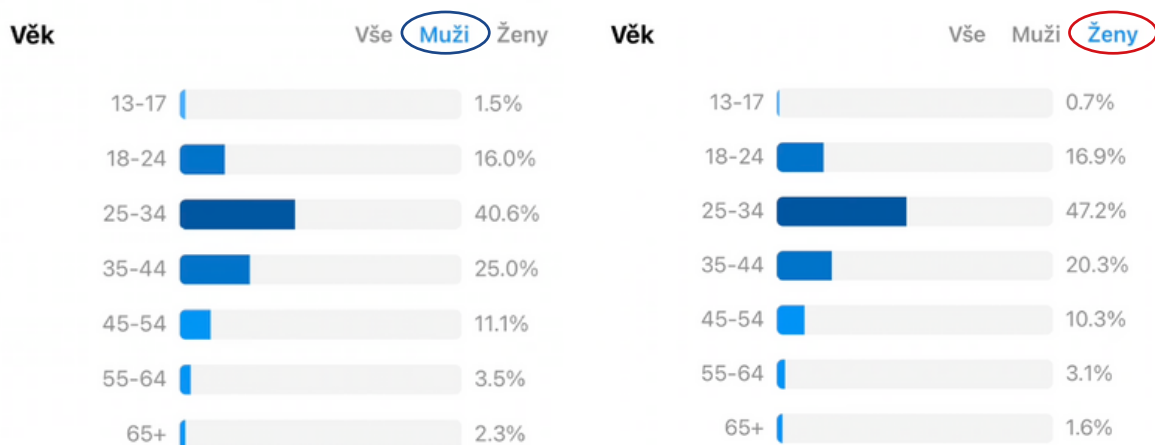
3x týdně příspěvek, stories dle potřeby, primárně přesdílení

4x týdně v hlavní sezóně

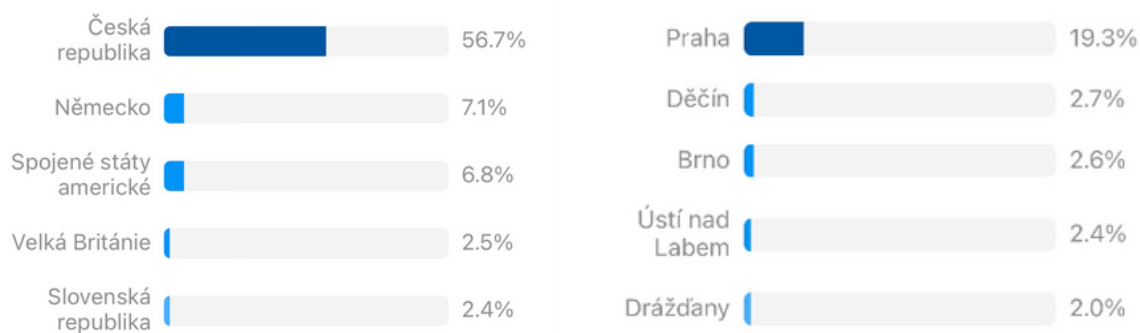


BOHEMIAN_SWITZERLAND

Okruh sledujících dle věku a pohlaví



Sledující dle země a lokality



08



INFORMAČNÍ SERVIS, REGIONÁLNÍ NOVINY

Obecné informace - Informační servis

Informační servis je formou pravidelného online oběžníku, zasílaného e-mailem na adresy odběratelů, členů DF, aktérů cestovního ruchu, infostřediska, zástupce obcí a další subjekty. Součástí je přehled informací z regionu, tipy na výlet, události, plánované akce apod. Informace jsou shromažďovány vždy do středy před vydáním od členů DF, kteří informace aktivně zasílají na programy@ceskesvycarsko.cz. Dále je aktuální verze informačního servisu vyvěšena na webu o.p.s. a Facebooku.

Komunikační témata

- Obecné informace z cestovního ruchu v regionu (novinky)
- Tipy na výlety v Českém Švýcarsku
- Praktické informace o otvírací době atraktivit
- Informace o uzávěrkách a omezeních (aktuálních i plánovaných)
- Návrhy pro ubytování/stravování v regionu

Frekvence vydávání Informačního servisu

Hlavní sezóna - 1x týdně (květen - srpen)

Nesezónní měsíce - 1x za 14 dnů (září - duben)

Obecné informace - Regionální noviny

Noviny jsou vydávány formou mimořádného online oběžníku, který shrnuje aktuality z činnosti o.p.s. a relevantním tématům v CR.

Frekvence vydávání Regionálních novin

2x-3x ročně dle potřeby

1x před hlavní sezónou, 1x na podzim, 1x po zasedání DF

09

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY/OFFLINE



TIŠTĚNÉ MATERIÁLY A BROŽURY



PŘIPRAVUJEME

BROŽURA ZNÁMÁ A NEZNÁMÁ MÍSTA ČESKÉHO ŠVÝCARSKA

- připravujeme (termín březen/duben)

ZIMNÍ NABÍDKA

- zahájení příprav duben, finalizace říjen
- podpora mimosezóny a členů DF

MAGAZÍN BRÁNA Č.9 A Č.10

- spolupráce s Ústeckým krajem
- brána č.9 vydání v lednu a brána č.10 v červnu
- příloha České Švýcarsko

BROŽURA ZÁŽITKY (2022)

- příprava brožury od května 2021, vydání březen 2022
- jedná se o highlight tištěných materiálů, obsahuje i plac. inzerci



TIŠTĚNÉ MATERIÁLY A BROŽURY

DISTRIBUCE STÁVAJÍCÍCH MATERIÁLŮ

TRHACÍ MAPY - PĚŠÍ A CYKLO VÝLETY V ČESKÉM ŠVÝCARSKU

- novinka, připraveno k distribuci, náklad 60 tis. ks CZ/DE

TOP 20 PĚŠÍ VÝLETY V ČESKÉM ŠVÝCARSKU

- naskladněna
- placená brožura (drobný poplatek)

ČESKOSASKÉ ŠVÝCARSKO (CZ/DE/EN)

- image brožura, zdarma - obsahuje intro informace, cíle a kontakty

BROŽURY ÚSTECKÉHO KRAJE

- Do srdce Českosaského Švýcarska - cestovatelský deník
- Okolo Českého Švýcarska

BROŽURA ZÁŽITKY 2019-2020

- z důvodu pandemie Covid-19 platná i pro rok 2021
- zahájení přípravy na vydání 2022-2023

10

MARKETINGOVĚ VÝZNAMNÉ AKCE

únor

Výroční zasedání Destinačního fondu

Každoroční akce, která proběhne v Domu Českého Švýcarska online formou dne 18.2.

únor - březen

Jarní prázdniny - 1.2. až 14.3.

Po týdnu se vystřídá celá ČR. Hlavní nápor v regionu lze očekávat 22.2.-7.3. Doba propagace 2-3 týdny.

březen

Celostátní veletrhy cestovního ruchu

Veletrhy cestovního ruchu Holiday world v Praze a Euroregion Tour v Jablonci nad Nisou. Pořádání veletrhů je s ohledem na situaci Covid-19 nejisté.

březen

Veletrh cestovního ruchu pro České Švýcarsko a Lužické hory

3. ročník, koná se v Novém Boru. V roce 2021 nesou náklady na pořádání LH. V případě pokračování pandemie Covid-19 akce neproběhne. Online forma není vhodná. Doba propagace 4-6 týdnů.

duben

Velikonoční svátky

V roce 2021 připadají na 2.-5. dubna. Jedná se o nejvytíženější období jara v ČŠ. Doba propagace 3-4 týdny.

květen/červen

Otevření turistické sezóny

Společné zahájení turistické sezóny s destinací Lužické hory u příležitosti slavnostního provozování turistické lávky ve Stožeckém sedle.

září

Zahájení kampaně na podporu nesezónních měsíců

Spuštění plánováno na 15. září. Masivní propagace návštěvy destinace napříč komunikačními kanály. Doba propagace 12 týdnů.

říjen

Podzimní prázdniny

Připadají na 27. až 31. října 2021. Doba propagace cca 2 týdny.

prosinec

Vánoce + Nový rok 2022

Prosinec je obvykle jediným záchvěvem vyšší návštěvnosti regionu v jinak velmi slabém období. Následují leden a únor, nejslabší měsíce v roce. Doba propagace 3-5 týdnů.

11

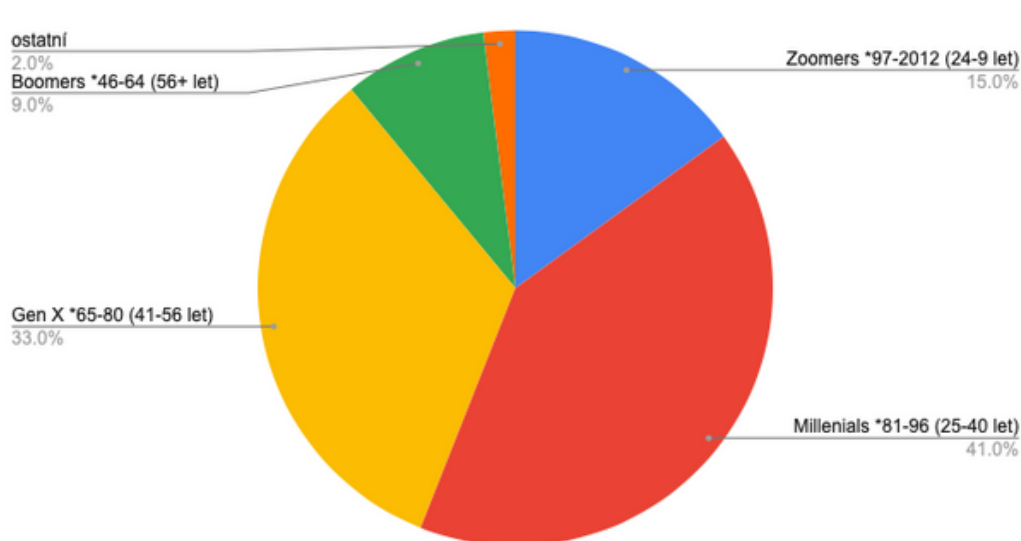
ZDROJOVÉ TRHY A CÍLENÍ

Hlavní zdrojové trhy pro rok 2021 a tedy i nejdůležitější oblasti pro cílení jsou:

1. Ústecký kraj
2. HL. m. Praha
3. Sasko, SRN
4. Středočeský kraj
5. Liberecký kraj
6. Dolnoslezské vojvodství, Polsko
7. Plzeňský kraj
8. Královéhradecký kraj
9. Pardubický kraj
10. Jihočeský kraj

V uplynulých letech hrál stále důležitější roli přeshraniční turismus, který ale v roce 2020 vlivem opatření proti šíření nemoci Covid-19 výrazně slábl. V roce 2020 se v Ústeckém kraji ubytovalo cca 79000 zahraničních hostů, což je o 56% méně než v roce předchozím.

CÍLOVÉ SKUPINY



12

SHRNUTÍ PRO CÍLENÍ ONLINE

V roce 2019 bylo v ČR na sociálních sítích celkem 5,7 milionu aktivních uživatelů (zdroj ČSÚ). Souhrnný dosah všech příspěvků na našich profilech byl 1,23 milionu. Na našem webu, Facebooku a Instagramu jsou rozdílné cílové skupiny. Nejnižší věkový průměr uživatelů je na Instagramu. Průměrně o generaci starší publikum je na Facebooku. Web navštěvuje průřez všech zastoupených skupin.

Informace pro cílení:



Zástupci všech věkových skupin, nejvíce aktivní jedinci v produktivním věku (25-34 let)

Opakování návštěvníci destinace a potenciální návštěvníci ve fázi průzkumu, vyhledávající informace.

Hl. skupiny: ženy v domácnosti (6:4), aktivní turisté, rodiny s dětmi

1 denní (výletníci) - Děčín, Praha, Dresden, Ústí n.L., Liberec, Teplice, Česká Lípa

Prodloužený víkend - Praha, Brno, Berlin, Dresden, Leipzig, Liberec, Plzeň, Teplice, Hradec Králové, Pardubice, Mladá Boleslav, Most...

4+ dny dovolená - Praha, Brno, Plzeň, Hradec Králové, Berlin, Dresden, Leipzig, Pardubice, Mladá Boleslav



Aktivní jedinci ve věku 35-54 let

Opakování návštěvníci destinace a potenciální návštěvníci ve fázi průzkumu, vyhledávající informace.

Hl. skupiny: ženy (2:1), aktivní turisté, rodiny s dětmi, matky samoživitelky, singles

1 denní (výletníci) - Praha, Děčín, Ústí n. L., Šluknovsko, Liberec, Českolipsko, Mostecká pánev

Prodloužený víkend - Praha, Pardubice, Mladá Boleslav, Mělník, Poděbrady, Hradec Králové, Dresden, Plzeň

4+ dny dovolená - Praha, Brno, Plzeň, České Budějovice, Pardubice, Mladá Boleslav, Olomouc, Jihlava

Informace pro cílení:

Mladší lidé v produktivním věku, páry (18-34 let)
Zcestovalí Češi, cizinci, jazykově vybavení jedinci
Název anglicky + popisky, kosmopolitní publikum

Hlavní skupiny: milovníci přírody, aktivní dovolenkáři, mladé páry, nerezidenti.

Z pohledu lokalizace dává smysl cílení jen na výletníky, případně inspirace pro vícedenní návštěvy. Kanál by měl posilovat povědomí o regionu. Pro podporu rozvoje služeb CR je důležité cílení na výletníky z měst, která spadají do ekonomicky nejvyspělejších regionů - Praha, Liberec, Dresden...

13

SWOT ANALÝZA



Obr. 2: SWOT analýza pro CR v regionu České Švýcarsko (zdroj: Jiří Dužár)

Rizika pro rok 2021

V současné době identifikujeme několik významných rizik, která ovlivňují cestovní ruch v destinaci. Jako nejvýznamnější riziko pro cestovní ruch v regionu Českého Švýcarska spatřujeme opatření vlády ČR v souvislosti s šířením onemocnění Covid-19. Nouzový stav s sebou přináší omezení ubytování a služeb a sekundárně také uzavření státních hranic. Bez systematické pomoci státu bude dopad na cestovní ruch a také zaměstnanost v terciárním sektoru katastrofální. Úlohu o.p.s. spatřujeme především v šíření relevantních informací a marketingové pomoci firmám a obcím. Všechny marketingové kroky o.p.s. mají za cíl minimalizovat dopady poklesu spotřebitelské důvěry v cestovní ruch. Mimořádně důležitá bude také úloha společnosti při koordinaci připravenosti destinace na novou post-covidovou sezónu.

Další výzvou je pokračující kůrovcová kalamita, která zásadně mění tvář krajiny a přináší zvýšené riziko pádu stromů. Opakovaným, plošným a necitlivým šířením varování může dojít k závažnému poškození image regionu v celorepublikovém měřítku. Vnímáme jako důležité podpořit Správu Národního parku v informování návštěvníků o rizicích konkrétních lokalit, ale zároveň považujeme za nezbytné ukazovat alternativy a bezpečná místa. Při aktuálním stavu lesů bezprostředně hrozí uzavírání turistických cest včetně nejnavštěvovanějšího cíle v Ústeckém kraji - soutěsek na řece Kamenici. Dle slov Správy Národního parku nelze předem vývoj situace přesně odhadnout, a proto hrozí uzávěrky i během sezóny a bez předchozího varování. V této situaci je stěžejní úloha o.p.s. nejen informovat širokou veřejnost, ale také poskytnout přesné informace o vývoji situace partnerům a obcím, kterých se omezení týkají.

Mezi významná rizika mající vliv na spokojenost návštěvníků patří i pokračující a plánované rekonstrukce významných turistických cílů. Na začátku roku 2021 pokračuje rekonstrukce Mariiny vyhlídky u Jetřichovic. V hlavní sezóně je plánováno uzavření Šaunštejnu u Vysoké Lípy. Pokračuje uzavření soutěsek řeky Kamenice kvůli riziku pádu stromů. Všechny cíle jsou významné zájmové body a jejich uzavření může způsobit přetížení v sousedních lokalitách a další negativní socio-ekonomické důsledky. Situace je řešena na úrovni Ministerstva životního prostředí a Správy Národního parku České Švýcarsko.

Pro rok 2021 avizoval Ústecký kraj snížení rozpočtu na dopravu, včetně dopravy turistické, o 20%. Obáváme se dalšího zhoršení dopravní obslužnosti jádrových oblastí Českého Švýcarska vlivem snížení počtu spojů veřejné dopravy. Vlivem pokračování pandemie Covid-19 narůstá počet turistů, kteří volí osobní dopravu před hromadnou, především kvůli obavám o bezpečnost a hygienu. Naše společnost se dlouhodobě zasazuje o propagaci veřejné turistické dopravy na všech spravovaných komunikačních kanálech a bude v této snaze pokračovat i nadále.

14

ÚROVNĚ ČLENSTVÍ V DF

Destinační fond (DF) je komunikační a rozvojová platforma, která sdružuje aktéry cestovního ruchu, státní správu, územní samosprávy a orgány ochrany přírody v regionu Českého Švýcarska. DF slouží také jako společný finanční zdroj na propagaci destinace a udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Mimo morální přesah členství jsou v jeho rámci poskytovány i níže uvedené služby.

MINI	STANDARD	PREMIUM
základní členství v DF	členství včetně pokročilé propagace	prémiové členství se všemi výhodami
 PROPAGACE nabídka příspěvatele na webu ceskesvycarsko.cz (bez zpětného odkazu)	 PROPAGACE nabídka příspěvatele na webu ceskesvycarsko.cz včetně zpětného odkazu (možnost napojení na rezervační systém)	 PROPAGACE nabídka příspěvatele na webu ceskesvycarsko.cz včetně zpětného odkazu (možnost napojení na rezervační systém)
 INFORMACE informační servis 1x za 14 dnů + newsletter 3x ročně + základní sada tištěných materiálů o regionu	 INFORMACE informační servis (včetně možnosti publikovat vlastní akci) + newsletter + základní sada tištěných materiálů o regionu	 INFORMACE informační servis (včetně možnosti publikovat vlastní akci) + newsletter + základní sada tištěných materiálů o regionu
 KOMUNITA účast na zasedání DF přístup do FB skupiny 1x ročně exkurze DF	 KOMUNITA účast na zasedání DF přístup do FB skupiny 1x ročně exkurze DF účast na poradním sboru	 KOMUNITA účast na zasedání DF přístup do FB skupiny 1x ročně exkurze DF účast na poradním sboru
 MARKETING možnost využít marketingové balíčky	 MARKETING 5 příspěvků na soc. sítích (IG nebo FB) + možnost využít marketingové balíčky	 MARKETING 30 dnů banner na homepage ceskesvycarsko.cz
5990 Kč bez DPH 4990 Kč bez DPH nabídka pro rok 2021	14 990 Kč bez DPH 13 500 Kč bez DPH nabídka pro rok 2021	24 990 Kč bez DPH 22 990 Kč bez DPH nabídka pro rok 2021

15

MARKETINGOVÁ NABÍDKA O.P.S.

Vedle různých úrovní členství v Destinačním fondu Českého Švýcarska vzniká také nová struktura marketingových produktů nabízených o.p.s. Ty jsou určeny výhradně pro členy Destinačního fondu v libovolné úrovni členství.

Ve třech cenových kategoriích je odstupňována propagace po dobu 14, 30 a 60 dnů s různou frekvencí propagace a dalšími doplňkovými službami. Smyslem nabídky je, aby mohli z publicity Českého Švýcarska za úplatu pokrývající náklady benefitovat i ti, kteří na desetitisícové dosahy normálně nedosáhnou.

BRONZE facebook 2 x Facebook příspěvek *1000 Kč promo budget ★ Instagram 2 x Instagram stories ★ vlastní obsah cílení na míru 14 dnů propagace 2.900 Kč bez DPH	SILVER facebook 4 x Facebook příspěvek *2000 Kč promo budget ★ Instagram 4 x Instagram stories ★ WEB 1 x článek na blogu blog.ceskesvycarsko.cz ★ vlastní obsah cílení na míru 30 dnů propagace 5.700 Kč bez DPH	GOLD facebook 5 x Facebook příspěvek *2500 Kč promo budget ★ Instagram 5 x Instagram stories ★ WEB 1 x článek na blogu blog.ceskesvycarsko.cz ★ odborná konzultace ke kampani ★ Příprava obsahu cílení na míru 8 týdnů propagace 9.400 Kč bez DPH
--	--	---

*celková částka, kterou bude podpořena propagace příspěvků

16

ZÁVĚR

V uplynulých letech byl marketing o.p.s., tj. destinační marketing, financován z dotačních programů. I přes řadu škrtů a úspor jsou celkové náklady na marketing destinace pro rok 2021 odhadovány na 1,2 mil. Kč.

Zvýšené náklady, které s sebou nese rozvoj a údržba webu a soc. sítí, budou v roce 2021 částečně kompenzovány monetizací těchto kanálů. U webu je dle analýzy nejvhodnější formou využití affiliate programu s ubytovateli (partnery DF). U sociálních sítí je nově alokováno asi 15% sdělení pro komerční využití, což je velmi nízký poměr, který by měl zajistit finanční soběstačnost těchto kanálů a zároveň udržet neziskový charakter a reputaci o.p.s. Veškeré příjmy z obchodní a marketingové činnosti jdou zpět do rozpočtu o.p.s. na další rozvoj destinace a financování obecně prospěšné činnosti.

Jednou z klíčových výzev roku bude pomoci znovu budovat důvěru spotřebitelů v bezpečnost cestovního ruchu a jeho produkty tak, aby se podařilo udržet zaměstnanost, širokou nabídku a vysokou úroveň služeb. Čeká nás mimořádně náročné období, ve kterém negativně spolupůsobí opatření proti šíření nemoci Covid-19, možné uzávěrky turistických cílů, pokračuje kůrovcová kalamita a hrozí pády stromů. Nyní pracujeme na obnovení důvěry návštěvníků destinace společně s Tourismusverband Sachsen. Probíhají intenzivní jednání a výměna informací o turistických cílech. Připravujeme aktualizovanou relaci na našem webu, která podpoří informovanost přeshraničních hostů.

Hlavním cílem společnosti v oblasti marketingu pro rok 2021 je připravenost na různé scénáře a schopnost pružně reagovat na nenadálé změny.

KONTAKTNÍ INFORMACE



ČESKÉ ŠVÝCARSKO
Obecně prospěšná společnost

Dům Českého Švýcarska
Křinické náměstí 1161/10
Krásná Lípa, 407 46

IČO: 25436911
DIČ: CZ25436911

ops@ceskesvycarsko.cz
608 819 176

Vedení společnosti

Bc. Jan Šmíd

jan.smid@ceskesvycarsko.cz
777 819 184

Marketing/média

Mgr. Miroslav Kokta

miroslav.kokta@ceskesvycarsko.cz
778 004 030