

MARKETINGOVÝ PLÁN 2022

Turistické oblasti Česká Kanada



Destinační management Česká Kanada, z.s.

OBSAH

03

SHRNUTÍ

04

VIZE, POSLÁNÍ, CÍLE

05

FINANCOVÁNÍ

06

PŘEHLED RIZIK

07

SWOT ANALÝZA

08

AKTUÁLNÍ SITUACE

09

AKTUÁLNÍ PRODUKTY
CESTOVNÍHO RUCHU

10

MARKETINGOVÉ
AKTIVITY

11

PRODUKTY
CESTOVNÍHO RUCHU

13

NABÍDKY CESTOVNÍHO
RUCHU

14

NOVĚ PLÁNOVANÉ
AKTIVITY

15

PŘEHLED
MARKETINGOVÝCH
AKTIVIT



SHRNUTÍ

Marketingový plán, který byl stanoven pro rok 2021, byl částečně naplněn, kdy přes nelehká a nečekaná úskalí nebylo možné dostat všem požadavkům a závazkům dříve stanovených. S pokorou přijímáme nové zkušenosti, pomocí kterých se připravujeme na rok 2022, abychom s plným nasazením mohli dostat všech dříve i nově stanovených cílů. Nenaplnění dříve stanovených představ bylo způsobeno epidemiologickou situací v České republice v důsledku virového onemocnění COVID-19, či dalšími překážkami, které bránily naplnit stanovený plán. I přes nepříznivou situaci přijímáme danou zkušenost k posunutí se do budoucna.

V současné době se pracuje na přípravě dalších produktů pro cestovní ruch, kdy očekáváme, že dojde k zajímavému posílení naší produktové základny. V roce 2019 byl částečně realizován produkt „Na kole přes celou Českou Kanadu“, tento produkt však nenaplnuje všechny náležitosti produktu pro sledovanou problematiku a bude se na jeho zdokonalení pracovat v následujících letech. V roce 2020 byl realizován produkt Dětská Kanada, který byl pro velký zájem následně spuštěn i v roce 2021. V druhé polovině roku 2021 se začalo pracovat na produktu „Zkuste to pěšky“, který však stále není ve finální fázi. Všechny realizované a plánované produkty vychází ze strategického dokumentu. Další produkty budou realizovány v následujících letech, neboť plnění jednotlivých cílů je postupné s možností pevného ukotvení novinek na trhu. Pro následující rok se očekává, že dojde k představení trhu ostatních dříve představených produktů.



Vize

Turistická oblast Česká Kanada je živou, rozvíjející se a bezpečnou destinací. Pomocí moderních přístupů k destinačnímu řízení a marketingu založených na spolupráci s místními aktéry nabízí širokou škálu kvalitních produktů a služeb cestovního ruchu. Klade důraz na zachování jedinečného přírodního prostředí a tradic ve shodě s principy udržitelného turismu.

Poslání

Posláním organizace je dlouhodobě nabízet klientům potěšení z návštěvy krásných míst patřících do oblasti Česká Kanada a zanechat v nich nezapomenutelné zážitky i vzpomínky na turistickou oblast Česká Kanada.

Cíle

Cíle jsou členěny na strategické a specifické síle. Strategickým cílem je do roku 2023 vytvoření a stabilizování destinační společnosti, zefektivnění marketingu v cestovním ruchu předmětné turistické oblasti, zkvalitnění a rozšíření nabídky produktů a služeb zmiňované turistické oblasti, nastavení principu udržitelného rozvoje turistické oblasti. Specifické cíle člení strategické cíle do časových rovin, které stanovují dílčí kroky pro dosažení hlavních vytyčených cílů.





Financování

Rozpočet spolku je tvořen příspěvky členských (zakládajících) měst a obcí, příspěvky partnerů a dotace od Jihočeského kraje na činnost certifikovaných turistických oblastí Jihočeského kraje.

Uvědomujeme si nejistou situaci, proto pracujeme se třemi variantami financování. Jedná se o varianty:

Optimistická – rozpočet spolku mimo příspěvků tvoří také dotace od Ministerstva pro místní rozvoj v oblasti cestovního ruchu a nevyšší možné dotace od Jihočeského kraje.

Realistická – rozpočet spolku mimo příspěvky tvoří také dotace od Jihočeského kraje na činnost v oblasti cestovního ruchu v celkové výši 350 000 Kč (jedná se o maximální částku, kterou DM Česká Kanada získala).

Pesimistická – rozpočet tvoří pouze příspěvky od členských měst a obcí a snížená

PŘEHLED RIZIK

Uvědomujeme si nejistotu dnešní doby, a proto si i připouštíme situaci, že by mohlo dojít k rizikům, které nás ovlivní nesprávným směrem. Níže definujeme základní rizika, která by se mohla objevit. Průběžně proto monitorujeme situaci, abychom v případě výskytu nečekaných událostí byli na ně adekvátně připraveni.

Mezi rizika řadíme:

- politická změna vedení kraje
- politická změna – změna starostů členských měst;
- zrušení financování systému turistických oblastí Jihočeského kraje a následné zrušení systému turistických oblastí;
- zrušení dotačních programů na činnost certifikovaných turistických oblastí Jihočeského kraje;
- nedodržování plánů;
- pandemická situace – uzavření podnikatelů – důležití pro cestovní ruch;
- zkrachování podnikatelů – ubytovatelé, restaurace, atraktivita – snížení potenciálu cestovního ruchu;
- administrativní zatížení;
- snižování smluvních partnerů;
- neobdržení certifikace/kategorizace Oblastní destinační management od České centrály cestovního ruchu – CzechTourism;
- změna obsazení členů spolku, apod.

SWOT analýza

Pro potřeby přehledného sledování aktuálního stavu a reálné problematiky uvnitř organizace došlo k využití SWOT analýzy, která je jednou z nejznámějších analýz prostředí organizace.

Podle zkratky SWOT se v podnikání pozná jeho úspěšnost. Je odvozena od čtyř anglických slov, a to Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti) a Threats (hrozby). Dochází při ní k hodnocení vnitřních a vnějších vlivů, které ovlivňují podnikání a ukazují taktéž silné a slabé stránky organizace.

Silné stránky

- existence strategie rozvoje
- dobrá dojezdová lokalita
- koncentrace krásna
- tradice
- propojenost celé oblasti (úzkokolejka)

Slabé stránky

- komunikace
- absence plánu distribuce
- nastavení kompetencí
- personální pomoc
- neexistence zimní nabídky
- nedostatečná práce na sociálních sítích

Příležitosti

- využití potenciálu Česká Kanada
- gastrozážitky
- vytvoření tradic
- spolupráce s významnými osobnostmi dané oblasti
- dílčí představení regionálních produktů

Hrozby

- konkurence jiných oblastí
- změny politického vedení
- utlumení cestovního ruchu
- fluktuace a špatná kvalita sezonních pracovníků

Aktuální situace

Aktuálně se pracuje na tvorbě produktů cestovního ruchu, které vyplývají z dokumentu - Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada 2019 – 2023. I přes nepříznivou situaci s virovým onemocněním COVID-19 v období 2020/2021 se podařilo realizovat 2 produkty z plánovaných 6 produktů. Realizovanými produkty jsou „Dětská Kanada“ a „Zkuste to pěšky“ (dokončeno 12/2021). Další produkty budou realizovány v následujících letech, tak jak stanovuje plán. Na následující rok jsou připravovány další dva produkty – „E-bike region“ a „Něco se tady děje v podobě tradic“ a také je v běhu finalizace produktu „Na kole přes celou Českou Kanadu“. V projektové podobě (bez dílčí rozpracovanosti) jsou návrhy týkající se cyklistiky, pěší, regionální produkty, nabídka pro invalidy, nabídka pro seniory, atp.

V současné době se pracuje na přípravě dalších produktů pro cestovní ruch, kdy očekáváme, že dojde k zajímavému posílení naší produktové základny. V roce 2019 byl částečně realizován produkt „Na kole přes celou Českou Kanadu“, tento produkt však nenaplnuje všechny náležitosti produktu pro sledovanou problematiku a bude se na jeho zdokonalení pracovat v následujících letech. V roce 2020 byl realizován produkt Dětská Kanada, který byl pro velký zájem následně spuštěn i v roce 2021. V druhé polovině roku 2021 se začalo pracovat na produktu „Zkuste to pěšky“, který však stále není ve finální fázi. Všechny realizované a plánované produkty vychází ze strategického dokumentu. Další produkty budou realizovány v následujících letech, neboť plnění jednotlivých cílů je postupné s možností pevného ukotvení novinek na trhu. Pro následující rok se očekává, že dojde k představení trhu ostatních dříve představených produktů.

Přehled aktuálních produktů

Dle Manuálu tvorby produktu cestovního ruchu vydané CzechTourismem se produkt cestovního ruchu vyznačuje jako komplex nabízených služeb a zážitků, které spojuje silná jednotící myšlenka do ucelené a komplexní nabídky cestovního ruchu mířící na jednoznačně definovanou cílovou skupinu.

Aktuální produkty

- Dětská Kanada (spuštění 07/2020, aktualizace a rozšíření 05/2021, rozšíření 2022) – součástí tohoto produktu je i průvodce pro děti
- Na kole Českou Kanadou (spuštění 2020, aktualizace a rozšíření 2022)
- Stezka Českou Kanadou – (první fáze 3-12 2021)
- Něco se tady děje v podobě tradic – (ve fázi příprav, částečná realizace 2022)
- E-bike region (částečná realizace 2022)

Doplňkové produkty – prospektové materiály

- Turistické noviny – (od 06/2020, aktualizace 2022)
- Mapa České Kanady A4 - (06/2020, jednorázová aktivita)
- Mapa Výletní cíle A3 - (2017, aktualizace a dotisk 2021)
- Image brožura Česká Kanada - (2017, bez další aktualizace)
- Dětský průvodce Českou Kanadou – (námět 07/2020, použití v roce 2021 i v roce 2022)

Marketingové aktivity

Marketingový plán pro rok 2022 je nastaven, aby probíhala propagace turistické oblasti jako takové, ale i produktů cestovního ruchu a nabídky, které budou během roku vytvořeny. Propagace turistické oblasti proběhne různými způsoby s využitím online kanálů, ale také za pomoci inzercí, PR článků a dalšími kanály.

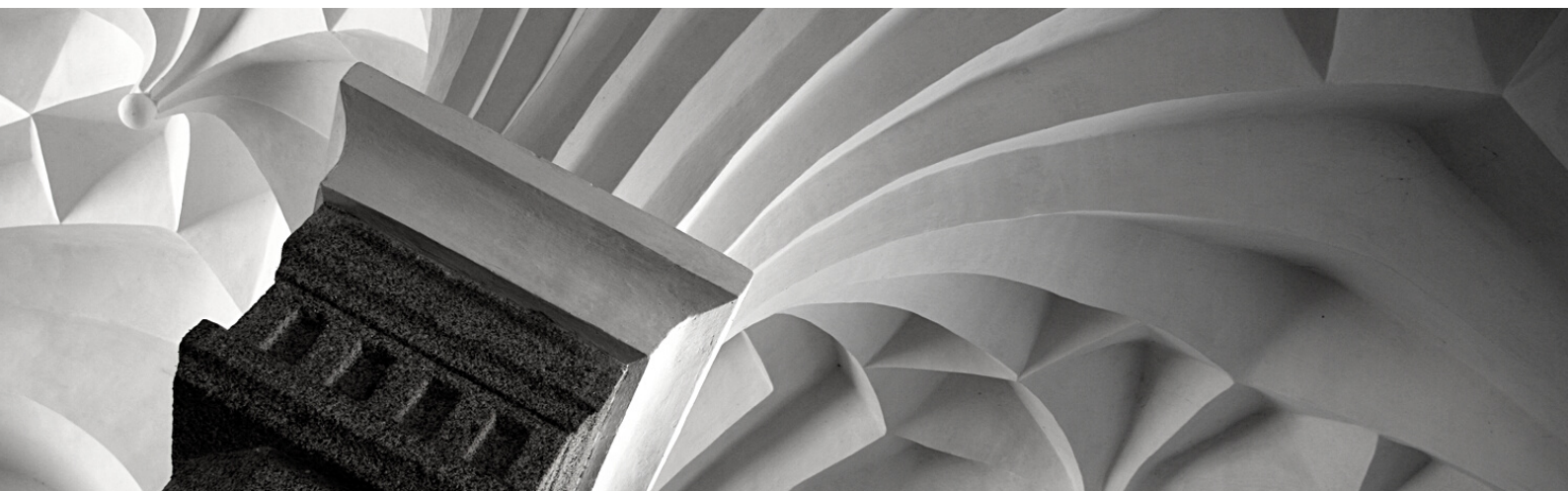
Produkty

Jednou z důležitých činností Destinačního managementu Česká Kanada, z.s. je tvorba produktů cestovního ruchu a jejich propagace. V roce 2022 bude produktům věnovaná většina marketingových aktiv. Stávající produkty budou rozšířeny a propagovány a zároveň se bude pracovat na vytváření nových produktů cestovního ruchu, které vyplývají ze strategického dokumentu.

Komunikace

Důležitou činností pro rok 2022 je zkvalitnění komunikace nejen vnitřní, ale i vnější. Členové a partneři budou informováni formou vydávání pravidelného newsletteru. Na to také navazuje informování měst a obcí na území turistické oblasti Česká Kanada pravidelnými infoemaily – informace o novinkách, možnosti spolupráce atd.

Na komunikaci vnitřní navazuje i vnější komunikace formou propagace turistické oblasti. Využití všech kanálů k propagaci turistické oblasti Česká Kanada - pravidelná komunikace se zástupci medií, vydávání tiskových zpráv, aktivní sociální sítě.



PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU

V roce 2022 bude dán důraz na produkty cestovního ruchu a to již existující, u kterých proběhne aktualizace a rozšíření a také značná část bude věnována novým produktům cestovního ruchu.

Na kole Českou Kanadou

V rámci tohoto produktu již existují doporučené trasy a v roce 2022 dojde ke kompletaci produktu cestovního ruchu a to pomocí tipů na ubytování a občerstvení na trasách. Pro tento produkt budou osloveny i servisy jako doplňková služba.

Pro komunikaci tohoto produktu budou využity sociální sítě, online prostor a inzerce.

E-Bike region

V návaznosti na výše uvedený produkt vznikne nabídka tras určených pro elektrokola. Proběhne i ucelení informací o existujících nabíjecích stanic v turistické oblasti a budou vytipována ubytování. V rámci příprav tohoto produktu vznikne i vytipování míst, která by byla vhodná pro vytvoření nabíjecích stanic - nejlépe v blízkosti atraktivit, ubytovacích a stravovacích zařízení.



Dětská Kanada

Pro velký úspěch ze strany malých klientů dojde k pokračování tohoto produktu ve stejné podobě jako v letech předchozích. Principem tohoto produktu je sbírání razítek u zapojených subjektů a za získaná razítka získávají děti cenné odměny na informačních centrech. V roce 2022 je v plánu rozšíření nabídky i o možnost ubytování a občerstvení.

Pilotní průzkum ukázal, že malé návštěvníky oslovují konkrétní události s dětskými hrdiny, se kterými se chtějí ztotožňovat, napodobovat je, a proto je v plánu vznik příběhu kreslených postaviček „kamarádů Katky a Čendy“, kteří dětské návštěvníky provedou krásami místa České Kanady. Kreslení kamarádi se budou prezentovat klientům přes sociální sítě, rádio i webové portály, které cílí na dětskou klientelu.



Stezka Českou Kanadou

V roce 2022 bude uvedena novinka, která cílí na turisty pro pěší turistiku. Představení daného produktu bude provázeno tiskovou konferencí a nabídkou pro novinářské cesty na 2 dny, která umožní nasát atmosféru médiím k dané tématice. Následně dojde k upoutání pozornosti na produkt přes sociální sítě, PPC reklamou a inzercí v časopisech s pěší tematikou.

Tradice

V rámci přípravy dalšího produktu se zaměříme tradice v turistické oblasti Česká Kanada. V první řadě budou shromážděny informace o existujících tradicích a muzeích, které souvisí s daným tématem. Při přípravě vznikne nabídka cestovního ruchu, která bude představena veřejnosti na sociálních sítích a na webové stránce v roce 2022.

NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU



Turistické noviny

V následujícím roce uvedeme na trh znovu turistické noviny, které v uplynulých letech měly úspěch. Turistické noviny budou vydány před letní turistickou sezonou. Součástí turistických novin budou i uvedené kulturní akce a další akce, které se v turistické oblasti dějí.

Další nabídky cestovního ruchu

Turistická oblast Česká Kanada nabízí nespočet možností k využití volného času a k vytvoření zajímavého plánu pro víkendovou i týdenní dovolenou. V této návaznosti vzniknou dílčí nabídky, které mohou návštěvníci využít při svých návštěvách turistické oblasti Česká Kanada.

Nabídky budou vytvořeny nejen dle segmentace návštěvníků, ale i dle poptávky na různá témata.

NOVĚ PLÁNOVANÉ AKTIVITY

Distribuční plán

Distribuční plánem chceme nově zabezpečit mapování distribuování materiálů a jejich systematické rozměšňování do sledované oblasti. Distribuční plán bude vytvořen na základě dosavadních zkušeností a jeho finální podoba by měla být uveřejněna v únoru. Poté budou prospektové materiály distribuovány dle stanoveného plánu.

Nový kolega pro sociální sítě

Pro aktivní a živou komunikaci s veřejností bychom rádi přivítali do týmu nového kolegu, jehož hlavní aktivitou bude zabezpečování aktivní práce na sociální síti (FB, Instagram) a webových stránek Česká Kanada a jižní Čechy. Věříme, že pod vedením produktového manažera a partnerů nám další kolega pomůže dostát našich stanovených závazků.

Analýza zákazníka

Připravujeme se zaměřit na zpracování analýzy „našeho zákazníka“ neboť si uvědomujeme, jak důležité je správně cílit s vybranými produkty na vyprofilovanou skupinu zákazníků. V následujícím období bychom rádi definovali „podobu“ našeho zákazníka, na základě čehož bychom mohli blíže působit na klienta a to například z pohledu cílených nabídek.



PŘEHLED MARKETINGOVÝCH AKTIVIT

Print, press

Tisková konference

Tisková zpráva

Inzerce

PR články

› Obecné: MF Dnes, Barbar

› Specializované: COT, Kam po Česku, Tim

Online

Online reklamy - bannerové, PPC

Webové stránky

› Česká Kanada, jižní Čechy

Sociální sítě

› FB Česká Kanada, FB jižní Čechy

› instagram Česká Kanada

Rádio

reklamní kampaň

› Středočeský kraj a dle nabídek

TV

pořad Běžkotoulky

› Česká televize

Press a fam trip

novinářská cesta - Stezka Českou Kanadou

press a fam trip ve spolupráci s JCCR

Veletrhy

Holiday World Praha a dle aktuální nabídky



Destinační management Česká Kanada, z.s.
Klásterská 135, 377 01 Jindřichův Hradec
www.ckanada.cz