

KLADSKÉ
POMEZÍ

AKČNÍ PLÁN

TURISTICKÁ OBLAST KLADSKÉ POMEZÍ

2024



Dokument byl zpracován na základě Marketingové strategie pro destinaci Kladské pomezí, schváleno na jednání správní rady Kladské pomezí, o.p.s. dne _____ a na Valné hromadě Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí, z. s. dne _____ 2023.

Zpracovala: Lenka Lembejová, Markéta Venclová

OBSAH

Strategický cíl A	
1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci	4
1.1. Tvorba finančních zdrojů	4
1.2. Upřesnění organizační struktury destinace	4
1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu	5
Vnitřní komunikace	5
1.4. Zdokonalení informačního systému	5
Média	5
1.5. Rozvoj lidských zdrojů	6
Školení zaměřené na zvyšování odbornosti v CR	6
Strategický cíl B	
2. Vytvoření ucelené a konkurenceschopné nabídky	7
2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace	7
Ski_kladskepomezi.cz	7
Kladské pomezí na vlně	7
2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny	8
Toulavý bařoh	8
Karel Čapek	8
Božena	8
Kladské pomezí na vlně	9
Strategický cíl C	
3. Zvýšení účinnosti marketingu CR	10
3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR	10
Vlastní webová prezentace	10
E – marketing	10
Aktivity zahrnuté do projektu Voda	10
Účast na veletrzích a regionálních akcích	10
Tištěná propagace	11



Regionální produkt – Kladské pomezí	12
3. 2. Hodnocení kvalitativních parametrů	12
3. 3. Hodnocení kvantitativních parametrů	12
4. Vysvětlivky	13
5. Přílohy	14
5.1. Stručný přehled aktivit na sezonu 2024	14



STRATEGICKÝ CÍL A

RACIONALIZACE ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU A VYTVOŘENÍ SYSTEMATICKÉHO PARTNERSTVÍ AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI

1.1. TVORBA FINANČNÍCH ZDROJŮ

- Spolupráce s KHK – grantová politika – podpora destinačního managementu, úprava lyžařských běžeckých tratí.
- Strukturální fondy EU a granty – Kladské pomezí na vlně
- Osvěta vůči místním samosprávám – prezentace přínosů CR
- Aktivní oslovování nových členů Svazu CR
- Komunikace s KHK a KKCCR, budování spolupráce

Dílčí cíle: stabilizace finančního zajištění aktivit destinační společnosti, zvýšení autority organizace

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Kladské pomezí, o.p.s. osobní náklady

1.2. UPŘESNĚNÍ ORGANIZAČNÍ STRUKTURY DESTINACE

Na základě kladného stanoviska a získání splnění požadavků pro udělení certifikátu v kategorii Oblastní organizace destinačního managementu zavazuje organizaci k dodržování podmínek. Jedná se zejména o 3K platformu, sledování ukazatelů o výkonnosti destinace a další činnosti týkajícího se marketingu.

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

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: průběžně

Zdroje: vlastní rozpočet 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
- Vytvoření 3K platformy
- Léto v Kladském pomezí – konference k představení novinek před zahájením turistické sezony
- Setkání pracovníků informačních center 2 x ročně, průběžná komunikace při tvorbě produktů, doložení aktivního partnerství s certifikovanými IC pro potřebu Kategorizace DMO
- Naplňování strategie pro destinaci Kladské pomezí 2021-25
- Komunikace s partnery mimo certifikované území KP – Adršpach, Suchý Důl, Teplice nad Metují

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 OPS viz. osobní náklady

1.4. ZDOKONALENÍ INFORMAČNÍHO SYSTÉMU

Média

- Správa profilu na Facebooku a Instagramu, přednostní uveřejňování příspěvků členů a sdílení jejich zpráv, on-line propagace příspěvků
- Vydávání elektronického bulletinu 4 x ročně – rozesílání na 2 tis. adres
- Správa a aktualizace portálu ski.kladskepomezi.cz, toulavybatoch.cz, www.kladskepomezi.cz, karelcapek.cz - zajištění každoroční aktualizace a doplnění
- Prohloubení spolupráce s médii – pravidelné zasílání TZ, 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 OPS + DPP viz. osobní náklady

Aktivity zahrnuté do připravovaného projektu Kladské pomezí na vlně

- Aktualizace webu toulavybatoh.cz - začlenění míst souvisejících s projektem, propojení administrace pro PL stranu
- Marketingová kampaň – PPC kampaň, kampaň na soc. sítích, videospoty
- Přípravy na zpřístupnění administrace webu www.kladskepomezi.cz pro polskou stranu

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce a nabídce destinace

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS + DPP viz. osobní náklady, Interreg V-A – KP na vlně

1.5. ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ

ŠKOLENÍ ZAMĚŘENÉ NA ZVYŠOVÁNÍ ODBORNOSTI V CR

- Jazykové kurzy polského jazyka, využití nabídek ze strany Czech Tourism a okolních destinací (např. marketing, tvorba zážitkového cestovního ruchu, udržitelný turismus, sociální sítě, měření efektivity marketingu)

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

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady + projektový fond



VYTVOŘENÍ UCELENÉ A KONKURENCESCHOPNÉ NABÍDKY

2.1 VYTVOŘENÍ ASOCIAČNÍCH PRODUKTŮ DESTINACE

SKI_KLADSKEPOMEZI.CZ

Projekt nabízející souhrn služeb pro zimní aktivity. Údržba lyžařských běžeckých tratí v 9 lokalitách. Celkem 298 km tratí. Způsoby propagace:

- Provoz webu ski.kladskepomezi.cz, informace v tištěném turistickém magazínu Zima v Kladském pomezí, soc. sítě

Dílčí cíle: zmírnění dopadu sezónnosti, rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky

Odpovídá: ředitel

Termín: září / říjen – setkání s provozovateli tratí v jednotlivých střediscích, prosinec–únor
úprava tratí, duben-květen – vyhodnocení

Zdroje: dotace KHK, provozovatelé tratí, vlastní zdroje

Aktivita zahrnuté do projektu (VODA) Na vlně

KLADSKÉ POMEZÍ NA VLNĚ

V případě podpoření projektové žádosti bude tříletý projekt navazovat na novou strategii s důrazem na vodní nádrž Rozkoš a téma vody jako takové (prameny, studánky, lázně, vodní sporty) - marketing, konference před zahájením sezony, web, tiskovina – image materiál, materiál pro rodiny s dětmi, videa, fotobanka

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

Odpovídá: PM, ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS – projekt Interreg V-A – VODA



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 magazínu LÉTO V KLADSKÉM POMEZÍ.
- Dotisk ilustrované mapy PL pro děti se soutěží na sbírání razítek

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, úprava vizuálu, úpravy webu) TB

KAREL ČAPEK

Turistický produkt Čapek představuje nabídku cestování s čapkovskou tematikou a zprostředkovává zábavnou formou široké veřejnosti odkaz Karla Čapka a jeho sourozenců.

Dále bude zpracován návrh na projekt navazující na předcházející s městy a obcemi s primárním cílem dotisku tiskoviny ČAPEK v novém vizuálu. Propagace zhotoveného videa v on-line kampani.

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

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: rozpočty obcí zapojených do projektu

BOŽENA

Produkt, který pokračuje v linii představování významných literátů našeho regionu, tentokrát spisovatelky Boženy Němcové. Bude průběžně aktualizována sekce na webu a produkt bude propagován v rámci webu a sociálních sítí.



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

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: rozpočty obcí zapojených do projektu

KLADSKÉ POMEZÍ – NA VLNĚ

Hlavním cílem bude navázat na nově vytvořenou strategii s důrazem na vodní nádrž Rozkoš a téma vody jako takové. Výstupy projektu budou marketingová kampaň v podobě PPC kampaně, kampaně na soc. sítích, videospoty, fotobanka, materiál pro rodiny s dětmi a oboustrannou dvoujazyčnou mapu.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu (generace mileniálů a rodiny s dětmi)

Odpovídá: PM

Termín: leden – prosinec

Zdroje: rozpočet projektu Interreg V-A



STRATEGICKÝ CÍL C

ZVÝŠENÍ ÚČINNOSTI MARKETINGU CR

3.1 TVORBA IMAGE DESTINACE A DOBUDOVÁNÍ JEJÍ ZNAČKY V CR

VLASTNÍ WEBOVÁ PREZENTACE

www.kladskepomezi.cz, www.toulavybatoch.cz, ski.kladskepomezi.cz, karelcapek.cz, festivalzazitku.cz .

Dílčí cíle: tvorba image destinace, nová komunikační kampaň vyplývající z nové strategie

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS

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 NA VLNĚ

- PPC reklama, kampaň na soc. sítích, aktualizace webu, videospoty

Dílčí cíle: tvorba image destinace, snaha o zvýšení návštěvnosti webu

Odpovídá: ředitel

Termín: 31. 12. 2024

Zdroje: Interrerg V A, rozpočet OPS - režijní náklady

ÚČAST NA VELETRZÍCH A REGIONÁLNÍCH AKCÍCH

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



Účast na regionálních akcích: Jiráskův Hronov, MFF Červený Kostelec, Kuronské slavnosti, Mise Velichovky – další bez personální účasti (dle potřeby členů, zapůjčení stanů)

Dílčí cíle: tvorba image destinace, snaha o zvýšení návštěvnosti webu

Odpovídá: ředitel

Termín: 31. 12. 2024

Zdroje: rozpočet OPS - podpora KHK

TIŠTĚNÁ PROPAGACE

TURISTICKÝ MAGAZÍN LÉTO/ZIMA V KLADSKÉM POMEZÍ

Tištěný magazín – distribuce – průběžně – náklad 10 000 ks (letní + zimní) – společné vydání

Dílčí cíle: zprostředkování aktuálních informací z oblasti cestovního ruchu, rozšíření nabídky

Odpovídá: šéfredaktor

Termín: vydání do konce dubna

Zdroje: inzerce

KATALOG UBYTOVÁNÍ A SLUŽEB

On-line nabídka ubytovacích kapacit z celého regionu. Inovovaný katalog na www.kladskepomezi.cz s možností tisku a selekce jednotlivých oblastí regionu. Členové uvedení v rozšířené verzi zdarma.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, tvorba ucelené nabídky

Odpovídá: PM

Termín: 1 x za rok, leden/únor 2024

Zdroje: inzerce

IMAGE MATERIÁL

Návrh konceptu, grafika – předpokládaný tisk na sezonu 2025. Zhotovení image materiálu představením jednotlivých atraktivit s akcentem na téma vody. Náklad 15 000 ks. Jazykové verze: CZ, PL, DE, EN.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, tvorba ucelené nabídky, oslovení zahraniční klientely

Odpovídá: PM

Termín: září – prosinec 2024 (koncept, grafika), leden-březen 2025 (tisk a distribuce)

Zdroje: rozpočet o.p.s. (projektový fond) 2024 + 2025



POLSKÝ PRŮVODCE – KLADSKÉ POMEZÍ

Zapojení se do tvorby polského průvodce vydávaného nakladatelstvím Pressforum v podobě textů a fotografií . Náklad 10 000 ks. Jazykové verze: CZ, PL.

Dílčí cíle: zvýšení povědomí o destinaci a její ucelené nabídky v Polsku, oslovení zahraniční klientely

Odpovídá: PM

Termín: září – prosinec 2024 (koncept, grafika), leden-březen 2025 (tisk a distribuce)

Zdroje: rozpočet o.p.s. (projektový fond) 2024 + 2025

REGIONÁLNÍ PRODUKT – KLADSKÉ POMEZÍ

Navázání na vytvoření certifikace Regionální produkt – Kladské pomezí. 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 OPS – osobní náklady

3.2 HODNOCENÍ KVALITATIVNÍCH PARAMETRŮ

Pro hodnocení budou použita data na úrovni regionu viz. Tourdata.

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: rozpočet OPS – osobní náklady

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.

Vytvoření systému sledování ukazatelů cestovního ruchu o vývoji destinace v souladu s požadavky ke Kategorizaci organizací destinačního managementu



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

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

4. VYSVĚTLIVKY

Seznam zkratk a pojmů

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

ČSKS – Český systém kvality služeb

BN – Božena Němcová

DM – destinační management

DMO – destinační management oblasti

DPP – dohoda o provedení práce

EU – Evropská unie

FB – facebook

HK – Hradec Králové

IC – informační centrum

KHK – Královéhradecký kraj

MAS – Místní akční skupina

MHD – místní hromadná doprava

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

NPPCR – Národní program podpory cestovního ruchu

PM – projektový manažer

PPC – Pay Per Click – reklama v internetových vyhledávačích za prokliknutí na web

PR – public relations – práce s veřejností

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

TB – Toulavý bařoh

TZ – tiskové zprávy



5.1 STRUČNÝ PŘEHLED AKTIVIT NA SEZONU 2024 DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI PRO KLADSKÉ POMEZÍ, O.P.S. (CHRONOLOGICKY)

PŘÍLOHA K AKČNÍMU PLÁNU 2024 PRO TURISTICKOU OBLAST KLADSKÉ POMEZÍ

- **ÚPRAVA LYŽAŘSKÝCH BĚŽECKÝCH TRATÍ – PROSINEC 2023/ÚNOR 2024**
Realizace projektu na údržbu lyžařských běžeckých tratí v sezoně 2023/2024. Zajištění elektronické evidence úpravy stop.
- **KATALOG UBYTOVÁNÍ – ÚNOR 2024**
On-line nabídka s prezentací ubytovatelů v rámci celého regionu spojená s novou vizualizací sekce „ubytování“ na webu kladskepomezi.cz a novou administrací pro ubytovatele a infomační centra.
- **NÁSTĚNNÉ MAPY**
Inovace vizuálu nástěnných map, zhotovení nabídky pro zájemce a její propagace. Postupná výměna tabulí ve starém vizuálu za nové v rámci celého regionu.
- **ČAPEK – 2024**
Dotisk aktualizované tiskoviny ČAPEK a marketing ve spolupráci s KKCCR a městy zapojenými do projektu. Průběžná aktualizace a plnění webu s čapkovskou tematikou v rámci Královéhradeckého kraje, nabídka výletů a pobytů, spolupráce se soukromým sektorem a zpracování nabídky navazující na předešlou spolupráci pro města a obce. Rozšíření produktu mimo území KHK.
- **BOŽENA –2024**
Produkt, který pokračuje v linii představování významných literátů našeho regionu konkrétně Boženy Němcové. Průběžná aktualizace webu a nabídky produktů.
- **VYDÁNÍ TURISTICKÉHO MAGAZÍNU – DUBEN, 2024**
Vydání magazínu, který bude navazovat na v loňském roce inovovaný vzhled, formát i koncept tiskoviny s rozšířením stran a doplněním sekce věnované zimě.



- **LÉTO V KLADSKÉM POMEZÍ 2024 – PŘEDSTAVENÍ SEZONNÍCH NOVINEK – KVĚTEN 2024**
Konference před zahájením turistické sezony s představením novinek na sezonu 2024 jednotlivými aktéry cestovního ruchu.
- **SETKÁNÍ INFORMAČNÍCH CENTER – DUBEN, ŘÍJEN 2024**
Dvakrát ročně probíhá setkání IC za účelem výměny informací a distribuce propagačních materiálů. Místa setkání jsou zvolena podle nově zpřístupněných nebo rekonstruovaných cílů pro návštěvníky za účelem jejich představení pracovníkům informačních center.
- **TOULAVÝ BAŤOH – KVĚTEN–ZÁŘÍ 2024**
Realizace projektu pro rodiny s dětmi v podobě vydání ilustrované mapy, sezonní soutěže, spolupráce s Rodinnými pasy.
- **KLADSKÉ POMEZÍ NA VLNĚ 2024 – PRŮBĚŽNĚ**
Realizace výstupů tříletého přeshraničního projektu : marketingové aktivity, tiskoviny, akce, školení, mobilní aplikace fungující jako audioprůvodce,
- **CERTIFIKACE A PROPAGACE REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ – PODZIM 2024**
Certifikace nových regionálních výrobků a jejich propagace.
- **SPOLUPRÁCE S INSTITUCEMI – PRŮBĚŽNĚ**
Podílení se na aktivitách Královéhradeckého kraje, spolupráce s Czech Tourismem 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.
- **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

- 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.

