

**Marketingový plán –
destinační společnosti Jihočeský venkov, z.s.
a Turistické oblast PodKletí**

Vize turistické oblasti PodKletí 2015 - 2020:

Vybudovat komunikující destinaci a její management.

Zviditelnit venkovskou oblast PodKletí jako destinaci pro rodinný cestovní ruch a příměstskou turistiku v krásné přírodě „Kletí na dohled“.

Nabídnout autentický jihočeský venkov
jako místo pro dovolenou, výlety i zážitek.

Vize turistické oblasti PodKletí 2015 - 2020:

Vybudovat komunikující destinaci a její management. Zviditelnit venkovskou oblast PodKletí jako destinaci pro rodinný cestovní ruch a příměstskou turistiku v krásné přírodě „Kleti na dohled“. Nabídnout autentický jihočeský venkov jako místo pro dovolenou, výlety i zážitky.

Na základě naší vize jsme definovali následující cílové skupiny.

1. Cílové skupiny:

Rodiny s dětmi – prototypem je klasická rodinná dovolená, která zahrnuje indoor/outdoor aktivity, jež se dají provozovat s dětmi.

Děti hrají velkou roli při sestavování programu rodinné dovolené a plánování termínů.

Nicméně se hledí také na odpočinek rodičů, kteří v ideálním případě mohou na čas vypustit bez obav své děti, aby si chvíle volna užili jak děti, tak i rodiče.

Ideálním programem pro utužení rodinných vztahů jsou společné zážitky, společné aktivity.

Do této skupiny se řadí také podskupina prarodičů s vnoučaty.

Klíčová slova: #rodina #deti #dovolena #holiday

Páry – tento segment zahrnuje partnery bez dětí; buď ty, kteří ještě děti nemají a chtějí objevovat nové lokality a zážitky, nebo ty, kteří chtějí aktivně strávit volný čas bez dětí aktivitami, které jsou pro děti neatraktivní nebo náročné (např. sportovní).

Velmi často jde o páry, u kterých jsou partneři vystaveni každodennímu stresu, hledají odpočinek, relax a oddech, na chvíli se zastavit a užít si klidu a momentů, kdy si mohou dovolit odložit mobily.

Klíčová slova: #pary #couple #aktivnidovolena

Senioři – jde o páry, ale velmi často také skupiny přátel; kteří mají již dospělé děti a mají dostatek volného času na aktivity, na které dříve neměli čas nebo ani peníze.

Kromě klasické představy o seniorech je nutné si uvědomit, že existuje velká skupina „mladších“ aktivních seniorů, kteří si nedovedou představit pasivní trávení času a vyhledávají například i náročnější sportovní vyžití.

Obecně - velmi často jejich aktivity souvisí s návratem ke vzpomínkám „z mládí“, dohání to, co zanedbali, objevování nebo znovuobjevování míst a památek. Opět mají čas vyzkoušet a

poznat něco nového. Mají chuť cestovat ve skupinách, obnovovat přátelské vazby, často kladou důraz na dobré časy „za mlada“.

Nespěchají, užívají si momentu.

Zájem o péči o zdraví těla a mysli: wellness, lázeňství, pobyt na čerstvém vzduchu, zájem o církevní hodnoty, spiritualita, poutě.

Klíčová slova: #sedyturismus #seniori #seniors

Skupiny přátel – tento segment můžeme rozdělit do třech podskupin na výlučně mužskou, výlučně ženskou a smíšenou skupinu, podle těchto specifik se pak bude lišit i náplň trávení volného času.

U všech skupin můžeme klást důraz na posilování přátelských vazeb a potřebu společných zážitků.

U mužských skupin lze předpokládat, že si chtějí odpočinout od svých poloviček a užít si ničím nerušený pobyt, větší zaměření na sportovní aktivity – cyklistika, turistika, vodáctví, lyže, adrenalinové sporty.

U ženských skupin můžeme přidat i pohodovou dovolenou spojenou s wellness a péčí o tělo a mysl.

Klíčová slova: #pratele #friends #party

Školní výlety – slušný potenciál pro TO PodKletí má i segment školních výletů. Ty se každoročně pořádají zejména během května a června a rovněž začátkem září (tzv. adaptační pobyty), avšak konají se i během školního roku (především tematické akce a aktivity).

Vedení školy a učitelé často hledají vhodná a dosud neprozkoumaná místa, konzervativní naopak dlouhodobě využívají osvědčenou kapacitu a program.

Zážitkový tip: chtějí se svými žáky a studenty zažít neotřelý zážitek, který by si zúčastnění pamatovali.

Odpočinkový tip: přejí si prožít příjemné a klidné chvíle, které jsou (i pro ně) odměnou na celoroční práci ve školních lavicích.

Klíčová slova: #student #vylet #schooltrip

Pracovní cesty – společnosti i nadále vysílají ve velkém své zástupce po celé republice, případně i po světě. Proto nelze na tuto skupinu zapomínat. I ta má své přání a potřeby a jejich využití skýtá vysoký potenciál.

Obchodním zástupcům firem musí být nabízeny služby na jisté společenské a kvalitativní úrovni, kterou není radno podceňovat.

Klíčová slova: #teambuilding #workshop #business

1.1 Zhodnocení stávajících cílových skupin

Zvolení cílových skupin vychází z dlouhodobé strategie a běžné praxe, zůstává shodné jako v předchozích letech. Toto zacílení se osvědčilo a přístup k segmentům průběžně aktualizujeme a mírně upravujeme dle požadavků a situace. V rámci mezinárodního zacílení a jeho rozšíření budeme využívat klíčová slova i v angličtině a částečně v němčině.

1.2 Využití klíčových slov pro webové stránky

Pro webové stránky se klíčová slova oproti sociálním sítím liší. Proto je třeba tyto dva kanály částečně oddělit. Na webových stránkách je důležité zdůraznit celou destinaci, turistickou oblast, provázanost s geografickým územím, typické rysy, které si uživatel internetu zadá do vyhledávače. Z toho vyplývá, že klíčová slova by měla být následující:

#jiznicechy #jihoceskyvenkov #podkleti #pohoda #venkov #selskebaroko

----- *

Na základě naší vize jsme definovali také hlavní produktové linie.

2. Produktové linie:

2.1 Jihočeský venkov tradiční – selské baroko na každém kroku

Téma zaměřené na objevování památek a na kulturní vyžití.

Lokalita TO PodKletí je výrazně spjata se selským barokem.

V rámci Jihočeského venkova jsou významnou dominantou Holašovice zapsané na seznamu kulturního dědictví UNESCO, což je ovšem jen část toho, co lze návštěvníkům TO nabídnout, v regionu je řada dalších vesnických památkových rezervací a zón. Selské baroko doslova na každém kroku. Hlavní myšlenkou je oživení tématu selského baroka a upravit jej tak, aby zaujalo širokou veřejnost, od těch nejmenších návštěvníků až po seniory.

- hravé poznávání - souhrn aktivit (hry, tvořivé dílny, papírové skládačky, omalovánky, pohádky...) zaměřených na ty nejmenší, kde nenásilnou formou získají naučné informace o navštívených památkách.

- poznávání barokně zvládnuté jihočeské krajiny a venkovských památek ze sedla kola, cykloturistika kolem selského baroka

- kultura: selské slavnosti, slavnosti v „kulisách“ selského baroka
- osobnosti, historie, církevní památky
- po filmových stopách, památky

Potřebné zdroje informací:

- Itineráře tras krajinou (pěší, cyklo)
- Kalendář festivalů a slavností
- Nabídka tvůrčích dílen a jejich zaměření
- Seznamy památek a pamětihodností (provozní informace, akce)
- Akce/ aktivity pro děti

Spolupráce:

- pořadatelé akcí (kultura, sport, festivaly, slavnosti)
- vlastníci a provozovatelé památek a pamětihodností
- informační centra
- místní průvodci
- JCCR (promo - publikační činnost, FB, Instagram, www, veletrhy, akce, CI)
- CzechTourism (prospektový servis: zahraniční zastoupení, veletrhy; CI)
- NPÚ (zámek Kratochvíle, klášter Zlatá Koruna)

Klíčová slova: #tradice #selskebaroko #Holasovice

2.2 Jezte a pijte v jihočeském venkově – Turistická oblast PodKletí pohostinná

Nezbytná část každého výletu či dovolené – jídlo a pití.

Turistická oblast PodKletí nabízí svým návštěvníkům širokou škálu možností, kde mohou ochutnat tradiční jídla, která se odjakživa na jihočeském venkově podávala. Na jaře se v řadě obcí pořádají tradiční masopusty, kde se to dobrým jídlem a pitím jenom hemží. Nezahálí se ani o Velikonocích. Chybět nemohou oblíbené zabijačky. Zabijačkové pochoutky patří k delikatesám jihočeského venkova.

Když rok postoupí, přihlásí se o slovo klasická svatomartinská husa, která se na jihočeském venkově tradičně podává se svatomartinským vínem. Když domy provoní purpura, snad nikde se nejl tak poctivě a chutné vánoční cukroví, jako v jihočeském venkově.

Dobře se najít je jeden z hlavních předpokladů pro pohodovou dovolenou. Představit jihočeskou kuchyni jako poctivou, tradiční a založenou na místních potravinách. Důležitým faktorem je kvalita jak jídla, tak obsluhy a její přístup k zákazníkům (certifikovaná restaurační zařízení). Proto není možné nabízet zákazníkům nekvalitní služby, které by je naopak odradily od opakované návštěvy turistické oblasti.

Potřebné zdroje informací:

- katalog restaurací a pohostinských zařízení
- kalendář pořádaných kulinářských akcí
- speciality jihočeského venkova

Spolupráce:

- pohostinská zařízení
- pořadatelé akcí
- JCCR (promo - publikační činnost, FB, Instagram, www, veletrhy, akce, CI)
- CzechTourism (prospektový servis: zahraniční zastoupení, veletrhy; CI)

Klíčová slova: #gastronomie #tradice #foodanddrink

2.3 Aktivní pohoda – pohodové aktivity

V autentických krajinách Jihočeského venkova se dá skvěle aktivně odpočívat jak v létě, tak i v zimních měsících. Návštěvníci si tak mohou vybrat ze široké nabídky outdoorových aktivit jako pěší turistika či cykloturistika a podnikat výlety po značených naučných stezkách, upravených cyklostezkách nebo jen tak do přírody. K zapůjčení jsou elektrokola nebo koloběžky. Vyplatí se s sebou vzít i in-line brusle. Pohodu na vodě si vychutnáte z raftů nebo kánoí, ale také paddleboardy, to vše si vychutnáte na romantickém úseku řeky Vltavy ze Zlaté Koruny až do Boršova nad Vltavou. Vodních ploch určených k rekreaci je tu dostatek. Děti (i dospělí) se mohou vyřadit na plovárně a koupalištích. Indoorové aktivity nabízejí zábavu za každého počasí (lukostřelba, bowling, wellness...)

V zimě je možno podnikat výlety zasněženou přírodou nebo navštívit některé z lyžařských středisek. Nabízejí totiž ideální podmínky pro začátečníky a nenáročné lyžaře. Najdou se i vhodné trasy na běžky. Pokud je zima tuhá, je třeba vytáhnout brusle a na některém z mnoha rybníků v oblasti je možno si zabruslit.

Co vše si můžeme představit pod pohodovými aktivitami...? Kolo, pěší výlet, aktivní dovolená, k vodě, na vodu.

Zdroje informací:

- NJC
- pořadatelé akcí
- JCCR (promo - publikační činnost, FB, Instagram, www, veletrhy, akce, CI)
- CzechTourism (prospektový servis: zahraniční zastoupení, veletrhy; CI)
- vlastníci a provozovatelé zařízení
- KČT

Klíčová slova: #aktivity #vltava #sport

2.4 Pohodový venkov – venkovská pohoda

V dnešní uspěchané době jen těžko hledat místa, o kterých můžeme říct, že se tam zastavil čas. Vydáte-li se ale na jihočeský venkov, čisté ovzduší na vás dýchne atmosféru nezkaženého způsobu života. Nechte se nakazit místním klidem a pohodou a alespoň na pár dní hod'te za hlavu každodenní starosti.

Možnosti trávení času na venkově jsou různé. Někdo vyhledává ubytování v soukromí a odtržení od civilizace, další se chce ponořit do vesnického dění a vyzkoušet si, jak se žije „jinak“.

Agroturistika nabízí autentické zážitky, kdy si zájemci mají možnost vyzkoušet na vlastní kůži hospodářské práce. Přímý kontakt se zvířaty ocení hlavně ti nejmenší. Přístup majitelů agrofarem je ke každému návštěvníkovi individuální, a tak panuje rodinná atmosféra, která přináší silné zážitky. O tom, že nejkrásnější pohled na svět je z koňského hřbetu, se mohou přesvědčit zájemci o hipoturistiku.

Vesnické slavnosti jako jihočeská konopnická nebo dožínky mají své kouzlo a hlavně lidé z měst budou překvapeni atmosférou takových eventů. Tradiční zabijačka může být pro někoho šokující, ale je to součást venkovského života.

Každý návštěvník jihočeského venkova samovolně pocítí krásu a autentičnost této pohodové oblasti. K jihočeskému venkovu neodmyslitelně patří i rybaření a houbaření.

Co vše si můžeme představit pod pohodovými aktivitami...? Pomalá turistika – toulky přírodou, tajemno, pohádky, rybáři, relax, koupání, lenošení

Zdroje:

- Regionální agrární komora
- Jihoceskehipostezky.cz
- www.jihoceskyvenkov.cz

- pořadatelé akcí
- JCCR (promo - publikační činnost, FB, Instagram, www, veletrhy, akce, CI)
- CzechTourism (prospektový servis: zahraniční zastoupení, veletrhy; CI)
- vlastníci a provozovatelé zařízení

Klíčová slova: #autenticky #venkov #pohoda

2.5 Zhodnocení stávajících produktových linií

Na základě vize a charakteru oblasti zůstávají produktové linie zachovány. Jde o hlavní produktové linie, na nichž se staví a z nichž budou vycházet další produkty. Cílem je tvorba kvalitních produktů, s využitím novinek a trendů a nových technologií.

----- *

Na základě identifikace cílových skupin a hlavních produktových linií destinace vznikla tato matice.

3. Zacílení témat na jednotlivé segmenty:

	Mladí lidé 18+	Dospělí 25-40	Rodiny s dětmi 25-50	Dospělí 40+	Senioři 55+	Tuzemské firmy
Památky						
Pivní stezky						
Aktivní dovolená						
Rybářské zážitky						
Myslivecké zážitky						
Běžecské trasy						
Filmové toulky						
Lázně a relaxace						
Rodinná dovolená						
Pohádky						

	Rodiny s dětmi	Páry	Senioři	Skupina přátel	Školní výlety	Pracovní cesty
Památky						
Pivní stezky						
Aktivní dovolená						
Rybářské zážitky						
Myslivecké zážitky						
Běžecské trasy						
Filmové toulky						
Lázně a relaxace						
Rodinná dovolená						
Pohádky						

PREFEROVANÁ OBLAST CÍLOVÉ SKUPINY

VYSOKÁ PRAVDĚPODOBŇNOST NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

POTENCIÁLNÍ OBLAST PRO NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

MINIMÁLNÍ POTENCIÁL PRO UPLATNĚNÍ U CÍLOVÉ SKUPINY

3.1 Zhodnocení zacílení témat na jednotlivé segmenty

Z dlouhodobého hlediska se zacílení témat na jednotlivé segmenty nemění. Zájmy jednotlivých segmentů se však vyvíjejí a průběžně mění, což je důležité sledovat a nabídku tomu přizpůsobit v rámci produktů.

----- *

Další klíčovou otázkou jsou zdrojové trhy a nastavení marketingu vůči nim.

4. Trhy

- Zachovat: České Budějovice a okolí, jižní Čechy
 - Posílit: západní Čechy, střední Čechy, Praha, Vysočina
 - Cílit na: Moravu, Slezsko, Horní Rakousko, Dolní Bavorsko, Slovensko
- *

5. Komunikační mix

Cílová skupina, kterou chceme oslovit je celkem široká a bude proto nutné využít různé druhy komunikačních prostředků, abychom oslovili vybranou škálu cílových skupin a trhy:

5.1 Komunikační kanály

Webové stránky: web www.jihoceskyvenkov.cz, který od roku 2017 prošel technickou změnou, získal responsivní design a nově byly nastaveny RSS kanály. V roce 2018 proběhly další úpravy, uživatelé mohou využít mobilní aplikaci V Obraze, nechat si zasílat novinky e-mailem a další.

Plán do roku 2020: prodloužit průměrnou délku návštěv, snížit odchod ze stránek, zvýšit počet unikátních návštěv na 30 tisíc návštěvníků/rok. (v roce 2017 stav okolo 26 tisíc)

Plán na rok 2018: systematizace dat umístěných na webových stránkách, zřehlednění, zvýšení užitečných hodnot webu pro uživatele, posílení reklamní funkce www pro podnikatele, zahájit zpracování pravidelných newsletterů B2C a B2B, nastavení direkt mailingu

Průběžné zhodnocení plnění plánu: stav v roce 2018 se oproti roku 2017 více než zdvojnásobil, počet unikátních návštěvníků se přehoupl přes 60 tisíc za rok. Naopak příliš se nedařilo snížit odchod ze stránek a prodloužení průměrné délky návštěv. Z plánu na rok 2018 se podařilo splnit rozesílání pravidelných newsletterů, direkt mailing a systematizace dat umístění na webových stránkách. Testování aplikace B2C V Obraze. Naopak v jednání nadále zůstává reklamní funkce webu pro podnikatele.

Plán na rok 2019: zvýšení počtu unikátních návštěvníků na 75 tisíc návštěvníků na rok. Prodloužit pobyt uživatelů na webových stránkách. Pokračovat v rozesílání newsletterů, rozšíření databáze kontaktů pro direkt mailing. Dotáhnout myšlenku s reklamní funkcí webu pro podnikatele.

Sociální sítě:

Facebook: profil Jihočeského venkova – PodKletí příspěvky, fotky, videa, soutěže, hádanky, sdílené příspěvky, aktuality aj. Sledované ukazatele: počet sdílení, komentáře, interakce, počet fanoušků, počet příspěvků, frekvence zveřejnění příspěvků.

Plán do roku 2020: Dosáhnout 3000 To se mi líbí, zvýšit dosah příspěvků (v roce 10/2017 stav 2000 To se mi líbí)

Plán na rok 2018: Otestovat nové kampaně a soutěže s cílem zvýšení dosahu příspěvků, posílení reklamní funkce pro podnikatele

Zhodnocení plnění plánu: Vzhledem k velice úspěšné práci s uživateli sociálních sítí a jejich stále většímu rozmachu sociálních sítích, se tento stav podařilo naplnit již v březnu roku 2018. Na konci roku se tento stav vyšplhal až k 3800 fanoušků. Vytvoření stálých uživatelů, kteří si zvykli na systém zveřejňování příspěvků. Proběhly placené kampaně a soutěže, ke zvýšení dosahu příspěvků jednoznačně došlo, nikoliv organicky. Několikrát byl facebookový profil využit i pro reklamní funkce pro podnikatele.

Plán na rok 2019: Zvýšit počet fanoušků na 5000. Pokračovat ve struktuře oblíbených příspěvků, soutěže, kampaně, aktuality. Využití nových technologií.

Instagram: profil Jihočeského venkova – PodKletí: fotky, stories, videa. Sledované ukazatele: počet followerů, počet příspěvků, hashtagy, dosahy příspěvků, interakce.

Plán do roku 2020: Vzhledem k nedávnému založení postupné cíle, naučit se používat a také využívat nových funkcí, dosáhnout 700 sledujících (v roce 2017 stav okolo 70 sledující – krátce po založení)

Plán na rok 2018: Otestovat nové kampaně a soutěže s cílem zvýšení počtu followerů, otestovat reklamní potenciál instagramu; naučit se používat instagram dle zpracovaného interního manuálu a uživatelské příručky.

Zhodnocení plnění plánu: Dlouhodobý cíl se daří plnit. Pravidelné sdílení příspěvků tematicky a sezonně zaměřených, prezentování akcí a výstupů z nich. Na konci roku 2018 stav sledujících 260. Vytvoření uživatelské příručky pro interní účely proběhlo. V létě roku 2018 byly podpořeny dva fam tripy influencerů JCCR, nezaznamenaly jsme však žádné přímé dopady.

Plán na rok 2019: Pokračovat v nárůstu sledujících, postupně zvyšovat počet příspěvků. Využívat nové technologie. Zapojit nové kampaně a soutěže, zvýšit interakci s uživateli. Pokus o efektivní využití influencerů.

YouTube: profil Jihočeského venkova – PodKletí: videa, nové technologie. Sledované ukazatele: počet příspěvků, počet zhlédnutí, počet sledujících.

Plán do roku 2020: Začít daleko více využívat tuto sociální síť. Dosavadní videa mají počet zhlédnutí řádově v jednotkách. Dlouhodobě více prezentovat kanál turistické oblasti, natáčet zajímavá a netradiční videa. Pořádat soutěže.

Plán na rok 2018: Propagace kanálů pomocí ostatních sociálních sítí. Zveřejňovat videa v souvislosti s pořádáním jednotlivých akcí, jejich propagace a zajímavá a zábavná videa.

Zhodnocení plnění plánu: Dlouhodobě se nedaří využívat více a lépe tuto síť. Video sice postupně přibývají, avšak zvyšování jejich dosahu se příliš nedaří. Jednoznačnou hvězdou roku 2018 bylo využití nových technologií k vytvoření nového videa ve stylu 360* 8K, které je špičkově zpracované a díky kterému jsme získali značnou konkurenční výhodu.

Plán na rok 2019: Pořizování nových videí z akcí i turisticky atraktivních míst. Pracovat s novými technologiemi, větší propagace YouTube kanálu. Přihlášení videa 360* 8K do soutěže Zlatý erb.

Média: tištěná i elektronická, tematická periodika, spoty v rozhlase, spolupráce s krajskými i regionálními médii, budování korektních vztahů a partnerství, prezentace destinace, propagace pořádaných akcí

Plán na následující 1 – 3 roky: vytvoření media plánu na dané období

Plán na rok 2018: zpracovat interní manuál tvorby tiskových zpráv a jejich distribuce, standardizovat seznam mediálních partnerů, pozvat zástupce médií na vlastní akci (konference CR), zajistit alespoň 1x Den s Českým rozhlasem, spustit RSS

Zhodnocení plnění plánu: Plán byl z velké části naplněn. Tiskové zprávy byly tvořeny v jednotném stylu, úspěšně byl vytvořen seznam kontaktů na média. Konference CR proběhla v březnu roku 2018 ve Zlaté Koruně, v závěru roku byla natočena reportáž s Českým rozhlasem. Navíc proběhly 3 prezentace v letních měsících v Jihočeském deníku (všechny okresní mutace) – příloha Cesty z města. Dále placená reklama JCCR – informace o TOP akcích (Selské slavnosti Holašovice, Netolický jarmark, Slavnosti plodů), celostátní příloha MF Dnes.

Plán na rok 2019: Pokračovat ve spolupráci zejména s regionálními médii. Opět spolupracovat s Českým rozhlasem a Českobudějovickým deníkem, prezentovat vlastní akce v médiích se zaměřením v celostátních médiích.

Činnost B2B: pořádání a účast na eventech B2B, získávání kontaktů a vytváření kooperací

Plán na následující 3 roky: vytvoření plánu B2B na dané období

Plán na rok 2018: uspořádání vlastní mezinárodní konference B2B (03/2018), uspořádání Fóra cestovního ruchu TO Podkletí (10/2018), prezentace s JCCR na agrosalónu Země Živitelka, prezentace na akcích pořádaných v regionu TO, zahájení rozesílání newsletteru (1x měsíčně); uzavření dalších 10-20 partnerských smluv s lokálními a regionálními partnery; posílit marketing uzavřených partnerství prostřednictvím www.

Zhodnocení plnění plánu: Mezinárodní konference v březnu proběhla, naopak podzimní nebyla realizována z důvodu nezájmu (kolize termínu s obecními volbami). Pravidelně od 01/2018 je rozesílán jedenkrát měsíčně newsletter, probíhá další spolupráce s partnery a její rozšiřování.

Plán na rok 2019: Uspořádání fóra CR (2x), rozesílání newsletteru (1-2x měsíčně), posilování partnerských vztahů a navázání nových partnerství. Vznik interní pracovní skupiny. Prezentace s JCCR – f.re.e Mnichov, Linzer City Ring, TravelFest a TravelCon ČB. Zprovoznění e-shopu.

Činnost B2C: billboardy, pořádání či spolupřádání eventů

Plán na rok 2019: Navázat na billboardové kampaně z předchozích let, kdy byly jejich prostřednictvím propagovány jednotlivé akce. Pokračovat v pořádání či spolupřádání eventů v oblasti, přímý kontakt B2C.

Tiskové materiály: promo akcí, eventů, propagace produktů

Plán na rok 2019: viz. samostatná kapitola č. 6.

5.2 Komunikační mix pro jednotlivé segmenty a trhy

Nutnost najít správné sdělení (message) a vhodný komunikační kanál pro danou cílovou skupinu:

Domácí cestovní ruch

- 1) **Páry / Skupiny přátel** - FB, web, instagram, youtube, tisk (placená reklama/ články), tištěné materiály, promo eventy, influenceři/fam tripy, veletrhy
- 2) **Rodiny s dětmi** – FB, web, instagram, youtube, rozhlas (placená reklama/ reportáže), tištěné materiály, promo eventy, influenceři/fam tripy, veletrhy
- 3) **Senioři** – inzerce v tisku, rozhlas (placená reklama/ reportáže), tištěné materiály, web, promo eventy, influenceři/fam tripy, veletrhy
- 4) **Školní výlety** – web, tištěné materiály do škol, direkt mailing speciál (nabídky produktů), influenceři/fam tripy, veletrhy

5) **Pracovní cesty** – web, tištěné materiály do firem a společností, direkt mailing speciál (nabídky produktů)

Incomming – příjezdový cestovní ruch

- A. prezentace na veletrzích a akcích
- B. B2B (CK, CA, TIC)
- C. image brožura (DE, EN)
- D. mapy (tiskoviny) (DE, EN)
- E. produktové knížky (tiskoviny) propojené QRC s www (DE, EN)
- F. videa na YouTube kanálu (DE)
- G. instagram (EN)
- H. webové stránky – texty v jazykových mutacích (DE, EN)

----- *

6. Tištěné propagační materiály

JCCR – edice 2018 – vydavatelský plán:

Název	Počet stran včetně obálky	Formát	Vazba	Počet kusů mutace CZ	Počet kusů mutace DE/EN	Upoutávka TO PodKletí
Památky	68	99x210mm	V2	5000	3000 / 2000	Holašovice, Kratochvíle, Zlatá Koruna, Lomec, Stožecká kaple
Pivní stezky	60	200x210mm	V2	5000	3000/ 2000	Horní Chrášťany
Mapy do krabičky	16	200x210mm	V1	1500	0 / 0	50 míst v TO PodKletí
Aktivní dovolená	60	99x210mm	V2	5000	3000/ 2000	Koloběžky Klet', Adventure golf Olešník
Rybářské zážitky	44	200x210mm	V2	3000	2000/ 0	Chvalšiny, Mnich Netolice
Myslivecké zážitky	36	200x210mm	V2	3000	2000/ 0	revír Černiš, obora Čertík
Běžecké trasy	68	99x210mm	V2	2000	1000/ 2000	Krajinou Blanského lesa
Jižní Čechy ve filmu	52	99x210mm	V2	2000	0 / 0	Kuklov, Červený dvůr, Holašovice, Zlatá Koruna, Pištín, Dříteň

Lázně a relaxace	32	99x210mm	V1	5000	3000/ 2000	Boží Oko
Rodinná dovolená	76	99x210mm	V2	5000	3000/ 2000	Koloběžky Klet', Zlatá Koruna, rozhledna Klet'
Image brožura	28	210x200mm	V1	5000	5000/ 5000	Holašovice

+ 10 pěších tras (za PodKletí "Přes horu Klet' a dvě rozhledny do Zlaté Koruny")

JCCR – edice 2019 – vydavatelský plán:

Název	Počet stran včetně obálky	Formát	Vazba	Počet kusů mutace CZ	Počet kusů mutace DE/EN	Upoutávka TO PodKletí
Vozíčkář vozíčkáři	26	99x210mm	V2	5000	3000 / 2000	X
Pivní stezky	68	200x210mm	V2	5000	3000/ 2000	Horní Chrášťany, Hulvát Truskovice

Jihočeský venkov, z.s. – edice 2018 – vydavatelský plán:

Název	Formát	Účel	Počet kusů mutace CZ / DE / EN	Distribuce	Partner
Zažít autentický jihočeský venkov!	90x100mm	produktová knížka QRC	2 000 / 500/ 500	Eventy IC	---
Peklík poznává TO PodKletí	A5	omalovánky	1600 / 1600 / 0	IC Eventy CzT servis (D, Sk)	---
Zažít autentický jihočeský venkov!	A4	Mapa	5 000/ 5000/ 0	IC CzT servis (D, Sk)	---
Jihočeský sTyl (divadelní festival)	DL	Bulletin	1 050/ 0/ 0	IC Eventy	---
Hravá mapa	A6 skládací	Mapa, turistický sešit, soutěž	5 000/ 0/ 0	IC Eventy	---
CHKO Blanský les	DL skládací	brožura	5 000/ 0/ 0	IC Eventy	CHKO Blanský les
Trhací mapa		Reedice	500 ks		

Jihočeský venkov, z.s. – edice 2019 – vydavatelský plán:

Název	Formát	Účel	Počet kusů mutace CZ / DE / EN	Distribuce	Partner
Tiskoviny (DL leták, skládací mapy – 4 typy)	A4/DL	Reedice	4x500 / 0/0	Eventy IC	---

----- *

7. Plán eventů a akcí 2019

TOP 19:

- Novoroční výstup na Klet' (1. 1., Klet')
- Masopust (2. 3., Jamné, Záhorčice, Zlatá Koruna, Holašovice)
- Boršovské trhy (od března do prosince 1x měsíčně vždy v sobotu, Boršov n. Vlt.)
- Setkání u pomníku amerického pilota (13. 4., Boršov n. Vlt.)
- Slavnosti květů (4. 5., Chelčicko-Lhenicko)
- Vaříme, smažíme, pečeme (4. 5., Pištín)
- Netolický jarmark (18. 5., Netolice)
- Kolem kolem Netolic (25. 5., Netolicko)
- XXVIII. Divadelní léto (červen, červenec, zámek Kratochvíle)
- Festival dechovek v Jámě (12. - 13. 7. Jáma, Mičovice)
- Selské slavnosti (26. - 28. 7, Holašovice)
- Slavnosti těstovin + dožínky (24. 8., Boršov n. Vlt.)
- Staročeské dožínky na Blatech (31. 8., Blata)
- Jarmark sv. Jiljí (7. 9., Lhenice)
- Medobraní (14. 9., Olešník)
- Slavnosti plodů – cykloakce (28. 9., Chelčicko-Lhenicko)
- Slavnosti plodů – jarmark (19. 10., Truskovice)
- Příjezd Paní Zimy (23. 11., Netolice)
- Živý betlém v kostele sv. Martina (24. 12., Chelčice)

Pěší a cyklovýlety pořádané DM:

- 21. 4. – Velikonoční cyklojízda po Blatech
- 27. 4. – Fritschova stezka (pěší)
- 4. 5. – Zeyerova stezka (pěší)
- 25. 5. – Linecká stezka (pěší)
- 8. 6. – Propagační jízda – cyklookruh Brložsko
- 14. 9. – PodKletím na kole – Boleticko
- 28. 9. – Slavnosti plodů - cykloakce

Změna termínu vyhrazena.