

**Marketingová strategie
destinační společnosti Jihočeský venkov, z.s.
a Turistické oblast PodKletí**

Marketingový plán 2020

Termín zpracování: 01/2020

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.

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.

Hastagy povinné : #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hastagy volitelné (CS) : #dovolenanastatku #rodina #deti #dovolena #dovolenasdetmi #holiday #visitczechrepublic #visitcz #familytrip #babyfriendly

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.

Hastagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hastagy volitelné: #couple #aktivnidovolena #couplegoals #love #visitczechrepublic #visitcz #nature

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. Pracovně lze takto označovat osoby 50+, nejen osoby tzv. v penzi.

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.

Hastagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hastagy volitelné: #seniori #seniors #activeseniors #visitczechrepublic #visitczech #nature

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.

Hastagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hastagy volitelné: #pratele #friends #party #travel #friendstime #nature #visitczechrepublic #visitczech #nature

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.

Hastagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hastagy volitelné: #student #vylet #schooltrip #friends #visitczechrepublic #visitczech #nature

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.

Hastagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hastagy volitelné: #teambuilding #workshop #business #visitczechrepublic #visitczech #nature

1.1 Zhodnocení stávajících cílových skupin

Identifikace cílových skupin vychází z dlouhodobé strategie a běžné praxe, jejich členění zůstává shodné jako v předchozích letech.

Toto zacílení se osvědčilo a přístup k segmentům průběžně aktualizujeme a mírně upravujeme dle požadavků a situace.

1.2 Využití klíčových slov pro SoMe a webové stránky

V rámci mezinárodního zacílení a jeho rozšíření budeme využívat klíčová slova (tzv. #hashtagy) i v angličtině anebo v němčině

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.

Klíčová slova DMO a TO jsou následující: jihočeský venkov, venkov, jihočeský, PodKletí, jižní Čechy, Letos letí PodKletí, příroda, krásná příroda, vzduch, čistý vzduch, rybníky, krajina, pohoda, léto, láska k přírodě, dovolená v Čechách, selské baroko, Včelařská stezka, Holašovice, Vltava, rodina, výlet, přátelé, cykloturistika, pěší výlety, cyklo, Klet', památky, příroda léčí, sluníčko, louky, lesy, houby, sport, zábava, přátelé, milí lidé, historie, pohoda, tradice, dobré ceny.

----- *

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 zvlněné 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)

Hashtagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hashtagy volitelné: #tradice #selskebaroko #Holasovice #visitczechrepublic #visitczech #historie #krajina

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. Nezapomínají 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 nejlépe tak poctivě a chutné vánoční cukroví, jako v jihočeském venkově.

Dobře se najíst 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)

Hashtagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hashtagy volitelné: #gastronomie #tradice #foodanddrink #jidlo #pití #visitczechrepublic #visitczech #dobreceny

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 vyřádit 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

Hashtagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hashtagy volitelné: #aktivita #vltava #sport #visitczechrepublic #visitczech #pohoda #cyklo

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 informací:

- 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

Hashtagy povinné: #jihoceskyvenkov #podkleti #jiznicechy

Hashtagy volitelné: #autenticky #venkov #pohoda #visitczechrepublic #visitczech #nature #krajina

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 i 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 toučky						
Lázně a relaxace						
Rodinná dovolená						
Pohádky						

PREFEROVANÁ OBLAST CÍLOVÉ SKUPINY

VYSOKÁ PRAVDĚPODOBNOST NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

POTENCIÁLNÍ OBLAST PRO NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

MINIMÁLNÍ POTENCIÁL PRO UPLATNĚNÍ U CÍLOVÉ SKUPINY

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

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 a marketingového plánu pro konkrétní rok.

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

Škála cílových skupin, které chceme oslovit, je celkem široká a bude proto nutné využít různé druhy komunikačních prostředků, abychom oslovili jak celou vybranou škálu cílových skupin a trhy, ale i konkrétní dílčí segment:

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 a 2019 proběhly další úpravy, uživatelé mohou využít mobilní aplikaci V Obraze, nebo nechat si zasílat novinky e-mailem a další.

Strategický plán stanovený 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 stanovený na rok 2018: systematizace dat umístěných na webových stránkách, zpráhlednění, 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.

Průběžné zhodnocení plnění plánu 2019: počet unikátních návštěvníků klesl v roce 2019 na 41 460 návštěv. Zřejmě jde o reálný vývoj, kdy dosah webových stránek má z hlediska unikátních návštěvníků určitá omezení (cílové skupiny, trhy, dosah webu). Oproti tomu se podařilo lehce navýšit průměrnou délku návštěv. Celkových návštěvníků bylo přes 60 tisíc.

Plán na rok 2020: redesign webových stránek – přizpůsobit se moderním trendům a stránky přeorganizovat tak, abychom zpříjemnili návštěvníkům stránek jejich návštěvy a jednoduše našli vše, co hledají. Udržet počet unikátních návštěv v hranici nad 40 tis a zvýšit počet návštěv na 65 tisíc za rok.

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.

Strategický plán stanovený 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 stále většímu rozmachu sociálních sítí se tento plánovaný dlouhodobý stav podařilo naplnit již v březnu roku 2018. Na konci roku se tento stav vyšplhal až k 3800 fanoušků. Vytvořen soubor 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.

Průběžné zhodnocení plnění plánu 2019: počet fanoušků oproti roku 2018 vzrostl, nestačilo to však k naplnění plánu 5000 fanoušků, v současnosti se přehoupl počet fanoušků přes 4600. Struktura příspěvků se osvědčila a byla zachována.

Plán na rok 2020: cílem na další rok je navýšit počet fanoušků na 5200. Dalším cílem bude nezahltit facebookovou zeď nespočtem příspěvků, ale přidávat pouze 1-2 příspěvky denně, za to se pokusit o větší interakci od fanoušků a prokliky na naše webové stránky.

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

Strategický plán stanovený do roku 2020: Vzhledem k nedávnému založení postupně 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. Vytvořena uživatelská příručky pro interní účely. 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. Zapojit nové kampaně a soutěže, zvýšit interakci s uživateli. Pokusit se o efektivní využití influencerů.

Průběžné zhodnocení plnění plánu 2019: daří se plnit plán navyšování počtu sledujících – na konci roku 2019 se počet přehoupl přes 800 sledujících. Daří se přidávat příspěvky v sezonní tematice. V dosahu příspěvků díky sdílení apod. se nám v roce 2019 podařilo takto dosáhnout hranici téměř 80 tisíc. Změny vyvolané influencery JCCR nebyly zaznamenány, chybí nám dostatek informací i jejich činnosti.

Plán na rok 2020: Pokračovat v trendu z konce roku 2019, kdy bylo přidáváno více stories a každý týden fotka. Větší interakce se sledujícími, již nám začínají posílat své fotografie a označovat nás ve svých stories. Dosáhnout hranice 1000 sledujících a navýšit dosah příspěvků na 100 tis za rok.

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

Strategický plán stanovený 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.

Průběžné zhodnocení plnění plánu 2019: kanál Jihočeský venkov – PodKletí má v současné době 15 odběratelů. Nachází se zde 22 videí, které mají za rok 2019 celkem 1300 zhlédnutí. Práce s YTb se nedaří, je otázka, nakolik je tento kanál překonán dalšími SoMe.

Plán na rok 2020: I nadále pořizovat videa z akcí, spíše běžnými technickými prostředky. Více odkazovat na youtube kanál pomocí facebooku a webových stránek a získat tak více zhlédnutí a odběratelů.

Média: tištěná i elektronická, tematická periodika, spoty v rozhlasu, 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.

Průběžné zhodnocení plnění plánu 2019: plán byl naplněn, velkou ztrátou v této aktivitě bylo úmrtí kolegy pana Oldřicha Petráška. V roce 2019 proběhla jedna

prezentace v Českobudějovickém deníku a mnoho jednorázových prezentací akcí v dalších médiích – MF Dnes, Českobudějovický deník a Český rozhlas. V srpnu proběhl v rámci projektu Vltava presstrip s novináři, který byl prezentován v Deníku ČB, MF Dnes a na Hitradiu faktor.

Plán na rok 2020: pokračovat v nastaveném trendu – spolupracovat s regionálními i celostátními médii. Vytvořit nabídku – sadu tipů na výlety - pro Český rozhlas České Budějovice.

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.

Zhodnocení plnění plánu 2019: byla uspořádání 2 fóra, kterých se zúčastnili především starostové SO Blata a mikroregionu Chelčicko-Lhenického, dále jsme se zúčastnili setkání starostů Českokrumlovsko (SO Podkletí) a schůzky se starosty SO Blanský les-podhůří. Vážne zapojování podnikatelů do účasti na těchto fórech, neochota vyplývá často z důvodů politických. Lokálně se podařilo uskutečnit B2B snídani s účastí podnikatelů a 1 starosty. Interní pracovní skupina vznikla a komunikuje především možnosti lokálních akcí jako spojujícího prostředku kooperace a také využití projektu JCCR „Vltava river“. Účast na veletrzích dle plánu. Newsletter byl rozesílán dle plánu do 09/2019, kdy došlo ke změně produktového manažera, poté distribuce omezena, plně nahrazeno aplikací V Obraze (ke stažení zdarma, bez nutnosti registrace na www DMO, možnost volby rozsahu obsahu – Akce, Aktuality, Fotogalerie, Úřední deska). E-shop umístěný na webu zatím s malým objemem nabídky.

Plán na rok 2020: Dle trendu z roku 2019 opět uspořádat fóra CR (nejméně 2x, pokusit se získat k účasti větší počet podnikatelů), posilování partnerských vztahů a navázání nových partnerství. Presentace s JCCR na veletrzích v ČR – Holidayworld a RegionTour. Samostatná presentace na veletrhu v Německu – F.RE.E Mnichov. Samostatná presentace na akci v Horním Rakousku – ve spolupráci s MAS Rozkvět. Presentace samostatně na veletrzích v ČR – TravelFest (Č.Budějovice), Dovolená (Ostrava). Využití e-shopu pro marketing partnerů (vouchery).

Činnost B2C: billboardy, pořádání či spolupořádání eventů

Plán na rok 2020: Navázat na úspěšné billboardové kampaně z předchozích let, kdy byly jejich prostřednictvím propagovány jednotlivé akce. Pokračovat v pořádání či spolupořádání nebo marketingové podpory eventů realizovaných přímo v turistické oblasti, které zajistí optimální přímý kontakt B2C.

Tiskové materiály: promo akcí, eventů, propagace produktů

Plán na rok 2020: 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

Páry / Skupiny přátel - FB, web, instagram, youtube, tisk (placená reklama/ články), tištěné materiály, promo eventy, influenceři/fam tripy, veletrhy

- 1) **Rodiny s dětmi** – FB, web, instagram, youtube, rozhlas (placená reklama/ reportáže), tištěné materiály, promo eventy, influenceři/fam tripy, veletrhy
- 2) **Senioři** – inzerce v tisku, rozhlas (placená reklama/ reportáže), tištěné materiály, web, promo eventy, influenceři/fam tripy, veletrhy
- 3) **Školní výlety** – web, tištěné materiály do škol, direkt mailing speciál (nabídky produktů), influenceři/fam tripy, veletrhy
- 4) **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
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
Běžecské 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	200x210mm	V2	5000	3000 / 2000	X
Pivní stezky	68	200x210mm	V2	5000	3000/ 2000	Horní Chrášťany, Hulvát Truskovice
Region pro vaše zážitky	34	200x210mm	V2	4000	2000/2000	Holašovice

Opravdový camping a glamping	48	200x210m m	V2	7000	mutace dohromady CZ,ENG, DE,NL	Petráškův dvůr, Štílec, Bezdvě, Dobčické tábořiště
Opravdová historická města	44	200x210m m	V2	5000	2000/2000	Chelčice, Netolice
Regionální produkty	56	99x210mm	V2	5000	X	Džemy Vališ, Lhenická ovocná šťáva, Zátkovy těstoviny,
Pohodový venkov	64	99x210mm	V2	4000	2000/2000	Holašovice, Zbudovská Blata, Přírodní zahrada u Domova sv. Linharta v Chelčicích, Hotel Boží Oko, Ekofarma Horní Chrástany,
Pěšky po jižních Čechách	10	99x210mm	V6	1000	X	Plástovice, Pašice, Mokřiny u Vomáčků, Pomník popraveného Jakuba Kubaty, Zbudov,

JCCR – edice 2020 – vydavatelský plán: NENÍ K DISPOZICI

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
Včelařská kronika Českobudějovicka	A5	knihy	600/ 0/ 0	E-shop Eventy IC	Nadace Via
Tiskoviny (DL leták, skládací mapy – 4 typy)	A4/DL	Leták s mapou	4x500 / 0/ 0	Eventy IC	---
Trhací mapa	A4/DL	Mapa,	0 / 1000/ 0	Veletřhy DE a AT Eventy IC	---

Jihočeský venkov, z.s. – edice 2020 – vydavatelský plán:

2020 - zažít autentický jihočeský venkov!	90x100mm	produktová knížka QRC s vouchery (slevovými kupony) a hrací kartou	3 000 / 0/ 0	Eventy IC Veletrhy	---
Ovocnářství na Lhenicku a Chelčicku	A5	knih	600/ 0/ 0	E-shop Eventy IC	---

----- *

7. Plán eventů a akcí 2020

TOP :

- Novoroční výstup na Klet' (leden – Zlatá Koruna, Holubov, Chvalšiny)
- Masopust (únor - Jamné, Záhorčice, Zlatá Koruna, Holašovice)
- Boršovské trhy (od března do prosince, 1x měsíčně vždy v sobotu, Boršov n. Vlt.)
- Setkání u pomníku amerického pilota (duben, Boršov n. Vltavou)
- Slavnosti květů – cykloakce (květen, Chelčicko-Lhenicko)
- Vaříme, smažíme, pečeme (květen, Pištín)
- Netolický jarmark (květen, Netolice)
- Kolem kolem Netolic (květen, Netolicko)
- Divadelní léto (červen, červenec, zámek Kratochvíle)
- Festival dechovek v Jámě (červenec, Jáma - Mičovice)
- Selské slavnosti (červenec, Holašovice)
- Festival dračích lodí (červenec/srpen, Zálužice -Pištín)
- Slavnosti mrkve (srpen, Zliv)
- Slavnosti těstovin + dožínky (srpen/září, Boršov n. Vlt.)
- Staročeské dožínky na Blatech (září, Plástovice - Sedlec)
- Jarmark sv. Jiljí (září, Lhenice)
- Slavnosti plodů – cykloakce (září, Chelčicko-Lhenicko)
- Slavnosti plodů – jarmark (říjen, Chelčice)
- Příjezd Paní Zimy (advent, Netolice)
- Živý betlém v kostele sv. Martina (advent, Chelčice)

Více –a přesné termíny - v kalendáriu na webových stránkách DMO Jihočeský venkov/TO PodKletí, na facebooku nebo v aplikaci V OBRAZE